Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 2 (1995)
Heft: 16

Artikel: Zubehör : mit Rappenartikeln Umsatz steigern
Autor: Hofer, Andreas
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-980150

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 28.11.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

FOTO INTERN

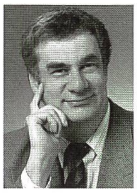
NEUHEITEN
HANDEL
WIRTSCHAFT

1 Jahr FOTOintern
Alle 2 Wochen aktuell für Sie

Nr. 16/95
16. Oktober 1995

FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für den Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

FOTOintern erscheint bereits seit einem Jahr, dabei hatten uns die Skeptiker und Unglückswünscher höchstens ein halbes attestiert.
Das aktuelle Branchenblatt hat sich besonders auf Grund der vierzehntäglichen Erscheinungsweise und der kurzen und prägnanten Information wegen bewährt und ist zu einem geschätzten Medium unserer Branche geworden.
Etwas wurde in diesem Jahr nicht eingehalten: der geplante Umfang von alternierenden acht und 16 Seiten. Abgesehen davon, dass die Produktion von acht Seiten unwirtschaftlicher ist als jene von 16 Seiten, gehen in zwei Wochen soviele Informationen bei uns ein, dass es ein Leichtes ist, jedes Mal 16 Seiten zu füllen. Sie als Leser erhalten also für Ihr Abonnement von unveränderten Fr. 48.– mindestens 25 Prozent mehr Informationen.
Das erste Erscheinungsjahr von FOTOintern ist für uns die Bestätigung eines erfolgssicheren Konzeptes, das wir weiterhin beibehalten und pflegen wollen, um Sie noch besser zu informieren.

Zubehör: Mit Rappenartikeln Umsatz steigern

Der Verkauf von Zubehör ist für den Fotofachhändler ein Zusatzgeschäft – für den Importeur hingegen ist es ein Hauptgeschäft. Die Firma Schmid AG, Oberentfelden, hat ein neues Konzept entwickelt, das auf die Umsatzsteigerung des Fachhändlers ausgerichtet ist. Was es damit auf sich hat, wollten wir von Produktmanager Andreas Hofer wissen.

Andreas Hofer ist Produkt-Manager der Firma Schmid AG, Oberentfelden

FOTOintern: *Herr Hofer, das Konzept von Sicoline soll eine Verkaufsunterstützung für Zubehörartikel sein. Können Sie die Idee kurz erklären?*

Andreas Hofer: Zubehör ist vom Umsatz her gesehen für den Handel eine Nebensache, für welche es sich nicht lohnt, viel Zeit für die Sortimentswahl zu investieren. Für uns jedoch ist das Zubehör nicht eine Nebensache, sondern ein Hauptanliegen. Es sind zwar nicht die grossen Umsätze zu erzielen, aber dafür kann mit guten Margen und Erträgen gerechnet werden. Mit diesem Zusatzumsatz kann ein Teil der Margeneinbussen bei den Hauptartikeln kompensiert werden. Der Platz im Geschäft kostet Geld, daher ist es wichtig, die Lager zu optimieren. Es ist absolut notwendig, die Umsatzträger zu kennen und auf die sogenannten «Penner» zu verzichten. Aus diesen Top-Produkten haben wir bei allen unseren Handelsprodukten verschiedene Sets in jeweils drei Grössen gebildet:
Set A umfasst ein Grundsortiment mit 10 bis 20 Artikeln, Set B entspricht einer mittleren Grösse mit 20 bis 30 Artikeln und Set C beinhaltet ein Grossortiment mit 30 bis 60 Artikeln.
Selbstverständlich sind die Artikel den einzelnen Kundengruppen Foto resp. Video angepasst.

FOTOintern: *Was verstehen Sie unter Sortiments-Optimierung?*

Hofer: Dadurch, dass wir uns nur auf die schnelldrehenden Zubehörartikel konzentrieren, machen wir mit weniger Platz gleichviel – oder mit demselben Platz – mehr Umsatz.

FOTOintern: *Lassen sich die Sortiments-Sets auch individuell anpassen?*

Hofer: Die einzelnen Sets beinhalten ein Grundsorti-

Fortsetzung Seite 3

5 SVPG
Kennen Sie die Modell-Lehrgänge für die Fotoberufe? Welche Vorteile diese für die Ausbildung Ihrer Lehrlinge bieten, erklärt Hans Peyer in seiner SVPG-Kolumne.

8 Profi
Verschiedene Neuheiten für die professionelle Fotografie und das Fachlabor werden auf den Seiten 8 und 9 vorgestellt. Dazu die Rubrik «Für Sie gelesen», ein Pressespiegel aus aller Welt.

11 Ricoh
Die Ricoh IZ-3000 ist eine hitverdächtige Zoomkompaktkamera mit einem Objektiv 38–130 mm, die mit vielen oft übersehenen Highlights ausgestattet ist. Details dazu auf Seite 11.

WIRZ

So schnell wie die Nikon F90x kann kein Mensch fotografieren.

Von 0 auf 36 Bilder in 8,8 Sekunden, das schafft kein Mensch von Hand. Es sei denn, die Hand hält eine Nikon F90x, eine der schnellsten Profikameras der Welt. Denn ihr professionelles AF-System stellt schneller scharf, als die Formel-1-Piloten vorbeirasen. Ihre dynamische Schärfennachführung rechnet mit 4,1 Bildern pro Sekunde noch schneller, als Radprofis spurten. Dem AF-Kreuzsensor mit zuschaltbarer Gross- oder Breitfeldmessung entgeht kein Tor des Monats. Die 3D-Matrixmessung und die 3D-Multisensor-Blitzkontrolle meistert auch bei schnellem Lichtwechsel die schwierigsten Kontraste. Und damit die Bilder genauso scharf sind, wie die Rallyfahrer die Kurve kriegen, ist die Belichtung im Bereich von 1/8000 bis 30 s in 1/3-Stufen einstellbar. Noch professioneller wird die Nikon F90x nur noch mit dem Blitzgerät SB-26 und dem Handgriff MB-10 mit Zweitauslöser. Damit machen Sie Hochformataufnahmen ohne unsportliche Verrenkungen.

Nikon

Ihre nächste Kamera.

Nikon AG, Kaspar Fenner-Str. 6, 8700 Küsnacht

Fortsetzung von Seite 1

ment, wobei wir aber keinerlei Vorgaben über einen Minimalbestand kennen. Dieses Sortiment kann nach Belieben individuell weiter ergänzt werden. Die Grundsortiment-Zusammenstellung wird von uns periodisch überprüft und den neuesten Markterkenntnissen angepasst.

FOTOintern: *Welche Margenvorteile und andere Vorzüge bringt das System dem Fotofachhändler?*

Hofer: Das SICOline System ist speziell auf den Einzelhandel zugeschnitten. Das heisst, nicht derjenige, der am meisten Umsatz macht, hat die grössten Rabatte, sondern der Händler, der gewillt ist, mit uns seinen Möglichkeiten entsprechend zusammenzuarbeiten, profitiert optimal. Mit der Plazierung eines SICOline Sets profitiert der Händler ab sofort von einem der Setgrösse angepassten Zusatzrabatt. Dieser bewegt sich zwischen 4 und 10 Prozent, welche wir zusätzlich zu den Grundkonditionen und eventuellen Mengenrabatten gewähren. Dieser Zusatzrabatt gilt jeweils ebenfalls für die übrigen Artikel der entsprechenden Marke. Durch unsere breite Angebotspalette lässt sich bei einem konzentrierten Einkauf auch einiges an Aufwand und Unkosten (Kleinmengenzuschlag, Porto) einsparen. Auf der anderen Seite profitiert man von ausgesuchten Sortimenten und besseren Einkaufspreisen.

Am 18. September fand bei der Firma Schmid AG, Oberentfelden, ein Abendseminar unter dem Thema «Sortimentspolitik als Marketing-Instrument» statt. Dabei führte Marketing- und Verkaufsleiter U. Rüetschi der Consell AG in das Thema ein und wies auf die Wichtigkeit für den Fotofachhandel der gepflegten Sortimentspolitik im Spiegel von Unternehmenskonzentrationen und Konkurrenz durch Grossverteiler hin. Nachdem dieses erste Abendseminar der Firma Schmid AG als Erfolg verbucht werden darf, werden voraussichtlich weitere Anlässe ähnlicher Art folgen.

FOTOintern: *Was bietet SICOline ausser den Sortimentsvorschlägen an verkaufsfördernden Vorteilen?*

Hofer: Displaymaterial (Shopsysteme, Verkaufsständer etc.) sowie Prospekte und Kataloge stellen wir, soweit vorhanden, gratis zur Verfügung.

FOTOintern: *Wie erleichtern Sie dem Fotofachhändler die unrentable Nachbestellung von wenig gefragten Einzelartikeln? Bietet auch hier SICOline einen Vorteil?*

Hofer: Für alle SICOline-Sortimente stellen wir entsprechende Bestellformulare zur Verfügung. Damit kann einfach überprüft werden, welche Artikel abverkauft wurden, und bis zu welchem Maximalbestand wieder nachbestellt werden muss.

FOTOintern: *Hat diese Sortiments-Optimierung und Konzentration auf die «Schnelldreher» nicht zur Folge, dass sich nützliche und weniger gefragte Artikel noch schlechter verkaufen?*

Hofer: Die Konzentration auf die Schnelldreher Artikel heisst nicht, dass wir sämtliche übrigen Produkte aus unserem Sortiment gestrichen haben. Allerdings haben wir unsere Lagerhaltung den Verbrauchszahlen angepasst. Sehen wir nun, dass ein bisher langsam drehender Artikel plötzlich zu einem Renner wird, wird dieser von uns schnell in das entsprechende Set integriert. Damit nun die Sets nicht einfach immer nur grösser werden, wird für jeden neu dazukommenden Artikel einer gestrichen.

FOTOintern: *Bei einem guten Geschäft müssen ja immer beide Partner zufrieden sein. Worin besteht der Vorteil von SICOline für Sie?*

Hofer: Wenn der Händler sagen kann, «die Produkte, die ich von der Schmid AG im Sortiment führe, verkaufen sich gut», ist der Händler zufrieden. Wenn es unseren Kunden gut geht, geht es auch uns gut.

FOTOintern: *Herr Hofer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*

RICOH

Ricoh R1, die robuste Kompaktkamera mit eingebautem Blitzgerät bietet bewusst nur jene Funktionen, die für erstklassige Fotos unentbehrlich sind. Auf unnötige Features wurde zugunsten eines ultraschlanken und zeitlos schönen Designs verzichtet. Neben einem 30-mm-Objektiv ist auch eine erstklassige 24-mm-Optik für raumgreifende Superpanorama-Aufnahmen integriert. Ein hervorragender Sucher (umgekehrtes Galilei-Fernrohr) besticht durch klare Bildrahmen und prägnante Fokussier-Informationen.

***Gujer, Meuli & Co.,** 8953 Dietikon, Telefon 01/ 745 80 51*