# Fachhandels-Offensive : mehr Umsatz für unsere Partner!

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **7 (2000)**

Heft 13

PDF erstellt am: **30.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-980071

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

**Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

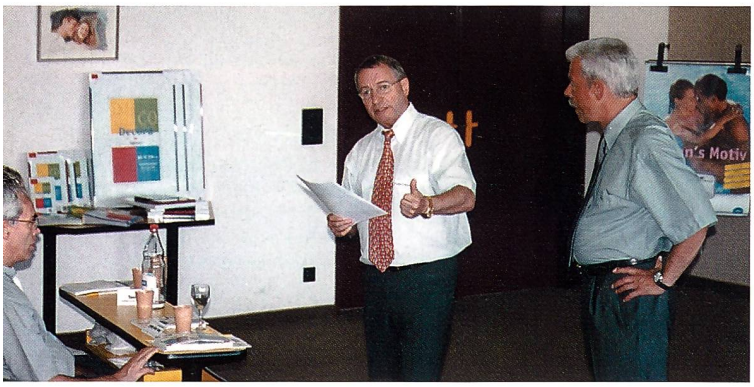
**http://www.e-periodica.ch**

# pro ciné **Fachhandels-Offensive: Mehr Umsatz für unsere Partner!**

**Im Juli startete die Pro Ciné Colorlabor AG, Wädenswil, ihre Fotofachhandels-Offensive 2001. Sie soll den Fotohändlern helfen, ihren Umsatz zweistellig zu steigern. FOTOintern sprach mit Marketingdirektor Piet Bächler über die Offensive.**

***? Herr Bächler, warum startete Pro Ciné die Fotofachhandels-Offensive?***

**!** Pro Ciné beobachtet die Entwicklung im Fotomarkt sehr intensiv. Ausserdem stehen wir in einem engen Dialog mit unseren Kunden, den Fotohändlern und Fotografen. Diese betonen in den Gesprächen immer wieder, dass sich die Bedürfnisse ihrer Kunden gewandelt haben, ausserdem, dass unsere Branche aufgrund des technischen Fortschritts vor zahlreichen Veränderungen steht. Hierauf müssen wir uns einstellen. Das gelingt aber weder uns, noch den Händlern allein. Deshalb haben wir die Fotofachhandels-Offensive gestartet und uns mit Helmut Machemer professionelle Unterstützung geholt. Schliesslich hat sein Team in Österreich bewiesen, dass der Fotohandel seinen Umsatz und Ertrag zweistellig steigern kann.



***? Wie wollen Sie in der Schweiz dieses Ziel erreichen?***

**!** Durch eine neue, individuelle Marketingstrategie, die den Endkunden mit seinen Bedürfnissen noch stärker ins Zentrum aller unternehmerischen Aktivitäten stellt. Die Fotobranche muss ihr Denken und Handeln noch stärker an den Kunden orientieren.
Heute steht oft noch das Produkt zentral.

***? Dass die Händler kundenorientierter denken und handeln sollen, wird seit Jahren verkündet.***

**!** Das ist auch leicht gesagt. Doch dieses neue Denken im Geschäfts- und Verkaufsalltag umzusetzen, das ist schwer.

***? Inwiefern?***

**!** Ein Beispiel. Wenn heute ein Kunde im Fachhandel einen Film kaufen möchte, lautet die Standardfrage der Verkäufer: 100 oder 200 ISO? Kundenorientiert wäre es, den Kunden zunächst zu fragen, wo und was er fotografieren möchte, um ihm anschliessend einen Film zu empfehlen. Dadurch würde sich der Fachhandel vom SB-Laden abheben. Ähnlich ist es in anderen Bereichen. Häufig hängen in den Schaufenstern der Friseure ansprechendere Bilder als in denen der Fotogeschäfte. Dabei sind wir die Bildexperten.

***? Diese Strategie müssen die Händler und ihre Mitarbeiter aber auch umsetzen können.***

**!** Richtig. Deshalb spielen bei unserer Offensive Qualifizierungsmassnahmen für die Fotohändler und ihre Mitarbeiter die zentrale Rolle. Dort wird dem Fachhandel die nötige Kompetenz vermittelt, um sich als der Experte für das größtmögliche Bilderlebnis zu profilieren. Die Kunden müssen wieder das Gefühl gewinnen: Wenn ich gute Bilder zu einem angemessenen Preis möchte, führt kein Weg am Fotohändler XY vorbei. Damit die Händler diese Kompetenz auch nach aussen und in ihren Verkaufsgesprächen sichtbar und erfahrbar machen können, haben wir zudem für sie unterstützende Werbemittel entwickelt. Ausserdem stellen wir ihnen im Trend liegende Produkte wie Alben und Rahmen zur Verfügung, mit denen sie mehr Kunden in ihre Geschäfte ziehen und ihren Umsatz und ihre Rendite steigern können.

***? Heisst das, dass Sie sich für den Erfolg Ihrer Partner mitverantwortlich fühlen?***

Ja. Pro Ciné will nicht nur Fotos produzieren. Wir begreifen es auch als unsere Aufgabe, unseren Kunden Ideen und bewährte Methoden an die Hand zu geben, mit denen sie Marktführer werden und ihren Erfolg langfristig sichern können. Pro Ciné wird somit zum aktiven Unternehmenshilfepartner, indem wir bei der Ladengestaltung, beim Aussenauftritt, bei der Sortimentpolitik, beim Verkaufen und bei der Marktbearbeitung behilflich sind.

***? Glauben Sie, dass Sie mit Ihrer Offensive Erfolg haben?***

**!** Ja. Deshalb garantieren wir den Partnern, die unser Konzept konsequent umsetzen, dass sie ihren Umsatz in den Warengruppen Film, Bild, Alben und Rahmen um mindestens zehn Prozent steigern.

***? Und wenn sich dieser Erfolg nicht einstellt?***

**!** Dann erstatten wir ihnen die Seminarkosten komplett zurück.

***? Welche Seminare haben Sie im Herbst geplant?***

**!** Im September starten wir mit zwei Marketing-Seminaren. Dort erfahren die Händler, wie sie ihren Marktanteil steigern können. Im Oktober folgen dann zwei Verkaufsseminare. Dort trainieren die Teilnehmer, Verkaufsgespräche sicher zum Abschluss zu führen und höhere Pro-Kopf-Umsätze zu erzielen. Ausserdem erstellen sie ein Verkaufshandbuch für ihre Mitarbeiter.

***? Wie reagieren die Händler auf die Offensive?***

**!** Euphorischer als erwartet. Weil insgesamt 150 Fotohändler an unseren Auftaktveranstaltungen im Juni und Juli teilnehmen wollten, mussten wir eine mehr als geplant durchführen.

***Herr Bächler, danke für das Gespräch.***

**!** Nähere Infos über die "Fotofachhandels-Offensive 2001" erhalten Interessierte bei
Pro Ciné Colorlabor AG
Holzmoosrütistrasse 48
8820 Wädenswil
Tel.: 01 783 73 00
Fax: 01 783 71 31