

"Dank Kundennähe im Direktverkauf eine gute Preispolitik"

Autor(en): **Sapra, Aman**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **13 (2006)**

Heft 6

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979090>

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.

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Die Konzentrationen in der Fotobranche gehen weiter. Fotolabo Club in Montpreveyres, das einst grösste Versandlabor der Schweiz, das schon seit längerer Zeit zum Verkauf stand, wurde von Photocolor Kreuzlingen übernommen. Geht man davon aus, dass Fotolabo Club rund 1,5 Millionen Kunden belieferte, wird offensichtlich, dass Kreuzlingen im Fotoversandgeschäft unumstritten Schweizer Marktführer geworden ist. Das Unternehmen hat ihre Produktion auch schon sehr früh auf den Digitaltrend ausgerichtet und sich mit grossem Werbeaufwand einen festen Platz im Digitalgeschäft gesichert. Die damaligen Werbeinvestitionen dürften sich mit dieser Übernahme jetzt erst recht auszahlen.

Die Konzentration im Grosslaborbereich zeigt noch einen anderen Trend auf – das zunehmende Interesse am Papierbild nach digitalen Daten. Langsam aber sicher fehlen die Konsumenten die Bilder, die einfach und schnell herumzeigt und problemlos archiviert werden können. Das ist der grösste Wert der Fotografie, denn die Bestände auf den Harddisks werden schon bald in Vergessenheit geraten oder nicht mehr lesbar sein.

Urs Tillmanns

smi «Dank Kundennähe im Direktverkauf eine gute Preispolitik»



Die Erfolgsgeschichte der SMI Gruppe mit Sitz in Regensburg und Pordenone (Italien) liest sich wie ein Musterbeispiel aus dem Lehrbuch des Wirtschaftsstudiums. Wie Phönix aus der Asche erhob sich der Schweizer Minilab-Hersteller aus der ehemaligen Gretag. Verkaufsleiter Aman Sapra über die jüngsten Erfolgsmeldungen.

Bei unserem letzten Interview im Fotointern 8/05 im Mai vor einem Jahr wiesen Sie stolz auf die verkaufte Zahl von 7 in der Schweiz platzierten Minilabs hin. Wie hat sich das inzwischen entwickelt?

Aman Sapra: Damals hatten wir gerade mit der Auslieferung begonnen. Wir haben inzwischen total 27 Minilabs in der Schweiz installiert, eine äusserst positive Marktentwicklung für SMI in der Schweiz innert nur 10 Monaten.

Welche der drei Modelle MK4, MK6 und MK10 haben besonders Erfolg?

Zu unserem Erstaunen war es nicht nur das preisgünstige und besonders kompakte Einsteigermodell MK4, sondern vor allem auch das leistungsfähige MK10, das guten Anklang gefunden hat. Mit dem MK10 haben wir auch einige Opinion Leaders im Schweizer Fotofachhandel gewonnen, was weitere Kreise ziehen dürfte.

Haben Sie mit diesem Erfolg gerechnet?

Nein, unser Budget war wesentlich konservativer. Wir haben das Budget um mehr als das Doppelte überschritten.

Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Der Hauptgrund ist sicherlich die starke Produktlinie. Wir haben dank der Übernahme des Gretag Know-How's genau die Produkte entwickelt, auf welche der Minilabormarkt (nicht nur in der Schweiz) gewartet hat. Der zweite Grund ist der Service.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Akku-Technologie: Seite 6 Pflege, Leistung, Preis

ilford mikrofilm

Digitale Datensicherung ist ein latent-kritisches Thema. Mikrofilme halten bis 3000 Jahre.

Seite 11

vfs gv

Die erste GV des neuen Zentralpräsidenten im Zeichen des Jubiläums 2008.

Seite 14

fotolabo club

Photocolor Kreuzlingen hat das Grosslabor Fotolabo Club übernommen – und geschlossen.

Seite 21

Die Hand hat eine natürliche
Bewegung



Auf Nimmerwiedersehen, Unschärfe.

Ein sicherer Griff und die fortschrittliche Bildstabilisation der Digimax i6 helfen Ihnen jederzeit schärfere und knackigere Bilder zu machen.



Fortschrittliche Bildstabilisation (ASR)

Die ASR Bildstabilisierungstechnologie von Samsung arbeitet mit einem einzigartigen Algorithmus für verwacklungsfreie Bilder. So erhält man schärfere Aufnahmen von sich schnell bewegenden Objekten und kann auch bei wenig Licht bessere Resultate erzielen. ASR reduziert die Effekte, die durch die Bewegung der Kamera entstehen.



Das Multimedia Vergnügen

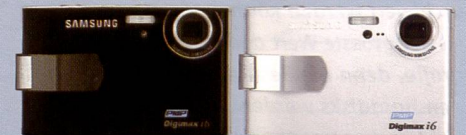
Nehmen Sie Ihre Musik mit im MP3 Format oder schauen Sie sich Ihre Lieblingsfilme an auf dem brillanten 2,5" LCD. Eine einzigartige Multimedia Erfahrung. *PMP: Portable Multimedia Player

Innovatives Design

Kaum 18 mm schlank und mit einem eleganten Aluminiumgehäuse im einzigartigen Wellendesign stellt die Digimax i6 PMP die einzige einer eigenen Klasse dar.

Nehmen Sie Ihre schönsten Momente auf

Die hochauflösenden Videoaufnahmen können Sie wie ein Profi mit unserer Digimax Master Software bearbeiten.



Fortsetzung von Seite 1

Als Mutterhaus haben wir langjährige Servicemitarbeiter, welche Ihr Handwerk beherrschen. Die Ersatzteile sind im Haus und wir können im Falle eines Einsatzes schnell und kompetent reagieren. Hier möchte ich noch erwähnen, dass wir unser Verkaufsteam mit Herrn Peter Anner (ex Kodak) und unser Serviceteam mit Herrn Antonio Di Matteo (ex Konica Minolta) noch weiter verstärkt haben.

Dazu kommt aber auch unsere Kundennähe als Schweizer Hersteller und der Direktverkauf ab Werk (ohne Zwischenhandel), was uns eine gute Preispolitik ermöglicht. Viele Kunden wollen auch keine langjährigen Click-Verträge mehr, mit uns als Partner haben sie die Kosten einfach besser im Griff.

Auch die bedauernswerte Marktentwicklung mit dem Verschwinden zweier sehr guter Mitbewerber, Agfa und Konica Minolta ergibt für uns neue Marktchancen. Bei Agfa sind die Kunden verunsichert, gerade was den Service und die Reparaturen anbelangt. Dazu kommt aber auch, dass immer mehr Fotohändler von der Lasertechnologie weg wollen, da der Ersatz von Lasereinheiten sehr teuer ist und unsere LCD/ LED Technologie verschleissfrei und mit höchster Bildqualität arbeitet.

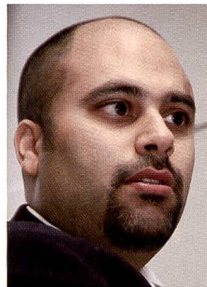
Welche Verbrauchsmaterialien empfehlen Sie?

Ein weiterer wesentlicher Vorteil ist, dass die Kunden bezüglich Papier und Chemie Auswahl bei unseren Minilabs absolut frei sind. Wir haben Kunden, gerade in Deutschland, die mit 15 verschiedenen Papierkassetten 2 oder sogar 3 verschiedene Papiersorten verarbeiten. Auch bei der Chemie gibt es verschiedene Ansprüche. Bei der Filmentwicklung gibt es bei der MK-Linie die Möglichkeit die Regeneriertrate so einzustellen, dass die Chemie auch bei kleinen Filmmengen stabil bleibt.

Wie sieht es für SMI in anderen Märkten aus?

Weltweit haben wir seit Mai 2005 bereits 500 Geräte ausgeliefert, hauptsächlich in bisher rund 10 Ländern in West- und Osteuropa,

also da ist noch viel Potential. Speziell hervorheben möchte ich Mexico, wo wir Marktführer geworden sind! Das Erfolgskonzept Schweiz wollen wir in anderen Ländern duplizieren. Wir beginnen jetzt mit dem Direktverkauf in Deutschland, da wir auf die Bedürfnisse der Kunden individuell und mit offenen Kosten eingehen können und auf die Marktentwicklung schneller reagieren können.



«Ich glaube ganz fest an die Zukunft digitaler Minilabs, der Erfolg von SMI gibt uns recht.»

Aman Sapra, Verkaufsleiter SMI Regensburg

nen. Die Erfahrung hat gezeigt: Wenn wir potentielle Kunden nach Regensburg einladen und unser Werk mit Produktion, Entwicklung, Testcenter, Service, Ersatzteilwesen und Teilelager zeigen dürfen, ergibt dies enormes Vertrauen. Wenn dann der Kunde selber mit der MK Serie «spielen» kann, dann will er das Stück besitzen.

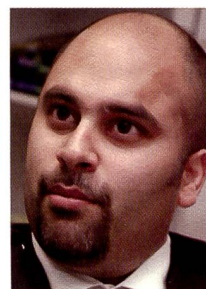
Wie sehen Sie generell die verschiedenen Kanäle für die Bildausgabe, welcher wird dominieren in Zukunft?

Es werden verschiedene Kanäle Ihre Berechtigung finden und gut nebeneinander bestehen können. Homeprinting ist sicher von der Qualität her sehr gut geworden im letzten Jahr, aber vom Zeitaufwand und den Kosten her nicht so interessant für den Konsumenten. Dieser kommt schnell wieder zum Fotohändler, wenn er grössere Mengen Bilder geprintet haben will. Der Fotohändler ist schnell, hat eine gute Qualität, Beratung, prüft und optimiert (mit unserem d!pep) die Bilder, kann alte Papierbilder reproduzieren, etc., etc. Hier hat der Kunde den besten Service. Anfänglich hatten wir keine Bedenken vor «Home Printing», aber vor «No Printing». Laut neuesten PMA Zahlen, bestätigt sich der Trend zum steigenden Fotopapierverbrauch, so dass wir auf dem richtigen Weg sind. Die Konsumenten

wollen wieder vermehrt Papierbilder, vor allem die weibliche Kundschaft. Es werden auch immer mehr Bilder digital fotografiert, bei steigender Qualität und dementsprechend höherer Anzahl Ausbelichtungen. Die Frequenz hat sich verändert. Immer mehr erhalten unsere Kunden Datenträger, CD's oder neu auch DVD's mit mehrere hundert Bilder zum ausbelichten.

Wie sieht die Zusammenarbeit von SMI und Pro Ciné aus?

Wenn für ein Kunde der Kauf nicht in Frage kommt oder finanzierbar ist, bietet Pro Ciné die Möglichkeit, unsere Geräte zu mieten. So hat der Händler – anders als beim Click-Vertrag – über eine definierte Laufzeit eine gleichbleibende monatliche Belastung. Ausserdem bietet Pro Ciné dem Fotohändler als Partner alles; den Fototransport, sie führen exklusiv für die Schweiz Kodak Papier und Chemie, bieten auch die Entsorgung



«Die Kosten pro Print waren noch nie so tief wie jetzt, so dass sehr gute Margen erzielt werden können.»

Aman Sapra, Verkaufsleiter SMI Regensburg

an und sogar individuelle Auftragsaschen. SMI könnte diesen Service gar nicht bieten, unser Geschäft ist es Minilabs zu bauen, zu verkaufen und zu warten. In der Schweiz haben wir über Pro Ciné bereits mehrere Mietkunden. **Zurück zur Technologie. Sie haben an der PMA das MK Dry vorgestellt. Ist das eine Alternative zum chemischen Minilab?** Wir haben an verschiedenen Messen Prototypen des MK Dry vorgestellt. Das MK Dry arbeitet mit drei

integrierten Thermosublimationsprintern, um verschiedene Formate anbieten zu können. Es ist natürlich sehr schlank ohne Nassteil (keine Filmentwicklung, optionaler Film Scanner). Das MK Dry stösst da vor allem auf grosses Interesse, wo der Kunde noch nicht genügend Bilder ab digitalen Daten verarbeiten kann. Es kann durchaus als Einsteigermodell einer Filiale oder eines kleinen Händlers sein, um einen Top Service vor Ort anbieten zu können. Durch diesen Service nimmt das Volumen zwangsmässig zu und ein Schritt zu einem MK4, MK6 oder MK10 ist einfach zu vollziehen. Handelt es sich doch beim MK Dry um die gleiche Software Plattform wie bei den chemischen MK Modellen.

Wie sehen konkret die Kosten für den Fotohändler aus?

Nehmen wir das Einsteigermodell MK4 mit integrierter Filmentwicklung. Die Leasingrate liegt bei 0.- Anzahlung unter CHF 2000.-/ Monat und kann Bilder bis zum Format 20x30 cm verarbeiten. Dazu kommen der kleinste Platzbedarf aller Minilabs (weniger als 1 m²) dieser Leistungsklasse am Markt, der tiefste Stromverbrauch und eine halbe Stelle reicht für die Betreuung, da die Bedienung sehr einfach und intuitiv ist. Beim MK4 kann man den Chemieverbrauch

auf der Filmseite so einstellen, dass die Chemie bei kleinsten Filmvolumen stabil bleibt. Die Minilabs sind alle modular mit oder ohne Filmentwicklung sowie mit oder ohne Scannereinheit erhältlich. Eine Dia-Option kostet CHF 3000.-, ein Betrag, der sich sehr schnell amortisiert, da im Moment ein Bedarf für die Digitalisierung von Dias im Markt besteht. Viele unserer Kunden können alleine vom CD-Brennen die Kosten amortisieren.