

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 11 (2004)
Heft: 6

Artikel: "Ich würde heute sofort ein Fotofachgeschäft eröffnen"
Autor: Oess, Bruno W.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979412>

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: 11.01.2026

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

digital imaging

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

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Dass die Fotobranche die letzten Jahre auf einer Erfolgswelle reiten durfte, während andere Branchen durch den Rezessionstunnel hindurch mussten, ist in erster Linie der Tatsache zuzuschreiben, dass Digitalkameras Trendprodukte mit einem hohen Innovationswert sind. Sie faszinieren nicht nur auf Grund ihrer revolutionären Technik, sondern durch die Tatsache, dass man das Bild sofort sieht und jemandem zeigen kann. Dass passt ideal zu unserer modernen Kommunikationart, die sich auch in Zukunft noch stärker auf das Visuelle abstützen wird. Dass von Digitaldaten weniger Papierbilder angefertigt werden als von Filmen, liegt in der Natur der Sache. Aber jeder von uns kann etwas tun, um das Papierbild wieder populärer zu machen: Bilder zeigen. Wenn jeder von uns zehn gute Bilder in der Tasche hat und diese fleissig im Freundeskreis, am Stammtisch und am Arbeitsplatz herumzeigt, findet diese Präsentationsart schnell Nachahmer. Denn ein 10 x 15 cm Print ist immer noch um ein Vielfaches beeindruckender als das Mausekino einer Digitalkamera. Aber woher bekommen wir zehn gute Bilder? Wir müssten wieder einmal fotografieren ...

U. Tillmanns

fego: «Ich würde heute sofort ein Fotofachgeschäft eröffnen»



Der Gedanke, dass die Gemeinschaft stärker ist als der einzelne Händler, hat Bruno W. Oess vor 25 Jahren zur Gründung der Fego bewegt. Im Einsatz für die rund 60 angeschlossenen Fotofachhändler hat er nun den Kamerapass lanciert, eine Idee gegen den Internethandel.

Was ist die Fego?

Fego ist eine Aktiengesellschaft für den gemeinsamen Einkauf von Handelswaren für den Fotofachhandel zu günstigeren Konditionen als sie der einzelne Händler bekommen würde. Ursprünglich wollten wir eine Genossenschaft gründen, aber es hat sich vor 25 Jahren gezeigt, dass es schwierig ist, zehn gleiche Meinungen zu bekommen. Bei der Aktiengesellschaft liegt alles in meiner Hand. Ich muss

zwar einen Gewinn erwirtschaften, aber trotzdem bekommen wir so sehr gute Konditionen, die einem Grosshändler entsprechen.

Wieviele Händler sind der Fego angeschlossen?

Rund 60 Fotofachgeschäfte beziehen ihre Ware über uns. Ohne Verpflichtungen, das heisst, die Händler können auch direkt beim Lieferanten bestellen, die Verrechnung erfolgt dann über die Fego-Zentrale. Aber der Fairness halber tun sie dies nur in Absprache mit mir. Es waren auch schon mehr Geschäfte, wir haben uns aber vor einiger Zeit von einigen Trittbrettfahrern getrennt. Mit den jetzigen Händlern machen wir mehr Umsatz als vorher.

Wer kann sich der Fego anschliessen?

Im Prinzip jeder Fotofachhändler. Wie gesagt, bei uns gilt noch ein Handschlag, wir wollen wirklich nur initiative und aktive Mitglieder, die an die Sache glauben und mit Herzblut ihren Beruf

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Marktübersicht Mittelformatkameras

Seite 6

cebit

An der weltgrössten Elektronikfachmesse in Hannover zeigten einige Hersteller ihre Neuheiten.

stiften-fotos

Die Gemeinde Lenzerheide bot einigen Fotografenlehrlingen eine einmalige Praxiserfahrung.

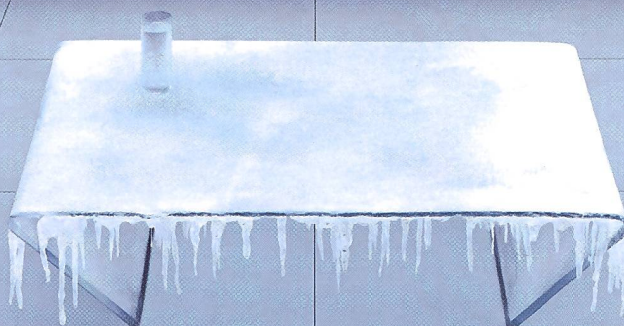
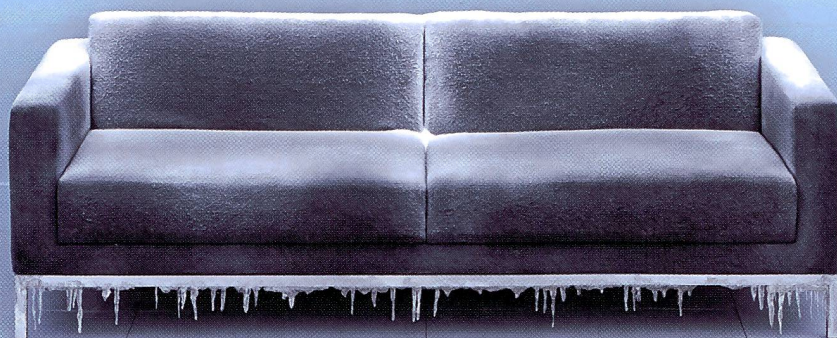
casio exilim

Mit einer Vielzahl Neuheiten der Exilim-Reihe stürmt Casio den Digitalkameramarkt.

Seite 11

Seite 18

Seite 26



Bringen Sie mit Canon Leben in Ihre Bilder

Liebe Fotofachhändler, erschliessen Sie sich einen neuen Markt!

Mit dem neuen Fotodrucker von Canon erschliessen Sie sich im Nu ein neues Geschäftsfeld und werden so noch attraktiver für Ihre Kunden. Denn mit dem Canon W6200P wird es für Sie ein Leichtes, Ihr Angebot mit der einfachen, schnellen und günstigen Produktion von Fotos in Grossformat bis A1 zu erweitern.

Das Resultat des neuen W6200P Grossformatdruckers lässt Ihre Kunden garantiert nicht kalt:

Präzise Farbwiedergabe dank 6-Farben-Technologie

1200 x 1200 dpi Auflösung

Randloses Drucken bis Format A1

Langlebige Bilder dank pigmentierter und UV-resistenter Tinte

Schnellster Printer seiner Klasse

Attraktiver Preis (unter CHF 4'600.--)

Treffen Sie eine kluge Entscheidung. Für mehr Informationen besuchen Sie uns unter www.canon.ch

you can
Canon



OFFICIAL PARTNER

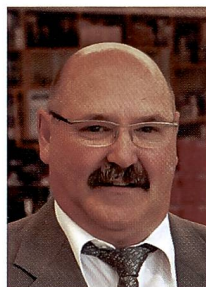
Fortsetzung von Seite 1

ausüben. Natürlich könnten wir noch weitere Geschäfte brauchen, einfach um unsere Position gegenüber den Distributoren zu stärken. Auch diesen gegenüber gilt übrigens Fairness. Sie können sich auf uns verlassen, wir kaufen nur in der Schweiz ein, sie müssen nichts zurücknehmen, stellen uns aber immer frühzeitig Neuheiten in ausreichender Menge zur Verfügung und machen eine Differenzgutschrift, wenn der Preis gesenkt wird. **Sie sitzen in einem grossen Lager in Hügendorf nahe Olten. Ist das Risiko nicht gross, dass Sie auf den teuren Kameras sitzenbleiben?**

Nein, das ist ja meine Aufgabe, die Trends zu spüren. Es gibt auch einfache Regeln: Neuheiten laufen immer gut, davon bestelle ich dann gleich mal 150 Stück, wie jetzt zum Beispiel bei der neuen Sony F828. So können aber auch die Händler an ihre Kunden schnell liefern. Denn wenn bei uns bis 15.45 Uhr die Bestellung eingeht, schicken wir am selben Tag noch das Paket per Kurier weg. Der Händler hat keine Abnahme- oder Umsatzverpflichtung, wir tragen das Risiko und bezahlen die Lieferanten im Voraus. Unser Sortiment umfasst alles ausser dem Fachbereich, aber auch Fernseher, Videos und Unterhaltungselektronik. Immer wichtiger werden zum Beispiel die Beamer, aber auch Druckerzubehör. Wir haben jetzt auch einen Grossformatdrucker gekauft und wollen dem Händler zeigen, wie er mit Postern Geld verdienen kann. **Wie stehen Sie zum Internet-handel?**

Die Internetpreise tun den Händlern schon weh. Viele Händler haben dann auch Mühe, dem Kunden zu zeigen, was sie ihm zusätzlich bieten. Deshalb haben wir für die Fego-Händler jetzt den Kamerapass lanciert. Wenn der Kunde diesen zu seiner Kamera erhält, sieht er sofort den Wert, den er einlösen kann. Wir haben dem Händler auch gesagt, wie er bei Preisanfragen antworten soll, die sich am Internet orientieren: Der Kunde kann die Ka-

mera zum Internetpreis haben, muss sie allerdings wie im Internet üblich im Voraus, natürlich gegen Quittung, bezahlen und kann sie eine Woche später im Geschäft abholen, weil es ein Beschaffungspreis ist im Internet und er auch dort warten muss. Erklärt wird die Kamera nicht, sondern es wird auf die Ge-



«Die Fego könnte noch einige Händler mehr gebrauchen, aber nur optimistische, initiative und zukunftsorientierte.»

Bruno W. Oess, Geschäftsführer/Inhaber Fego AG

brauchsanweisung in den verschiedenen Sprachen verwiesen. Wenn der Kunde dann sagt: Da steht aber eine solche Kamera im Regal, sollte der Händler antworten: Die bekommt ein Kunde, der bereit ist, dafür einen fairen Preis zu bezahlen, der aber dafür auch den Kamerapass erhält.

Was ist genau der Inhalt des Kamerapasses?

Es gibt zwei Sorten. Einen für Kameras zwischen 400.- und 1000.- Franken, in dem Bons sind für:

- fachgerechte Erklärung,
- 20 Bilder im Format 10/15 cm,
- Portokosten bei einem Garantiefall,
- 10 Prozent Rabatt auf Zubehör
- eine Ersatzkamera bei Garantiereparaturen
- eine einmalige Reinigung und Kontrolle.

Der Kamerapass für die teureren Kameras ab 1000.- Franken enthält anstelle des 10 Prozent Rabattes auf Zubehör einen Bon für einen Einführungskurs in die digitale Bildbearbeitung, den wir hier zentral durchführen und für den wir sieben neue Sony Vayo Notebooks angeschafft haben.

Wie sind die Reaktionen der Händler auf den Kamerapass?

Unterschiedlich, sie widerspiegeln aber auch die Einstellung der Händler generell. Die Pessimisten haben vorsichtig je fünf bestellt, diejenigen, die positiv in die Zukunft blicken, haben je 100 bestellt. Der Händler bezahlt

für jeden Pass fünf Franken, und erhält dafür ein sehr wertig gestaltetes Büchlein aus festem Papier und aussen laminiert.

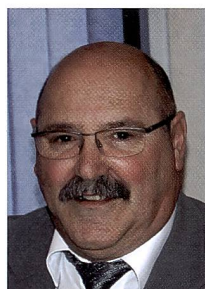
Wie sehen Sie generell die Zukunft des Fotohandels?

Sehr positiv. Es wird einige Bereinigungen geben, aber wer sich einsetzt, wird immer noch gute Geschäfte machen. Ich

selbst würde heute jederzeit ein Fotofachgeschäft eröffnen. Die Händler müssen aber auch näher zusammenrücken. Es macht beispielsweise keinen Sinn, dass jeder ein eigenes Minilab im Wert von 200'000.- im Geschäft stehen hat, dafür wird er den Umsatz kaum hinkriegen. Eine zentrale Bewirtschaftung wäre sinnvoll.

Was bietet die Fego den Händlern sonst noch und was kostet das ihn?

Für einen symbolischen Mitgliederbeitrag von 300.- Franken im Jahr kriegt der Händler von uns



«Im Fotofachhandel müssen wir jeden Trend im Auge behalten und mitmachen, so auch bei den Fotohandys mit ausreichender Qualität.»

Bruno W. Oess, Geschäftsführer/Inhaber Fego AG

eine grosse Unterstützung: Plakate, Flyer, sehr oft Kameras, die sonst nicht mehr erhältlich sind, selbstklebende Schaufensterbeschriftungen zu günstigsten Konditionen, Beratung, Vergleichslisten der aktuellen Digitalkameras mit technischen Daten etc. Jeden Monat treffen sich die Händler hier bei uns, können die neuesten Geräte anschauen, ein Lieferant bekommt die Möglichkeit, die Händler zu schulen und wir nehmen Wünsche und Anre-

gungen auf. Wir haben auch keinen Aussendienst, sondern arbeiten sehr schlank mit vier Mitarbeitern, wobei eine Person nur halbtags hier ist. Unter www.fego.ch kann sich jedermann in der Rubrik «Über uns», unter «Unser Arbeitsplatz» die Fego-Zentrale anschauen. Zweimal pro Woche bestellen wir dann das Material beim Lieferanten und liefern je nachdem, wie dringend der Händler die Ware braucht, sofort aus, oder gewisse Teile einfach mit seiner nächsten Bestellung. Drei mal jährlich gestalten wir auch einen Prospekt, den der Händler mit seiner eigenen Adresse und einer selbst gestalteten Halbseite bestellen kann und in seinem Einzugsgebiet verteilen kann.

Wie sehen Sie die Fotohandys, werden diese künftig auch im Fotofachhandel angeboten?

Wir sind bereits in Verhandlung mit einigen Lieferanten wie zum Beispiel Nokia. Die Händler müssen diesen Trend unbedingt mitmachen, sobald die Kameras die entsprechende Qualität bieten. Dann kann der Händler auch die Bildausdrucke anbieten. Generell müssen wir jeden Trend im Auge behalten und gegebenenfalls mitmachen.

Sind Sie selbst aus der Fotofachhandelsbranche?

Ich habe ursprünglich tatsächlich Fotograf gelernt, war dann unter anderem bei Foto Hobby sieben Jahre lang Werbeleiter und habe da unter Otto Rebmann gesehen, was ein grosser Händler erreichen kann. Aus dieser Idee heraus ist die Fego vor 25 Jahren geboren, der Idee, dass die Gemeinschaft stark ist. Ich habe auch schnell gemerkt, dass man einfach die Dinge machen muss, dass man nicht zu viel fragen darf.