Aus dem "Feilschen in der Beiz" wird eine der wichtigsten Einkaufsgruppen

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **12 (2005)**

Heft 7

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979312

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.

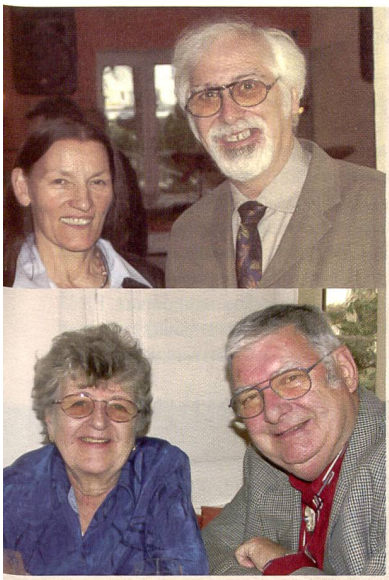
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

zürifoti Aus dem «Feilschen in der Beiz» wird eine der wichtigsten Einkaufsgruppen

«Mitenand gahts besser» dürfte das gemeinsame Motto der 22 Mitglieder der «Zürifoti» sein, die am 11. April ihre Generalversammlung durchführten. Neben dem schwindenden Laborumsatz und der Kundenzeitschrift «fotiFlash» stand das Konzept einer neuen Warenverteilung zur Diskussion, das die Mitgliedfirmen noch leistungsfähiger machen soll.

«Das waren noch Zeiten, als sich ein paar Fotohändler in einer Beiz trafen und kistenweise Kameras gegen Bargeld tauschten» erinnert sich Hans Peyer, der zusammen mit Hans Welti, Emil Bachmann, Boris Bader und Wolfgang Helmerking vor 35 Jahren die «Gruppe 5» und spätere «Zürifoti» gründete. «Wir waren richtige Händeler. Der eine konnte da, der andere dort einen Warenposten etwas günstiger erstehen, und dann ging das grosse Feilschen los ... Bessamatic gegen Contaflex, Tellko gegen Gevaert wurden mit einem deftigen Einschlag an die Kollegen weitergeschoben. Dabei ging es nicht nur ums Geschäft, sondern man hatte auch richtig den Plausch, dem andern wieder eine Nasenlänge voraus zu sein. Mit der Zeit kamen immer mehr Händler dazu, man schlug vor, man solle ein eigenes Bankkonto eröffnen – was zum Austritt einiger Mitglieder führte – und so wurde aus einer kleiner Gruppe mit Pioniergeist mit der Zeit eine Einkaufs-Aktiengesellschaft, zu der heute 22 Mitglieder mit 17 Verkaufsgeschäften und sechs Filialen zählen. Aktionäre sind es zur Zeit achtzehn.»



Die GV vom 11. April diente nicht nur dem Jahresrückblick, sondern es war auch kollegiales Beisammensein angesagt.

Rückblick auf das Geschäftsjahr

Am 11. April 2005 hat die siebte Generalversammlung der Zürifoti AG im Restaurant Neu Klösterli, Zürich, stattgefunden. Dabei konnte Präsident Georges Hoffmann knapp 20 Mitglieder begrüssen. Die drei Jahresberichte von Georges Hoffmann, Hansruedi Morgenegg und Hans Peyer dokumentierten die Aktivitäten 2004: neben dem Ausverkauf von Giorgio Hoffmanns Geschäft und einigen regelmässigen Sitzungen wies das Jahr auch ein paar Besonderheiten auf, wie beispielsweise die Vorstellung des neuen Minilabs bei Konica Minolta, der Besuch einer Dreierdelegation an der Photokina, die Diskussion mit der WPS RCM AG über mögliche Werbestrategien (siehe Fotointern 3/04) und die Neuheitenpräsentation der Firma Ott + Wyss AG durch Herr Fehlmann.

Wie Giorgio Hoffmann ausführte, leidet der Fotofachhandel heute in erster Linie unter dem ruinösen Rückgang der Laborarbeiten, der in keiner Weise mit dem digitalen Bildergeschäft wettgemacht werden könne. Der Verkauf von Geräten mit sehr dürftigen Margen und der Aufnahmebereich werde heute wieder wichtiger, und der gemeinsame Einkauf erweise sich auch in Zukunft immer sinnvoller.

Aber nicht nur der gemeinsame Einkauf mit einem zentralen Lager in der von Hans und Nelly Peyer geführten Geschäftstelle stellt einen deutlichen Vorteil für die Mitglieder dar. Man plant zur Zeit auch ein eigenes Verteilsystem zusammen mit einer Partnerorganisation, welches gegenüber der bisherigen Spedition mit der Post einen deutlichen Zeitvorteil einbringen dürfte.

Ein zentrales Thema war die gemeinsam herausgegebene Kundenzeitschrift «fotiFlash», die neben dem Wareneinkauf den grössten Ausgabenposten darstellt. Das A5-Heftchen besteht aus 20 Seiten und erscheint mit einer Auflage von 200'000 Exemplaren viermal pro Jahr. Ein wichtiger Teil des Konzeptes ist die Tatsache, dass jeder Händler gewisse Teile selbst gestalten und auf seine Firma und Bedürfnisse ausrichten kann.

Gemütlicher Ausklang

Die siebte Generalversammlung fand unter Anwesenheit einiger Gäste einen gemütlichen Ausklang. Dabei wurde vor allem Giorgios Geburtstag gefeiert und über die Branche geklatscht. «Diese Kollegialität ist für mich eigentlich auch das wichtigste an der Zürifoti» meinte Vizepräsident Hansruedi Morgenegg. «Jeder weiss hier alles von jedem, und wir fühlen, dass wir miteinander stärker sind – mancher könnte sein Geschäft heute alleine nicht mehr halten».