

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 13 (2006)
Heft: 3

Artikel: "Unsere Stärken sind die Profis und der Fotofachhandel"
Autor: Wahl, Matthias / Wahl, Andreas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979072>

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>

fotointern

digital imaging

1. März 2006 3

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Jetzt kommen sie, die neuen digitalen Spiegelreflexen, nicht nur von den angestammten Fotomarken, sondern auch von Samsung, Panasonic und bald von Sony. Die Unterhaltungselektronikfirmen stürzen sich auf das Segment der digitalen Spiegelreflexkameras, weil der Kompaktkameramarkt ausge-reizt und die Preise allesamt im Keller sind.

Ob der Spiegelreflexmarkt wirk-lich so gross ist wie alle glau-ben? Natürlich wird es jene Auf-und Umsteiger geben, die mit den attraktiven Neuheiten den Zeitpunkt für günstig erachten, um auf eine digitale Systemka-mera zu wechseln. Aber unend-lich ist dieses Potential auch nicht, und die Gefahr ist gross, dass auch dieses jetzt noch lukrative Segment bald unter einen enormen Preisdruck gerät, und dass diese Toppro-dukte schon bald wieder weit unter ihrem Wert verröstet wer-den. Keiner verdient Geld dar-an, obwohl der Kunde bereit wäre einen angemessenen Preis zu bezahlen. Aus der Vergan-genheit nichts gelernt ...? Eine Chance hat der Fotohan-del: Man wird diese Produkte in erster Linie bei ihm suchen, und er kann mit interessanten Dienstleistungen, zum Beispiel mit Kursen und Workshops, neue Kunden gewinnen.

Urs Tillmanns

wahl trading «Unsere Stärken sind die Profis und der Fotofachhandel»



Die Betreuung des Fotofachhandels über Distri-butoren hat in den letzten Jahren an Bedeutung stark zugenommen. Andreas und Matthias Wahl, Söhne des Firmengründers Andreas Wahl senior, sehen die Stärke von Wahl Trading in der Betreu-ung von Profis und Fotohändlern.

Die Firma Wahl Trading AG liegt im liechtensteinischen Mauren. Was sind die Gründe dafür?

Matthias Wahl: Im März sind es genau zehn Jahre, dass wir mit der Firma von Gams hierher um-gezogen sind. Wir sind hier auch

sehr verwurzelt, Andreas wohnt auch im liechtensteinischen, und es gibt natürlich durch die Mit-gliedschaft von Liechtenstein im EWR einige Handelsvorteile durch den Standort.

Andreas Wahl: Die Steuern sind

hier auch noch etwas tiefer. Dazu kommt, dass wir so natürlich auch eine gute Beziehung in die EU haben.

Liegt der Firmenschwerpunkt also beim Import/ Export?

Matthias Wahl: Unsere Zeiten nur als «Container-Schieber» sind vorbei, der Import/ Export ist nur noch ein kleiner Bestandteil der Firma, aber wir hören immer noch gerne den Geschichten unseres Vaters zu, als er beispielsweise Spielkonsolen aus China impor-tiert hat. Die Firma Wahl Trading AG ruht auf vier Standbeinen: Fachhändler, Profi-Anwender, nationale Retailer und ein kleiner Teil Import/ Export.

Andreas Wahl: Das Hauptge-schäft ist eindeutig die Fotodis-tribution in der Schweiz. Dabei setzen wir auf Partnerschaft mit den Importeuren und wenn wir eine Kamera importieren, dann ist es ein Modell, das in der Schweiz nicht erhältlich ist und wir reden mit den Importeuren darüber.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Live aus Orlando die PMA-Neuheiten

Seite 6

zubehör...

...rund um Digitalkameras ist das ideale Zusatzgeschäft für den Fotofachhandel.

Seite 10

samsung...

...steigt mit zwei Preisklassen in den Spiegelreflexmarkt ein und ergänzt das Sortiment.

Seite 12

panasonic...

...ist an der PMA mit einer DSLR nach dem 4/3-Standard und neuen Kompaktmodellen.

Seite 14

SONY

Gestochen scharf, in jeder Hinsicht.

Unschärfe, verwackelte Bilder werden Sie sich künftig schenken können. Denn die neue Cyber-shot T9 ist ein grosser Regisseur im Mini-Format: Sie reagiert mit feinsten Sensoren auf jede Schwankung und korrigiert diese sofort mit einer Gegenbewegung ihrer Linsen. Und bei hellen Lichtverhältnissen sorgen die extrem kurzen Verschlusszeiten dafür, dass sich die fertigen Bilder nachher im besten Licht präsentieren können - wie auch Sie als Fotograf.



Shoot like.no.other™



Cyber-shot T9

Die Cyber-shot T9 finden Sie in Ihrem Sony Center.
Und überall dort, wo's gute Kameras gibt.

"Sony" und "Cyber-shot" sind eingetragene
Marken der Sony Corporation, Japan.

www.sony.ch

Fortsetzung von Seite 1

Also ist der Grauimport nicht mehr so wichtig für Sie?

Matthias Wahl: Die Preise in Europa sind bei den meisten Marken, wie beispielsweise Canon und Sony, die wir offiziell vertreiben, angeglichen. Durch das Internet hat der Kunde ja auch den Preisvergleich. Da bringt Grauimport gar nichts mehr. Was wir nicht verstehen, weshalb uns Distributoren im nahen Ausland, vor allem aus Italien, Kodak-Filme über die Hälfte günstiger offerieren können als hier in der Schweiz. Allerdings sind wir verpflichtet, die Filme hier in der Schweiz vom Importeur zu beziehen. Witzigerweise bestellt aber ganz Europa die Filme in England und bekommt sie dann aus Frankreich geliefert. Kodak ist für uns interessant weil die professionellen Anwender viel über uns beziehen.

Sie haben Ihren Vater erwähnt, inwieweit ist er in der Firma noch tätig?

Matthias Wahl: Vor einem halben Jahr hat sich unser Vater komplett aus dem Geschäftsleben zurückgezogen, bzw. er steht uns noch beratend zur Seite – und natürlich mit seinen guten Kontakten. Mein Bruder und ich sind zu je genau 50 Prozent an der Firma beteiligt und absolut gleichberechtigte Geschäftsführer.

Andreas Wahl: Die Aufgabenteilung ist nicht genau definiert, wir machen beide alles. Da ich aus dem Bankbereich komme, habe ich mich eher auf die finanziellen Aspekte spezialisiert, während Matthias der Marketing-Spezialist ist.

Wo sehen Sie den Schwerpunkt Ihrer Kundschaft?

Matthias Wahl: Besonders wichtig sind für uns die professionellen Anwender, die rund 70 bis 80 Prozent der Kunden ausmachen, daneben sind die Fotohändler die zweitgrösste Gruppe. Privatkunden beliefern wir nicht und kontrollieren das auch – Profis müssen uns den Arbeitgeber, die Ausbildung, einen Presseausweis oder Veröffentlichungen ihrer Werke nachwei-

sen.

Andreas Wahl: Wir sehen uns als Lieferanten von Spezialitäten und sind ausgerichtet auf kleine und mittlere Kunden, abgesehen von der Verkaufsschiene Retail natürlich. Wir sind ein kleines Team von rund zehn Mitarbeitern und deshalb sehr flexibel. Wer



«An erster Stelle stehen die Speicherkarten von Kingston – 2005 haben wir über 100'000 Stück davon verkauft.»

Matthias Wahl, Geschäftsführer Wahl Trading

bei uns bestellt, hat keinen Kleinmengenzuschlag zu bezahlen, auch kann man bei uns kleine Mengen Film etc. bestellen, wo man bei anderen gleich ganze Einheiten beziehen muss. Das ist unsere Chance, dass wir schnell und preisgünstig kleine Kunden bedienen können und dazu noch vieles bieten, was andere nicht mehr im Sortiment haben.

Welches sind die wichtigsten Marken für Sie?

Matthias Wahl: An erster Stelle stehen klar die Speicherkarten von Kingston, gefolgt von den Produkten von Canon und Sony. Aber wir sind unter anderem auch noch offizieller Distributor von Polaroid, Fujifilm und Ilford, wobei es für uns interessant ist, weil beispielsweise nur noch zwei Distributoren die Marke Polaroid führen. Welche Marken wir alles vertreten, sieht man auf unserer Homepage www.wahl-trading.ch. Bei den Flash Memory Speichern sind wir übrigens wie bereits 2004 auch für das Jahr 2005 von Kingston wieder zum «Distributor of the year» gewählt worden, was die Umsatzmenge mit diesen Produkten zeigt. Wir arbeiten auch gut mit Marken wie Sigma, die wir über die Schweizer Generalvertretung beziehen sowie Epson, Energizer und Olympus zusammen. Olympus beispielsweise hat sehr tolle Produkte, die man einfach noch ein wenig als «moderne» Kameras bekannt machen muss.

Wie wichtig sind denn Filme noch?

Andreas Wahl: Es ist immer noch ein wichtiges Geschäft für uns, obwohl im letzten Jahr der Anteil nochmals zurück gegangen ist, von 5 bis 10 Prozent bei Polaroid und Ilford bis zu 30 Prozent bei Kodak und Fujifilm.

Wie schmerzhaft ist für Sie der Wegfall von Konica Minolta?

Matthias Wahl: Für uns ist es natürlich interessant, dass die Spiegelreflexkameras zu Sony gehen, weil Sony eine sehr wichtige Marke für uns ist seit der F828 und der R1. Für Sony sind wir auch ein interessanter Distributionspartner für die Memory-Sticks, da wir diese mit Kingston nicht im Programm haben und uns so auf die von Sony konzentrieren können.

Wie wichtig ist für Sie das Internet als Bestellmedium?

Andreas Wahl: Da wir ein kleines Team sind, ist das Internet besonders wichtig, um nicht einen grossen Telefondienst auf-



«Wir beliefern auch kleine Kunden ohne Kleinmengen-zuschlag und haben viele Spezialitäten im Sortiment.»

Andreas Wahl, Geschäftsführer Wahl Trading

Matthias Wahl: Unsere Stärke liegt – wie man auch anhand des erwähnten Umsatzanteils sieht – bei den professionellen Fotografen, also Pressefotografen, Studios und sehr stark auch die professionellen Anwender in Industrie und in öffentlichen Stellen wie Polizeidienste etc., während andere Distributoren stärker auf den Fotohandel fokussiert sind.

Spielen da auch neue Produkte bei Ihnen eine wichtige Rolle?

Matthias Wahl: Vor allem mit Wacom haben wir bei den Profis einen sehr grossen Erfolg in den letzten sieben Monaten, seit wir diese Produkte vertreten, gehabt. Aber auch ColorVision kommt gut an, die Kalibration ist ein wichtiges Thema für den Profifotografen geworden. Interessant sind übrigens noch die Produkte von Polar wie Pulsmesser etc. die wir vor allem an Firmen mit Personalshops verkaufen.

Produkte wie Spielkonsolen führen Sie aber auch noch?

Andreas Wahl: Das läuft noch ein wenig nebenher, je nach Anfrage von Warenhäusern, die uns noch von früher kennen.

Wie sehen Sie die Zukunft der Firma Wahl Trading?

Matthias Wahl: Es geht uns gut, trotz der sich verändernden wirtschaftlichen Lage und dem Umbruch im Fotogeschäft. Das Geheimnis ist der ausgewogene

recht halten zu müssen. Tatsächlich kommen auch die meisten Bestellungen über die geschützten Seiten, nur wenige per Telefon und noch weniger per Fax. Trotzdem wollen wir gerade auch für die kleinen Händler da sein, die teilweise noch nicht mit dem Internet arbeiten (wollen).

Worin sehen Sie den Unterschied von Ihnen zu anderen Distributoren?

Mix an Marken und Produkten, die wir führen. Manchmal boomt die eine Marke, im nächsten Jahr die andere. Dazu kommt eine sehr gute Kundenstruktur mit kleinen, dafür sehr vielen Kunden. Bei den Profis sehe ich eine positive Entwicklung ihres Marktes in Zukunft – gute Bilder werden wieder mehr gefragt sein, davon werden auch wir profitieren können.