

"An wen verkaufen Sie ihre Firma, Herr Schürch?"

Autor(en): **Schürch, Oskar / Schürch, Fritz**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **3 (1996)**

Heft 18

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980006>

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.

FOTO

MIT DIGITAL IMAGING

NEUHEITEN

HANDEL

WIRTSCHAFT

INTERN

Nr. 18/96
15. November 1996

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

Doch, APS ist ein Erfolg. Wenigstens in der Schweiz. Waren an den Pressekonferenzen bei der Markteinführung vorsichtige Prognosen von «fünf Prozent im ersten Jahr» zu hören, so korrigiert die Realität heute schon diese Zahl ganz deutlich nach oben. Rund 14 Prozent der verkauften Kameras gehen heute auf das Konto des neuen Fotosystems, eine Zahl, die selbst die notorischen Totprediger und Schlechtmacher zum Schweigen bringt. Heimlich haben sie sich zurückgezogen und suchen nun ein neues Opfer, das sie mit neuen vernichtenden Voraussagen belegen können. Entscheidend für die Entwicklung der Marktanteilszahl von APS wird das kommende Weihnachtsgeschäft sein, und noch immer hat der Fotofachhandel mit APS eine grosse Chance, mit kompetenter Kundenberatung den lausigen Jahresumsatz zu verbessern. Das wichtigste daran ist die positive Einstellung zu APS und die Motivation des Verkaufspersonals. Denn: Um überzeugen zu können, muss man selbst überzeugt sein.

Urs Tillmanns

«An wen verkaufen Sie Ihre Firma, Herr Schürch?»

Dass die Firma O. Schürch AG demnächst verkauft würde, geisterte schon lange als Gerücht durch die Branche. Nur an wen wusste keiner. Die Spekulationen jagten sich. Vor wenigen Tagen nahm das Rätseln ein Ende: Perrot übernimmt Schürch. FOTOintern hat die Hintergründe dazu.



Oskar (rechts) und Fritz (links) Schürch im Gespräch mit Rudolf Gross der Firma Perrot AG

FOTOintern: Herr Schürch, Sie verkaufen Ihre renommierte Firma. Gab es keine andere Möglichkeit?

Oskar Schürch: Leider nicht. Ich habe mich jahrelang mit dem Problem der Weiterführung auseinandergesetzt und dabei so ziemlich alle Denkmodelle durchgespielt, die sich anbieten. Meine beiden Kinder haben andere berufliche Absichten, und da ich mich nun nach 45 Jahren aus dem aktiven Geschäftsleben zurückziehen möchte, drängt sich der Verkauf auf.

FOTOintern: Wie sind Sie auf die Firma Perrot als mögliche Käuferin gekommen?

Schürch: Eigentlich war es umgekehrt: Die Firma Perrot war zu uns gekommen ...

FOTOintern: Herr Gross, wie lange ist es her, seit Sie mit der Firma Schürch erstmals in Kontakt traten?

Rudolf Gross: Die ersten Kontakte sind rund zwei Jahre alt. Wir sahen schon damals, dass sich die beiden Sortimente sowohl im Foto als auch im AV-Bereich her-

vorragend ergänzen. Dann folgten konkretere Gespräche auch mit den Herstellerfirmen, die schliesslich auch einverstanden sein mussten. Vielleicht kommt auch hinzu, dass die Firma Perrot seit Jahrzehnten als seriöses Handelsunternehmen bekannt ist und grosses Vertrauen sowohl bei seinen Lieferfirmen als auch beim Fotohandel geniessen darf.

FOTOintern: Eine weitere Konzentration in unserer

Fortsetzung Seite 3

6 Bücher

Bestellen Sie jetzt Ihren Bedarf an Fachbüchern für das Weihnachtsgeschäft. Auf den Seiten 6 und 7 steht, wie Sie noch mehr profitieren können.

9 Hobby

Die digitale Bildverarbeitung wird zu einem neuen Hobby der Freizeitfotografen. Informieren Sie sich über den Stand der Technik und die Möglichkeiten.

12 Polaroid

Eine einzigartige Kamera feiert ihr Comeback: Die faltbare Spiegelreflexkamera kommt als Neuversion SLR 690 wieder auf den Markt.

15 Ha'blad

Hasselblad präsentierte das neue Modell 503CW. Besonderheiten: neues Spiegelsystem und neuer Winder in ergonomischer Griff-Form.

17 Sigma

Die neue Spiegelreflexkamera SA-5 von Sigma kommt auf den Markt. Schnellerer Autofokus und verbessertes Messsystem sind die Highlights.

16 Olympus

Der neue Scanner von Olympus kann nicht nur Kleinbild-, sondern auch APS-Filme digitalisieren – und die Infodaten auf den APS-Film zurückschreiben.

ALLE OBJEKTIVE,

**die an eine
Contax passen,
können jetzt**

AUTOFOKUS.

**Mit
der
neuen**



CONTAX AX

**Unglaublich aber wahr
Beweise anfordern bei:**

YASHICA AG

Zürcherstrasse 73, 8800 Thalwil, Telefon 01 720 34 34, Fax 01 720 84 83



Fortsetzung von Seite 1

Branche. Wie wird der Handel darauf reagieren?

Gross: Ich hoffe positiv, denn schliesslich profitiert der Handel am meisten von diesem Zusammenschluss. Er drängt sich nicht nur aus Synergiegründen auf, sondern auch aus ökologischen und ökonomischen. Der Fachhändler findet eine grössere Produktauswahl bei einer Adresse. Zudem stärkt diese Übernahme auch unsere Marktposition und sichert Arbeitsplätze.

FOTOintern: *Konzentrationen sind ein Zeichen unserer Zeit. Ist die Firma Perrot zur Zeit in Kaufstimmung?*

Gross: Kaufstimmung ist vielleicht nicht das richtige Wort. Wir sind dabei, uns in gewissen Bereichen neu zu orientieren, vor allem in den nicht-fotografischen Sparten Grafik und Sign, und uns in anderen zu festigen. Dazu gehört auch der Zusammenschluss mit der Firma Schürch. Dazu möchte ich nochmals betonen, dass es sich nicht um einen Schnellkauf handelte, sondern um einen Zusammenschluss, an dem beide Firmen rund zwei Jahre gearbeitet hatten. Wir sind dabei zur Überzeugung gekommen, dass vor allem die Ergänzung der beiden Produktesortimente für die Übernahme spricht und auch im Interesse der Kunden erfolgte.

FOTOintern: *Aus langer Hand vorbereitet also. Herr Schürch, Sie gehören seit über 45 Jahren zur Fotobranche. Was hat sich in dieser langen Zeit verändert?*

Schürch: Sehr viel. Es ist eigentlich eine andere Branche geworden ...

FOTOintern: *Welche technischen Meilensteine fallen Ihnen spontan ein?*

Schürch: Es gab einige Ren-

ner, die ganz klar den Trend bestimmten. Zum Beispiel unser erstes Elektronenblitzgerät «Electroflash» von Sylvania, das dem Blitzpulver ein Ende setzte und die Ära der Elektronenblitzgeräte einläutete; zwar nicht als erstes,

aber als eines der erfolgreichsten Geräte. Dann werden mir die Zeiten des ersten halbautomatischen Diaprojektors für immer in Erinnerung bleiben, wo wir täglich 300

bis 400 Projektoren aufschreiben durften. Das war in den fünfziger Jahren ein Boom, der die ganze Branche belebte und der auch viele Zusatzverkäufe nach sich zog: Diarahmen, Magazine, Filme, neue Kameras und so weiter ...

FOTOintern: *Wie hat sich der Fotohandel verändert?*

Schürch: In erster Linie haben natürlich die ersten Grosverteiler, die in den sechziger Jahren kamen, die Branche verändert. Damals hätte der Fotohandel den Tiefstpreisen paroli bieten müssen.

FOTOintern: *Hatte die Branche den Anschluss verpasst?*

Schürch: Ja. Der Handel ist zu träge gewesen, und er ist seither immer noch träger geworden. Was heute fehlt, ist die Bereitschaft zur Dienstleistung. Bevor der Kunde etwas kauft, muss man ihm etwas bieten. Und diese Bereitschaft zur Leistung ist leider verloren gegangen.

FOTOintern: *Sie haben während 45 Jahren sehr erfolgreich gearbeitet. Welches war Ihr Geheimrezept?*

Schürch: Das Geschäft ist immer gut gelaufen, weil ich mich zusammen mit meinem Bruder immer voll dafür eingesetzt habe. Wir haben den Kontakt zu den Kunden gesucht, und wir haben unser Geschäft in all den Jahren vorsichtig und konstant aufgebaut. Ich habe von mir selbst, aber auch von meinen Leuten, immer sehr viel verlangt – und das hat sich nicht nur bezahlt gemacht,

sondern es gab auch eine grosse persönliche Befriedigung.

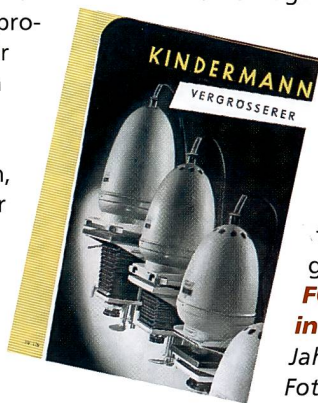
FOTOintern: *45 Jahre in der Fotobranche – was tun Sie in den nächsten Jahren?*

Schürch: Ich werde mich in den Tessin zurückziehen und dort die Zeit mit meiner Frau verbringen. Sie hat 45 Jahre auf mich gewartet, und nun werde ich mich voll auf dieses Zusammenleben in einer herrlichen Gegend konzentrieren.

Gerne möchte ich dieses Interview noch dazu benutzen, um all unseren Kunden und Geschäftspartnern, aber auch unseren Mitarbeitern für das langjährige Vertrauen zu danken. Es sind daraus viele menschlich interessante Beziehungen entstanden, die mir viel gebracht haben.

FOTOintern: *Herr Schürch und Herr Gross, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch und wünschen Ihnen weiterhin alles Gute.*

(Die Illustrationen stammen aus einer Broschüre der Firma Kindermann aus den sechziger Jahren)



COMPUTERintern



die Schwesterzeitschrift von FOTOintern für die Computerbranche – und für Sie

Sind Sie über die Trends in der Computerbranche informiert? Die neue Zeitschrift COMPUTERintern entspricht dem bewährten Konzept von FOTOintern. COMPUTERintern ist für Fachleute konzipiert: professionelle Computeranwender (auch Fotografen!), Computerhändler und Industriefirmen.

Interessiert?

COMPUTERintern bietet Ihnen alle zwei Wochen aktuelle Informationen aus der Computerwelt mit 20 Ausgaben pro Jahr. Bestellen Sie mit untenstehendem Talon eine Probenummer oder abonnieren Sie jetzt (bis 29. 11. 96) zum Subskriptionspreis von Fr. 35.– (statt Fr. 48.–).

Ja, ich abonniere COMPUTERintern zum Subskriptionspreis von nur Fr. 35.– für ein Jahr (20 Ausgaben). Die Lieferung beginnt sofort, nachdem ich den Betrag auf das Postkonto 18-150973-0 einbezahlt habe.

Ich möchte COMPUTERintern zuerst kennenlernen. Senden Sie mir ein Probeheft.

Name _____
 Strasse _____
 PLZ/Ort _____
 Datum _____ Unterschrift _____

Einsenden an: COMPUTERintern, Postfach 1080, 8212 Neuhausen 1