

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 2 (1995)
Heft: 11

Artikel: Fotohandel : Traum, Alptraum oder Vision
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980135>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.05.2025

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

Billingham

DIE EUROPÄISCHE FOTOTASCHE



**Elegant Funktionell Unverwüstlich
Handwerkliche Fabrikation
Fertigstellung aus Leder**

Import durch
**EURO-PHOTO - Place St. Gervais 1
1201 GENEVE - Tél-Fax: 022 741 05 48**

Nicht nur Kenntnisse, sondern Fachkompetenz erwarten wir von unserem künftigen

Fachberater im Aussendienst

Er besucht unsere Kunden und Interessenten als Verkäufer und technischer Berater. Er hat praktische Studio-Erfahrung als Fotograf, er kennt sich in Sachen Druckvorstufe aus und ist mit dem «Mac» auf DU. Ausserdem ist er verantwortungsbewusst, kontaktfreudig und sehr zuverlässig. Sein Organisationstalent kommt ihm bei der Planung seiner Tätigkeit zustatten.

Sie kennen uns: Schmid AG, in 5036 Oberentfelden. Auch unser Verkaufsprogramm ist Ihnen deshalb bekannt, und Sie freuen sich, in Zukunft für berühmte Namen wie SINAR, ELINCHROM, FOBA, PHASE ONE, JUST und andere tätig zu sein.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an unseren Personalberater:

RS MARKETING, Postfach 359, 2501 Biel

Fotohandel: Traum, Alptraum oder Vision

Jeder träumt und nicht selten. Das Geträumte lässt dich nicht mehr los. Dann fügst du wache Gedanken hinzu, Absurdes zu unterschlagen und, je nach Stimmung, das Ganze als schillerndes oder leidend mattes Erlebnis abzulegen. Ich habe vom Fotoladen geträumt. Warum gerade davon? Vielleicht, weil mir die Aussage eines jungen Fotohändlers nicht aus dem Kopf gehen will, der mir sagte, dass es höchste Zeit sei umzudenken. Man könne einem guten Stammkunden doch mit gutem Gewissen keinen Fotoapparat mehr verkaufen, denn er würde drei Wochen später wieder in den Laden kommen und beweisen, dass er zu teuer gekauft hätte. Was tun? Man könnte ihm die Preisdifferenz gutschreiben, das Gerät zurücknehmen oder nur vor Verlegenheit und Wut rot anlaufen. Man könnte auch die Konsequenzen ziehen und keine Kameras mehr verkaufen oder gar auf den Verkauf all jener Produkte verzichten, die dem Wechselspiel der Preisgestaltung unterworfen sind. Diese Überlegung stellt allerdings die Entwicklung des Fotofachgeschäftes in Frage. Hat es sich überhaupt entwickelt?

ge, Kameras, Filme und Zubehör und machte auch den Rest. Das Verkaufen wurde immer wichtiger. Für den Rest nutzte man das Können von Spezialisten. Auch das Fotografieren überliess man mehr und mehr diesen Spezialisten. Vorübergehend verschwand sogar die Laborarbeit. Zurück kam es mit dem Passbildstudio und schliesslich mit dem Minilab. Nicht überall natürlich. Manch ein Händler wollte sich die Investitionen ins eigene Schnell-Labor nicht leisten und setzte auf die Karte Abholdienst und Grossfinisher.

Parallel zu dieser Entwicklung lief jene der Discounter, allen voran das Modell Interdiscount und dem als Vorläufer der Fachmärkte zu bezeichnenden Firma Eschenmoser. Um der Stärke der Grossen



etwas entgegen zu setzen, schlossen sich Fachhändler zu mehr oder weniger straff organisierten Einkaufsgruppen zusammen. Heute sieht der Fachhandel in Verbrauchermärkten wie Mediamarkt aggressive preisorientierte Mitbewerber, die in entsprechend strukturierten Regionen und mit reisserischen Grossinseraten, bemerkenswerte Erfolge haben. Auch wenn die Gewinne dieser Handelsform in unserem Land nicht ganz den Erwartungen entsprechen, haben allein die Existenz und Aktivitäten das Marktgeschehen belebt.

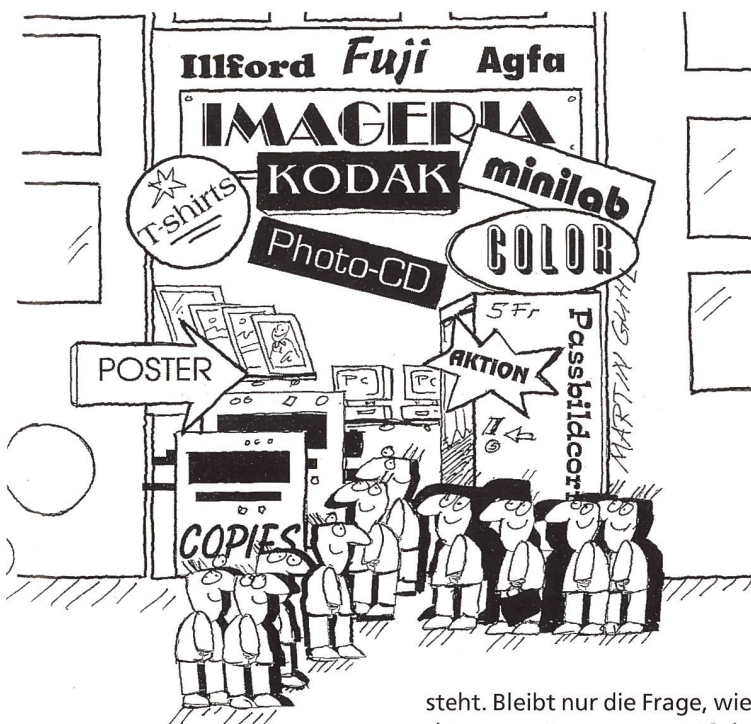
Wie hat sich der Fotoladen entwickelt?

Am Anfang war der Fotograf, ein kreativer Künstler, der Menschen und Landschaften fotografierte und Bilder herstellte, die er zu verkaufen versuchte. Dann meinte Kodak, dass jedermann den Knopf drücken könne und man dafür Sorge, dass der Rest getan würde. Der Fotograf wurde nun zum Dienstleister, er verkaufte alles Nöti-

Neue Struktur des Marktangebotes? Die lange gültige Unterteilung der Absatzmittler in Fachhandel, Grossverteiler, Chain-Stores (Kettenläden) und Schnell-Labors wurde durch die Fachmärkte bereits erweitert. Ob nun zusätzlich eine Teilung in Camerashops und Bilderläden stattfinden wird, sollte sich bald zeigen.

Was zum Nachdenken Anlass geben muss, ist die Wandlung die zurzeit in den Copyshops stattfindet, die ursprünglich nur Fotokopien offerierten.

neuen Ladentyp: eben der «Imageria». Damit sind wir bei den Visionen. Wir sehen vor uns, an guter Passantenlage, in einem fröhlich-poppiges, hellem Geschäft mit dem kleinen Passbildcorner, dem Minilab im Hintergrund, der Copystation, vielleicht sogar mit Selbstbedienung, dem Rahmen und Albumladen und der Filmverkaufsstelle. Es versteht sich dass die Copystation Farb-negative, Dias und Aufsichtsbilder samt flachen Gegenständen verarbeiten kann und auch mit der Photo-CD auf Du



Fest steht, dass Copyshops heute recht günstig und oft ohne grosse Wartezeit Kopien «in Fotoqualität» von Bildern aller Art anbieten – und dies mit hohen Zuwachsraten. Der Fantasie sind in diesen Shops kaum Grenzen gesetzt. Das Bild auf dem T-Shirt, dem Tischset oder der Kravatte scheint Erfolg zu haben.

Die Imageria – neuer Ladentyp?

Systeme wie Photo Magic von Kodak oder Pictograph von Fuji bieten viele neue Möglichkeiten für einen völlig

steht. Bleibt nur die Frage, wie das neue Fotosystem APS in die Investitionsplanung mit-einzubeziehen ist. Der Fotohändler, der den künftigen Erfolg sucht, wird gut daran tun, in Zukunft noch mehr mit einem leistungsfähigen Fotofinisher zusammenzuarbeiten. Die vernünftige Auslastung der eigenen Kapazitäten muss im Mittelpunkt der Planung stehen, und es muss stets daran gedacht werden, dass durch vorausschauende, gute Organisation und ein durchdachtes Angebot für die Kundschaft die Kosten reduziert werden können. Wenn der Personaleinsatz ebenso klug geplant wird, könnte die «Imageria» nicht nur Vision bleiben. RS

errot

Erlebnis im, am und unter Wasser

ewa-marine Schutzgehäuse bieten einen optimalen Schutz für Ihre wertvolle Kamera für aussergewöhnliche Aufnahmen am Strand, beim Surfen, Segeln und Tauchen. Garantiert wasserdicht bis 10, 20 oder sogar 50 Meter.

ewa-marine Schutzgehäuse gibt es für alle Kompakt-, Spiegelreflex- und Video-

ewa-marine

PERROT AG, Neuengasse 5, 2501 Biel
Tel. 032 22 76 23, Fax 032 22 13 92



Die neue Bildidee von Pro Ciné:



3 Qualitätsbilder zum Preis von einem:

Ein grosses Foto im Format 9x13 cm fürs Album plus zwei kleine im Visitenkartenformat für die Brieftasche und zum Weiterschenken.



Pro Ciné = Pro fit:

- TriPrint ist absolut neu und wird exklusiv von Pro Ciné angeboten.
- Mit TriPrint unterscheidet sich der Fotospezialist von Konkurrenzprodukten.
- TriPrint fördert das Fachhandelsimage beim Konsumenten.
- Gegenüber dem Fotoamateur profiliert sich der Fotospezialist mit TriPrint als aktiv, ideenreich und dynamisch.
- TriPrint fördert den Umsatz und sichert eine gesunde Marge im Bildergeschäft.

Verlangen Sie die detaillierten Unterlagen.



Pro Ciné Colorlabor AG, 8820 Wädenswil
Telefon 01-783 71 11, Fax 01-780 69 41