

"Der Handel ist wichtig für unsere Marke"

Harald Pirwitz, Vorstand der Cewe Color AG & Co. OHG, über Nachahmer, Service-Gedanken und das weitere Marketing.

Herr Pirwitz, der dm-Drogeriemarkt, einer Ihrer Kooperationspartner, bietet mit dem "dm-Fotobuch" inzwischen einen eigenen vergleichbaren Service. Wie sehen Sie diese Konkurrenzsituation?

PIRWITZ: Nach Diskussionen mit dem Management von dm wissen wir, dass dm grundsätzlich ein breites Sortiment anbieten möchte und sich hierzu für die Einführung eines "dm-Fotobuchs" neben unserem "Cewe Fotobuch" entschlossen hat. Gerne stellen wir uns mit unserem Markenartikel, dem erfolgreichsten Fotobuch-Produkt auf dem deutschen Markt, dem Wettbewerb. 3,6 Millionen verkaufte "Cewe Fotobücher" im Jahr 2009 sprechen für unsere Angebotspolitik eine deutliche Sprache. Werden Sie sich langfristig von der B-to-B-

to-C-Strategie lösen und stattdessen ein direktes B-to-C-Verhältnis anstreben?

PIRWITZ: Wir sind ein fast 50 Jahre altes Unternehmen, das immer Partner des Handels war. Wir arbeiten in mehr als 24 europäischen Ländern mit 50 000 Handelspartnern zusammen. Wir werden nie den Direktverkauf für Konsumenten anbieten, sondern immer den Handel dazwischen haben. Der Grund sind ganz klar Servicegedanken. Wir sehen zwar, dass der Konsument zu mittlerweile 80 Prozent das "Cewe Fotobuch" über das Internet bestellt. Aber anschließend holt er es zu über 75 Prozent im Handel ab. Der Handel ist für den Erfolg unserer Marke äußerst wichtig. Dort findet der Konsument unser Produkt in der Warenpräsentation, und dort bieten sich ihm bessere Öffnungs-

zeiten als in Postfilialen, falls er zuhause nicht anzutreffen ist. Ein weiterer Vorteil ist, dass sich der Konsument das gelieferte Produkt direkt vor Ort anschauen und etwaige Beanstandungen direkt bei den Verkäufern ansprechen kann.

Welche weiteren Schritte planen Sie für den Aufbau Ihrer Markenstruktur?

PIRWITZ: Das "Cewe Fotobuch" haben wir deutlich als Marke positioniert. Der Konsument muss am PoS sehen, dass er dort Produkte von Cewe Color erhält. Das strahlt dann aus auf unseren Deko-, Print- und Geschenkshop. Den Abverkauf des Fotobuchs werden wir durch TV-Werbung und Anzeigenkampagnen, aber auch durch massive PR-Arbeit weiter unterstützen. <-