

Interview

„Aus der Praxis geboren“



■ **Herr Wöhrstein, im Frühjahr starten Sie die Pilotphase der Xobbox-Philosophie in Ihrem Fachgeschäft in Singen. Wie hat sich das Projekt bisher entwickelt?**

Der Umstieg von „namenlosen“ Bilderstationen hin zu einer klaren Marketing-Strategie ist fast zum Selbstläufer geworden. Die Bildproduktion hat ein Gesicht, einen Namen und einen trendigen Auftritt erhalten. In der Region ist das Xobbox-Bild durch starke Medienpräsenz in der Marktdurchdringung sehr gut positioniert. Das Bild ist „Marke“. Zwei Praktikanten fungieren als „Moderatoren“ zwischen den Xobbox-Stationen (Technik) und dem Kunden. Nur mit Betreuung funktioniert das Konzept.

■ **Können Sie bitte Ihre Vision von einem Xobbox-Bildershop einerseits und dem Technik-Shop andererseits skizzieren?**

Der zukünftige Xobbox-Bildershop wird dem Kunden alle seine Bilder sofort herstellen. Die Version „abgeben und in 1-2 Stunden abholen“ wird in Zukunft nicht klappen. Der Kunde will bei hohem Spaß- und Erlebnisfaktor bei seinen Bildern bleiben, den schnellen

Produktionsfortgang miterleben und die Fotos gleich mitnehmen. Die Service-Moderation wird bleiben. Fotobücher in Sofortproduktion sollten das „begreifbare“ Bilderlebnis zurückbringen: Xobbox-Fotobücher! In absehbarer Zeit wird die Eigenbildproduktion an Stationen qualitativ und quantitativ (Geschwindigkeit + Menge) in ganz andere Dimensionen vorstoßen. Da der Wunsch nach sofortiger Bildverfügbarkeit unaufhaltsam ist, liegt hier der Vorteil von Bild- und Printstationen. Gemixt mit kompetenter Betreuung, ist das die Zukunft der Xobbox-Philosophie.

Der Xobbox-Technik-Shop ist die eigentliche Quelle des Bildprodukts. Mit Xobbox-zertifizierter Technikkompetenz werden künftig Economy-, Lifestyle-, Semi- und Professional-Kamera und Technik dargestellt; in feiner Aufmachung, erlebbarere Technik, Xobbox-Entscheidungshelfern und auch selbsterklärenden technischen Hilfsmitteln.

Xobbox-zertifizierte Produkte haben eine Sonderstellung in Garantie- und Serviceleistung und sind dadurch auch margensicher.

■ **Wird sich das Xobbox-Bilderkonzept für andere Händler öffnen?**

Die Bilderlinie der Xobbox-Stationen könnte sich nach der Pilotphase zum Jahresende öffnend für andere Händler darstellen. Wir, die qualifizierten Fachhändler, müssen diesen Bereich selber und komplett in die Hand nehmen. Nur jene Labors, welche sich hier konzeptionell und sehr rasch auch praktisch einbringen, werden noch Partner des Fachhandels sein können. Jene, die ein bundesweites Konzept mit den gleichen „Auftritten“ und den gleichen Konzepten für Discounter, Drogeriemärkte und für Fotogeschäfte darstellen, die werden nicht das Wohlwollen des guten Fotofachhandels genießen. Das hat vorerst wenigen Jahren ein „großer Konzern“ probiert und ist gescheitert. Die jetzt möglichen Techniken – und da kommen in Kürze noch revolutionierendere – bieten genau die Chance, die mit Xobbox-Bildermarketing möglich ist.

■ **Wer kann Xobbox-Händler werden?**

Nun, eigentlich war Xobbox ja zunächst als Wöhrstein-Konzept angedacht. Aber die Frage steht nun mal im Raum. Wenn wir nach Abschluss der Pilotphase zur Entscheidung der Öffnung des Marketingkonzepts für weitere Fotofachhändler kommen, werden die Voraussetzungen mit Sicherheit auf fachlich hoher Kompetenz liegen. Die Bereiche Technik- und Bildkompetenz sollten personell, räumlich und vom Sortiment her den regionalen, örtlichen „Leader“ darstellen. Ich würde auch davon ausgehen, dass die Standorte geschützt sind. Finanziell sollte die Ausstattung so sein, dass in die genannten Einrichtungen auch investiert werden kann. Das Projekt muss und will ich ganzheitlich sehen. Nur im Bilderbereich Kompetenz zu zeigen, reicht nicht aus. Daher die aufgefächerten Tools. Das Konzept kann ich mir ganz klar auch innerhalb der Kooperation vorstellen.

■ **Was ist zum „Timing“ zu sagen? Wann sollten die ersten Shops im Xobbox-Outfit stehen?**

Wir werden zum Jahresende mit der Testphase durch sein und zum Jahresanfang wohl das Xobbox-Outfit real zeigen können. Dann wird es hier regional eine Perspektive im Süden geben. Wenn sich das „Pflänzchen“ so dynamisch weiter entwickelt, steht das Modell.

■ **Die geschützte Marke „Xobbox“ wird es künftig in verschiedenen fotospezifischen Varianten geben. Welche Sondervermarktung können Sie konkret ankündigen?**

Man bedenke: Vor einem Jahr haben wir den Zukunftspreis des Landes Baden-Württemberg im Bereich Handel erhalten (FOTOWirtschaft berichtete). Für die Jury war damals wichtig, eine visionäre Geschäftsidee zu formulieren. So entstand die Idee um „Xobbox“. Das Marketing für Xobbox-Bilder steht komplett. Die Marke ist eingeführt. Den „Kracher“ schaffen wir jetzt zum Au-

gust-Anfang, genau zum Ferienbeginn im Süden: Wir bekommen im roten Xobbox-Design eine eigene exklusive Digital-Xobbox! Eine Casio-Exilim wird in den roten Xobbox-Hausfarben deutschlandweit exklusiv den Schriftzug Xobbox tragen. Nach der früheren Volkskamera „Box“, nun eine moderne, trendige digitale Xobbox. Dieses Projekt wird dem Gesamtkonzept unheimlichen „Drive“ geben. In vier Wochen werden wir Xobbox-Fotopapier für Inkjet-Drucker auf den Markt bringen. Und momentan starten wir eine SLR-Initiative, wo wir „Reflex-Kits“ mit Xobbox-Zertifikaten und Xobbox-Sonderleistungen darstellen. Weitere Strategien sind in der Pipeline – Überraschungen inbegriffen!

■ **Welche Anfragen in Bezug auf das Xobbox-Konzept gibt es eigentlich aus der Wirtschaft? Gibt es Überlegungen eine Volkskamera über den Massenmarkt zu vertreiben?**

Bei der Geschwindigkeit und Dynamik des Projekts muss ich mich zügeln und auf dem Teppich bleiben. Natürlich gibt es zahlreiche Anfragen aus der Wirtschaft. Insbesondere meine Vision der künftigen Bilder, sprich

Printerkonzeption, passt genau in die Planung verschiedener Hersteller. Wenn sich Xobbox mit starken Händlern richtig positioniert, liegt hier ein Potential mit enormer Zukunft. Ich glaube, dass das Xobbox-Marketing für den gehobenen Fotofachhandel das Konzept für entsprechende Hersteller sein wird. Es muss ein Fachhandels-Auftritt sein und das Konzept muss stimmig sein. Xobbox ist stimmig und passt. Anfragen gibt es auch für die Profishop-Philosophie, von Herstellern und verschiedensten Seiten. Meinerseits werde ich den Xobbox-Technikshop „by Wöhrstein“ als Dachmarke installieren, ähnlich den bekannten Features von SLR-Professionalshops. Die jetzige rote Exklusiv-Xobbox plane ich fachhandelskonzeptionell zu vertreiben. Die Einführungsaktion wird mit einem großen Auftritt erfolgen.

Anderer Märkte: Ja, in Mallcentern liegt durchaus eine reale Chance. Hier liegen ebenfalls Anfragen vor. Aber nun erst einmal einen Schritt nach dem anderen.



Neue Inkjet-Printer werden in Kürze bis zu 1200-2000 Prints pro Stunde „ausspucken“



Die Bilderbereiche bieten keinerlei Hemmschwelle mehr

