

# Das Cewe Fotobuch erfolgreich verkaufen

Das Traditionsunternehmen Foto Erhardt, Westerkappeln, setzt in diesem Jahr verstärkt auf das Cewe Fotobuch. Nach und nach werden darum alle 15 Geschäfte mit Ladenbau-Elementen und PoS-Materialien von Cewe Color ausgestattet. imaging+foto-contact hat sich vor Ort in der Filiale in Vechta informiert.



Bereits von außen im Blickpunkt: das Cewe Fotobuch in der Foto Erhardt Filiale Vechta.

## Zum Beispiel Foto Erhardt

Eigentlich setzt Foto Erhardt im Bildergeschäft schon seit Jahren auf Eigenverarbeitung. Praktisch alle Geschäfte sind mit einem Fujifilm Frontier Minilab ausgestattet. Dabei kommen in den größeren Filialen Geräte mit klassischem Fotopapier, in den kleineren Shops Frontier DL410 Inkjetprinter zum Einsatz. Großlabor-Dienstleistungen wurden dagegen bislang nur für „Spezialitäten“ wie Diafilme etc. genutzt.

Die stark wachsende Nachfrage nach neuen Bildprodukten, besonders Fotobüchern, stellte die Verantwortlichen allerdings vor die Frage, wie Foto Erhardt am besten an diesem Markt teilhaben könne. Die Entscheidung, verstärkt auf das Cewe Fotobuch zu setzen, wurde deshalb gut überlegt. „Ausschlaggebend war vor allem die

Stärke der Marke und die umfassende Unterstützung, die von Cewe Color für den Fotohandel angeboten wird“, erklärt Junior-Chefin Birthe Erhardt. „Hinzu kommt natürlich die Druckqualität, die Breite des Sortiments mit zahlreichen unterschiedlichen Versionen und Formaten im Digitaldruck und auf echtem Fotopapier sowie die Zuverlässigkeit, leichte Bedienung und große Flexibilität der Bestellsoftware.“ Mit Unterstützung von Cewe Color werden diese Stärken jetzt in den Geschäften von Foto Erhardt prominent in das Blickfeld der Kunden gestellt. Gut sichtbar in der Nähe des Eingangs, genau zwischen den Annahme-Terminals für die Bildaufträge und dem Inkjet-Minilab, werden in der Filiale in Vechta zahlreiche Musterbücher in einem attrak-

tiven Ladenbau-Element so präsentiert, dass sie zum Blättern einladen. Die Cewe Fotobücher sind dabei nach Themen geordnet, von Familien und Festen über Reisen bis zu Hobby und gewerblicher Nutzung. Unmittelbar daneben macht eine weitere attraktive Präsentation auf das große Sortiment von Fotogeschenken (Grüß-



Die unübersehbar präsentierten Cewe Fotobücher laden die Kunden zum Blättern ein.

karten, Teddybären, Tassen, Mausepads etc.) von Cewe Color aufmerksam. Natürlich liegt auch die kostenlose Bestellsoftware – auf CD mit Erläuterungen im attraktiven Kunststoff-Etui – zur Mitnahme aus.

**Kompetente Beratung**

„Entscheidend ist neben der professionellen Präsentation aber auch der Einsatz des Verkaufspersonals“, betont Birthe Erhardt. Deshalb wird großer Wert auf entsprechende Ausbildung gelegt: Jede Verkäuferin und jeder Verkäufer hat mindestens ein Cewe Fotobuch selber gestaltet. Auch Wettbewerbe, bei denen das beste Er-



*Arbeiten gut zusammen: Birthe Erhardt und Cewe Color Gebietsverkaufsleiter Michael Schulze-Beerhorst.*

gebnis mit einem Sachpreis belohnt wurde, hat es schon gegeben. Unterstützung bei der Ausbildung erhält Foto Erhardt von Cewe Color: Das Unternehmen beteiligt sich regelmäßig an Schulungswochenenden, an denen Foto Erhardt in Zusammenarbeit mit Industriepartnern und der Ringfoto Kooperation das gesamte Verkaufsteam aller Filialen trainiert. Auf diese Weise erfahren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch, wie wichtig es ist, bei jedem Kameraverkauf auf das Cewe Fotobuch hinzu-



*Wirksam: Zweitplatzierung der Bestellsoftware nahe der Kasse.*

weisen und den Kunden die Bestellsoftware gleich mitzugeben. „Dabei kommt die Software in der hochwertigen Plastikkassette von Cewe Color besonders gut an“, berichtet Birthe Erhardt. „Da haben die Kunden das Gefühl, etwas geschenkt zu bekommen.“

**Foto Erhardt Akademie**

Aber nicht nur das Verkaufspersonal, auch die Kunden werden bei Foto Erhardt ausgebildet. In diesem Jahr startete das Unternehmen erfolgreich die Foto Erhardt Akademie, in der Anfänger und Fortgeschrittene in Theorie und Praxis viel über Aufnahme-Techniken und Bildverarbeitung lernen können. Zu den Themen gehö-

ren nicht nur Grundlagen der digitalen Spiegelreflex-, der HDR- und Blitzfotografie, sondern auch Praxis-Workshops und natürlich die Gestaltung des Cewe Fotobuchs. An verschiedenen Standorten werden den Kunden in 90minütigen Seminaren (10 bis 15 Teilnehmer) der Umgang mit der Bestellsoftware und die wichtigsten Regeln für die Gestaltung eines attraktiven Cewe Fotobuchs vermittelt. Während die Seminare und Workshops der Foto Erhardt Akademie zu anderen Themen zwischen 49 und 99 Euro kosten, ist das Training für das Cewe Fotobuch besonders günstig: Die Teilnahmegebühr beträgt 10 Euro und schließt einen Gutschein in gleicher Höhe für die Bestellung

**Foto Erhardt übernimmt Linkstar Vertrieb**



*Foto Erhardt bietet jetzt Studio-Ausrüstungen der Marke Linkstar an.*



Foto Erhardt, Westerkappeln, hat exklusiv den Deutschland-Vertrieb für Studio-Ausrüstungen der Marke Linkstar übernommen. Zum Sortiment gehören preisgünstige Lösungen für Portrait-, Personen- und Tieraufnahmen sowie für die Produktfood-Technik und Tablefotografie.

Foto Erhardt bietet ein Sortiment von über 500 Linkstar Produkten an. Basisprodukte wie Blitzanlagen, Hintergrundsysteme, Reflektoren, Softboxen und Adapter sind dabei direkt ab Lager Westerkappeln, Nordrhein-Westfalen, lieferbar. Spezielle Artikel werden kurzfristig über das Europa-Lager von Linkstar bestellt.

## Bildergeschäft



Auch das vielfältige Fotogeschenke-Sortiment von Cewe Color wird im Umfeld der Cewe Fotobücher präsentiert.

eines Cewe Fotobuchs ein. Die Nachfrage ist so groß, dass zur Zeit am Standort Osnabrück, wo Foto Erhardt drei Filialen unterhält, wöchentliche Veranstaltungen angeboten werden. „Auch hier ist es wichtig, dass das Verkaufspersonal die Kunden direkt auf die Möglichkeit der Teilnahme an einem Seminar hinweist“, betont Birthe Erhardt. Besonders beliebt sind die Seminare für das Cewe Fotobuch bei Frauen und der Altersgruppe über 50 Jahre. „Jüngere Kunden gehen nach unserer Erfahrung weitaus unbefangener mit der Bestellsoftware um und haben deshalb weniger Schulungsbedarf“, erklärt Birthe Erhardt.

### Neue Zielgruppen

Das beliebteste Cewe Fotobuch ist auch bei Foto Erhardt die Variante Hardcover A4 Hochformat – aber auch das Querformat erfreut sich,

ebenso wie größere Formate, steigender Beliebtheit. Ambitionierte (Spiegelreflex-) Fotografen interessieren sich verstärkt für Cewe Fotobücher auf echtem Fotopapier. „Besonders bei den Mitgliedern von Fotoclubs sind diese Produkte beliebt“, so Erhardt.

Besonderes Wachstumspotential sieht man bei Foto Erhardt für das Cewe Fotobuch auch im gewerblichen Bereich, denn es eignet sich hervorragend für Produktkataloge, Angebotsbroschüren usw. Vechta, zum Beispiel, ist ein Zentrum der deutschen Rassepferde-Zucht und deshalb Heimat zahlreicher bekannter Gestüte und Veranstaltungsort einschlägiger Auktionen. Filialleiter B. Schumacher hält es darum für aussichtsreich, das Cewe Fotobuch durch entsprechende Kundenansprache in diesem Umfeld zu

platzieren, denn wirtschaftlicher und attraktiver können die edlen Huftiere ihren potentiellen Käufern kaum präsentiert werden.

Auch in der Portrait- und Hochzeitsfotografie (in sieben der vierzehn Foto Erhardt Filialen gibt es ein Studio) soll das Cewe Fotobuch in Zukunft für zusätzliche Erträge sorgen. „Hier kommt es vor allem darauf an, die Fotografinnen und Fotografen von diesem Produkt zu überzeugen“, betont Birthe Erhardt. „Denn als individuelles Printprodukt bietet das Cewe Fotobuch ihnen die Möglichkeit, ihren persönlichen Stil umzusetzen und das Ergebnis den Wünschen der Kunden entsprechend zu gestalten.“ Wie bei der Unterstützung des Verkaufspersonals hat Cewe Color auch bei diesem Projekt bereits Unterstützung zugesagt.

### Cewe Color: Mehr Fotos im ersten Quartal

Cewe Color hat das starke Wachstum bei den Cewe Fotobüchern auch im ersten Quartal 2010 fortgesetzt: Gegenüber dem Vorjahresquartal wuchs der Absatz um 27,5 Prozent auf 825.000 Cewe Fotobücher. Dabei hat die Menge der produzierten Digitalfotos (einschließlich Fotos in Cewe Fotobüchern) das rückläufige Volumen der analogen Bilder überkompensiert: Cewe Color produzierte mit 517 Millionen Fotos im ersten Quartal 2010 12,1 Millionen Bilder mehr als im Vorjahr. Der Anteil der über das Internet bestellten Fotos stieg von 51,4 Prozent im ersten Quartal 2009 auf 59 Prozent.

Der Umsatz von Cewe Color legte im erstern Quartal 2010 gegenüber der Vorjahresperiode um 2,9 Prozent auf 84 Millionen Euro zu. Dabei verzeichnete das Fotofinishing-Segment einen Zuwachs von 6,0 Prozent auf 61,9 Millionen Euro; im Segment Einzelhandel ging der Umsatz um 5,1 Prozent auf 22,1 Millionen Euro zurück. Das betriebliche Ergebnis von Cewe Color verbesserte sich im ersten Quartal auf allen Ebenen: Mit einem Verlust von 8,3 Millionen Euro fiel das Ergebnis vor Steuern um 7,2 Millionen Euro besser aus als im Vorjahresquartal. Das Ergebnis nach Steuern verbesserte sich sogar um 8,5 Millionen Euro auf -8,2 Millionen Euro. Im Fotofinishing sind die Ergebnisse im ersten Quartal jahreszeitlich bedingt wegen der schwachen saisonalen Nachfrage immer negativ. Gewinne werden vor allem in der Urlaubssaison (drittes Quartal) und zunehmend im Weihnachtsgeschäft (viertes Quartal) erzielt.

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der Cewe Color Holding AG, kommentierte: „Die guten Ergebnisse des ersten Quartals 2010 und die operativen Fortschritte im Unternehmen lassen uns zuversichtlich nach vorne blicken und bestätigen unsere ambitionierten Ziele: Das Ergebnis je Aktie soll sich im Jahr 2010 verdoppeln.“