

NEUE IDEEN FÜR DEN FOTOFACHHANDEL

Die Store-Offensive

Eine Vielzahl von neuen Ladenbau-Ideen feiert die Fotobranche im photokina-Jahr. Für jeden Geschmack und Geldbeutel wurden passende Lösungen gefunden: vom flexiblen Minilab als kleinste Dienstleistungs-Maschine bis hin zur komfortablen Fotopassage. Bei der Einrichtung setzten alle Fachhändler auf dieselben Prinzipien wie in ihrem Handelsalltag: Sie schwören auf hohe Qualität und gute Partnerschaft

Mit der Rückbesinnung auf Qualität, Service und Beratung sind auch die Ansprüche der Kunden an Ladendesign, Ausstattung und Warenpräsentation gestiegen. Der Kunde erwartet heute deutlich mehr als nur das Produkt im Regal. So lautet die Einschätzung der Ladenplaner aus den 40 größten deutschen Handelsunternehmen, die im Rahmen vom Europäischen Handelsinstitut (EHI) zu Trends und Entwicklungen in der Ladengestaltung, zu Einrichtungskosten und Investitionsprioritäten befragt wurden.

Die Bereitschaft, in ein modernes Erscheinungsbild ihrer Geschäfte zu investieren und diese zu einem wesentlichen Ort der Kommunikation zwischen Kunde und Händler-

marke auszubauen, ist bei den befragten Handelsunternehmen deutlich gestiegen. Im Vergleich zu den Ergebnissen des EHI-Ladenmonitors 2004 ist der Anteil der Einrichtungsinvestitionen an der gesamten Ladenbau-Investition damit um rund ein Viertel gestiegen und beläuft sich jetzt auf 26 %. FOTOWirtschaft stellt nachfolgend drei unterschiedliche Shop-Ideen aus der Fotobranche vor, die erst kürzlich umgesetzt wurden.

Point of Sales Teil 7

Ladenbau-Services

Foto Flash, Berlin

Baris Akdag ist jetzt Filialist. Der Porträtfotograf aus Istanbul hat in Berlin seine zweite Heimat gefunden. Mit einem Fujifilm Frontier-Minilab startete er 1993 seine Selbstän-

digkeit als „Foto Flash“-Inhaber. In Berlin-Neukölln eröffnete er am Jahresanfang nun sein zweites Geschäft im Fujifilm-Design. Michael Trümper vom Ladenbauer Albsteiger & Trümper, Weilheim, hat die Filiale komplett entworfen, alle Innenausbauten hat Baris Akdag nach den Vorgaben Trümpers selbst gemacht. Die Kosten für den Ladenbau selbst lagen bei 16000 Euro, wovon Fuji einen Teil



Qualität zum guten Preis: Der neue Foto Flash entstand in enger Zusammenarbeit von Architekt Trümper, mit Industriepartner Fuji und dem Engagement des Eigentümers





Infos für Händler

- Albsteiger & Trümper
Tel. 0172/8699988 (Trümper)
Tel. 0172/8699599 (Albsteiger)
- Tetenal
Tel. 040/52145233

sponserte, weil Baris Akdag das gesamte Laborequipment (Frontier LP 7500) und die digitalen Terminals des japanischen Herstellers gekauft hat.

Außerdem setzte Akdag das neue Fuji-CI im Shop um, wobei die Farbe Orange ein Zugeständnis an seinen Geschmack gewesen sei. **Akdag führt sein Fachgeschäft als Porträt- und Laborshop, versteht sich also als reiner Dienstleister.** Ware im eigentlichen Sinn gibt es bei ihm nicht.

Links vom Eingang gibt es eine Monitorwand, auf der eine Art Dienstleistungs-TV läuft. Diese ist so platziert, dass der Monitor gut von außen wie auch von der Sitzgruppe im Ladeninnern aus zu sehen ist. In den offenen Fächern links und rechts sind Fotogeschenke als „Touch & Try“-Ware präsentiert. Generell ist das Feedback der Kunden sehr

gut und der Wohlfühlfaktor – auch bei kostenlosem Kaffee und Tee – sehr gut. Im Umkreis von wenigen hundert Metern arbeiten sechs weitere Minilabs und Fotokioske in Drogeriemärkten in hartem Wettbewerb zu „Foto Flash“. Dennoch zeigt sich Akdag zuversichtlich: „Das Endkundengeschäft zeigt sich durch automatisierten Workflow der Fujifilm Frontier LP 7500 wesentlich verbessert, weil die Maschine nahezu perfekte Ergebnisse liefert. So sparen wir erheblich Zeit.“

Außerdem ist Akdag überzeugt, dass ein Teil der Neukunden durch Mund-zu-Mund-Propaganda ins Geschäft kommen wird, weil die Kunden schnell durch Qualität überzeugt werden können. Auch die zahlreichen Abiturfeiern, auf denen Akdag in den letzten Monaten als Fotograf gearbeitet hatte, waren ein wirkungsvolles Marketing- und Kommunikationsinstrument für den neuen Betrieb.

Ringfoto Bartmann, Kornwestheim

Seit 40 Jahren ist „Foto Bartmann“ als Familienbetrieb in Kornwestheim (Raum Stuttgart) ein Begriff. Unter dem Motto „Pictures best friend“ wollen die Besitzer zwar weiterhin



Viele gemütliche Ecken laden zum Verweilen ein: ob beim kostenlosen Getränk (oben li.), beim persönlichen Gespräch für Fotoaufträge (unten li.) oder beim Schmökern (unten)



Carsten Hengsbach suggeriert dem treuen Kundenstamm seine Bildkompetenz ganz in Gelb: „Meine Zielgruppe verbindet mit der Marke Kodak Qualität und Zuverlässigkeit“

auf Werte wie Service, Qualität und Innovation setzen, aber auch optisch Neues wagen.

Herzstück des neuen Shops ist das Kodak Adaptive Exchange-System (Apex). Kunden, die die moderne Orderstation ansteuern, werden sogleich eingewiesen und kommen meist aus dem Staunen nicht mehr heraus, wie schnell und einfach ihre Fotos fertig gedruckt vor ihnen liegen. „Die Nachfrage nach 13 x 18 cm-Formaten mit weißem Rand ist nach dem Umbau riesig; vormals lief das Format überhaupt nicht. Und die Nachfrage beim Großformat, zum Beispiel 60 x 80 cm, kann kaum befriedigt werden“, schildert Jens Bartmann seine ersten Erfahrungen im neuen Shop.

Obwohl einige Kunden die Orderstationen bereits aus anderen Bereichen kennen, lernen sie aufgrund der gezielten Beratung erst jetzt alle Vorteile voll zu nutzen. Doch nicht nur die Kunden sind von der Zukunft der „Trockenlabs“ überzeugt. Bartmann schwärmt:

„Das lästige Hochfahren fällt jeden Morgen weg, denn bei Apex genügt ein Knopfdruck, um das Gerät startklar zu machen. Kein Chemiegeruch, keine Entsorgung und der geringere Strom- und Wasserverbrauch überzeugte den süddeutschen Händler schnell. Bei der Realisierung des Shops wurde Jens Bartmann von Tetenals Servicetochter „Tetenal Imaging Service GmbH“ intensiv be-

treut. „Dank der Betreuung konnte ich auch Nachfragen in angrenzenden Bereichen wie Großformatdruck mit starken Marken wie Epson und Canon oder die Nachfrage nach Fotobuchlösungen in Eigenanfertigung schnell erledigen“, resümiert Bartmann und blickt optimistisch in die digitale Fotozukunft.

Fotopassage, Bielefeld

„Die Fotopassage“ in Bielefeld, langjähriger Kodak Express Digital Solutions-Partner, expandiert in jeder Hinsicht. Neben neuen



Links: Gerald Schildt (ganz li.), Tetenal-Gebietsverkaufsleiter Hardware Systeme, Fotofachhändler Jens Bartmann aus Kornwestheim (Mitte) und Peter Bauer, Kodak-Vertriebsdirektor Output Consumer & Professional Imaging (re.) freuen sich über das gelungene Shop-Konzept mit hochmodernen Bildausgabegeräten (Foto ganz li.)

Bilddienstleistungen wurde in ein hochmodernes Fotostudio investiert. Der Familienbetrieb, seit Jahrzehnten über die Grenzen von Bielefeld hinaus für seinen Service bekannt, kann so seine Bildkompetenz in puncto digitaler Fotografie weiter ausbauen.

Wer die „Fotopassage“ ansteuert, sieht zunächst gelb: Von der Außenfassade bis zur Theke bekennt man sich zu Kodak. „Für mich ist es eine Marke, die sich gerade in unserem schnelllebigen Bildergeschäft mehr als bestätigt. Meine Kunden wissen einfach das Preis-Leistungs-Verhältnis im Express-Service zu

schätzen“, berichtet Carsten Hengsbach, der bereits seit zehn Jahren in dem elterlichen Betrieb tätig ist, und kann seine Begeisterung nicht verbergen.

Digitale Bilddienstleistungen, wie Fotos von analogen und digitalen Medien, Dias auf CD, Scan-Service von alten Fotos, Foto-Fun-Produkte (wie T-Shirts, Tassen) sowie digitale Kodak-Produktwelten (wie digitale Bilderahmen und digitale Kameras) finden jetzt die Präsenz, die sie verdienen. Der Kunde soll in eine Marken (Kodak)-Erlebniswelt eintauchen, neue Produkte in die Hand nehmen

können und sie testen. Nur so kann man ihn persönlich beraten und auf ihn eingehen. **Denn der persönliche Service steht bei Familie Hengsbach nach wie vor an oberster Stelle und wird von ihren Kunden sehr geschätzt.**

Mit nunmehr rund 220 Quadratmetern, wovon gut ein Drittel in ein neues Fotostudio investiert wurde, kann man neben Pass- und Bewerbungsbildern auch Porträt- und Gruppenbilder anfertigen. Ausgegeben auf Kodak-Fotopapier oder auf hochwertigem Leinwandmaterial als Großformatdruck ist dieses Angebot nicht nur ein sehr attraktives Zusatzgeschäft, sondern bietet in Ergänzung zu dem Minilab auch neue Produkte im Dienstleistungsfeld an.

Mit dem Umbau seines Geschäfts wies Tenental Carsten Hengsbach in die Welt des Farbmanagements ein und bot neue Ideen an. Aktuell begeistern den Unternehmer die neuen Bildprodukte der Photo Wonder-Welt, wie zum Beispiel Retusche, Feenbilder, Ölgemälde bis hin zu Pop-Art-Bildern, die – via Web-Dienstleister aufbereitet – im Geschäft als Großformatdrucke ausgegeben werden. Die Kunden sind begeistert. Das neue Firmenmotto hat Hengsbach nach den vielen guten Erfahrungen nun schon festgeschrieben: „Fragen Sie uns! Wir machen das Unmögliche für Sie zum Fotoerlebnis!“ *aho*



Erika und Carsten Hengsbach führen die Bielefelder Fotopassage als erfolgreiches Familienunternehmen

FOTO WIRTSCHAFT

IMPRESSUM

GESCHÄFTSLEITUNG

Alexandra Jahn

REDAKTION

CHEFREDAKTEUR: Franz Rätz (verantwortlich)
 REDAKTIONSSCHRIFFLEITUNG: Doris Huber
 Wilhelmsstr. 10, 81241 München
 AUTOREN UND MITARBEITER: Heide Henniges,
 Andrea Hoffmann, Malte Hübner, Josef Schöbel

GESTALTUNG

Wolfgang Teichmann (Ltg.), Ciba Leica,
 Philipp Sellheim

FRAGEN AN DIE REDAKTION

Rosario Scola, Redaktion FOTO WIRTSCHAFT,
 Topolitzstraße 5, 22520 Hamburg,
 Tel. 040 38006123,
 E-Mail: redaktion@fotowirtschaft.de

FRAGEN ZUR ABONNEMENTZEIT

FOTOWIRTSCHAFT ABONNEMENTS, Postfach 100 245,
 20082 Hamburg, Tel. 040 38006780,
 Fax 040 38006785,
 E-Mail: abonnts@fotowirtschaft.de
 Abonnementpreis 12 Heftpreis: 12,90 €
 Einzelheftpreis: 1,09 €
 3-Jähriges europäisches Ausland: 38,90 €
 außerhalb Europas: 128,10 €
 Bezahlung von Einzelheften:
 Klartext Bank oder Giroüberweisung
 (Gesamtpreis: Anzahl der Hefte mal Heftpreis
 von 6,35 € zuzüglich Versandkosten)
 beim FOTOWIRTSCHAFT ABONNEMENT, oder
 E-Mail: abonnts@fotowirtschaft.de

WERBEN

GESTALTUNGSLEITUNG:
 Christian Schmidt-Harbers (verantwortlich)
 GEDRUCKT VON: Gerdorf Urban
 Tel. 080 708 778, Fax 080 708 8021,
 E-Mail: gerhard@gerdorfurban.de
 GEDRUCKT VON: Comp Grafik
 Tel. 040 38006270, Fax 040 38006301,
 E-Mail: comp.graef@jalnis.de
 Anzeigenpreisliste Nr. 48 vom 1. Januar 2008

WERBEMETHODEN

WIRTSCHAFTS BÜROGROSSWERBUNGEN
 GmbH, Tel. 040 600 18002,
 E-Mail: info@buero.de
 WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 Medienpartner GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de

WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de
 WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de
 WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de
 WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de
 WIRTSCHAFTS MEDIEN & FACHMAGAZINE
 GmbH, Tel. 0211 5421310,
 E-Mail: info@medienpartner.de

WERBELEITUNG:
 Wolfram Dörner
 Tel. 040 38006152, Fax 040 38006505

PRODUKTION:
 HERSCHELLING & FEEDERLIN (Ltg.),
 Frank Bodeker, Spille Hagen, Andrea Steyer
 REPRODUKTION: Altek Media, Hamburg
 DRUCK: Josef + Sturme, Wittenberg

VERTRIEB:
 DPF Vertrieb GmbH, Postfach 57 04 12
 22773 Hamburg, Tel. 040 378450
 E-Mail: info@dpf.de
 Internet: nms@dpf.de
 Verkaufspreis Einzelheft: 6,35 €

BANKVERBINDUNGEN:
 Deutsche Bank (BLZ 250 700 00)
 Konto Nr. 12120000000000000000
 Konto Nr. 12120000000000000000

RECHTE:
 © FOTOWIRTSCHAFT, sonst nicht anders
 angegeben. Keine Haftung für unrichtig
 eingereichte Interviews, Bilder, Daten und
 Datenblätter. Fälschung und Bearbeitung von
 Beiträgen und Leserbriefen bleiben vorbehalten.
 Zuschriften und Bilder können ohne auszudeck-
 lende Vorabzustimmung veröffentlicht werden.



FOTOWIRTSCHAFT ist das einzige
 deutsche Branchenmagazin für die
 European Association of Publishers of
 Consumer Magazines (EISA)

ISSN 0949-627X



Erstausgabe: November
 JAHR TOP SPECIAL VERLAG GRIEB & CO. KG
 Topolitzstraße 5, 22520 Hamburg, Tel. 040 3800600