



Das Reseller-Magazin für den Foto- und Bürotechnik-Handel

Digital imaging



3-2008/Mai-Juni

www.bitverlag.de



Imaging-Markt 07:

The show goes on –
powered bei DSLR



Hifi & Foto Koch:

Auf drei Standbeinen
steht man sicherer



Refill-Shops

Ungeliebte Mitbewerber
im Alternativ-Markt

DI kostenlos
für Sie unter
www.di-branche.de



Beste Lage



In 1a-Lage an der Düsseldorfer Schadowstraße hat Hifi & Foto-Koch seinen Hauptsitz. DI - Digital Imaging sprach mit dem Geschäftsführer Dr. Eckart Görner und Vertriebsleiter Stefan Schröter über das Unternehmen, das sein 88 jähriges Bestehen feiert, sowie seine Zusammenarbeit mit Samsung.

Aus der Düsseldorfer Zentrale von Hifi & Foto Koch werden Endkunden sowie gewerbliche Anwender und Händler beliefert. Das Ladengeschäft befindet sich im EG und im ersten OG.

und Belgien sind keine Seltenheit und an starken Samstagen kommen über 10.000 Fußgänger an unseren Schaufenstern vorbei“, freut sich Dr. Görner. Parkplätze gibt es dennoch direkt hinter dem Haus – wichtig für den Verkauf der braunen Ware. Rund 30 % des Umsatzes erzielt das Unternehmen im UE-Segment.

Das zweite Standbein ist der Versand, der bereits vor dem Krieg begann. Ziel war und ist es, einen größeren Markt zu bearbeiten – zunächst per Katalog und seit Ende der 90er Jahre auch über das Internet mit einem eigenen Webshop. Als Großhandel-Schnellversand Koch (GSK) liefert das Unternehmen darüber hinaus an andere Fotohändler sowie gewerbliche Endverwender. Damit steht GSK in Konkurrenz zu IT- und Foto-Distributoren, den Kooperationen und anderen Großhändlern. „Wir versuchen, hart am Markt zu segeln. Unsere Preise sind wettbewerbsfähig und die Kunden sind zufrieden“, erläutert der Geschäftsführer.

Die drei Bereiche stehen ungefähr gleichwertig nebeneinander. Der Fokus liegt jedoch auf dem Düsseldorfer Fachgeschäft: „Nirgends erkennen wir Trends schneller“, so Dr. Görner. „Dort testen wir die Produkte auf Ihre Akzeptanz beim Käufer.“ Die Zukunft sieht Dr. Görner positiv: „Wir wissen nicht, wie sich der Markt entwickelt, ob der lokale Absatzkanal überwiegt oder die Reise mehr in Richtung Online-Handel geht. Langfristige Planungen sind nicht realistisch. Aber wir sind in allen Bereichen zuhause und agieren schnell. Wenn man offen und aufgeschlossen der Zukunft ins Auge schaut, macht es auch Spaß.“

Jubiläum

In zweiter Generation leitet Dr. Eckart Görner das Fachgeschäft Hifi & Foto Koch an der beliebten Düsseldorfer Einkaufsmeile „Schadowstraße“. 1952 hatte Erich Görner das 1920 – also vor 88 Jahren – von Fritz Koch gegründete Unternehmen übernommen. Der Umzug in die Düsseldorfer Einkaufsmeile erfolgte 1973. Hier bietet Hifi & Foto Koch auf 1.000 qm Verkaufsfläche ca. 20.000 Artikel aus dem Fotobereich sowie der Unterhaltungselektronik. Weitere wichtige Standbeine sind der angeschlossene Online- sowie der Großhandel GSK Koch für Wiederverkäufer und gewerbliche Anwender.

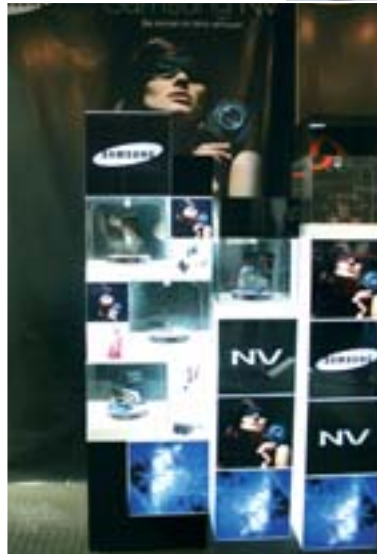
Händlerporträt Hifi & Foto Koch

Drei Standbeine hat der Düsseldorfer Fotospezialist, der rund 80 Mitarbeiter beschäftigt. Mit seinem Ladengeschäft in der Schadowstraße – die zu der Top 10 der Einkaufsstraßen in Deutschland zählt – bedient Koch die fotobegeisterte Kundschaft aus dem Großraum Düsseldorf. Wobei Großraum wörtlich zu verstehen ist. „Besucher aus Holland

Zufriedenheit, Aktualität, Preis

Im direkten Umfeld gibt es drei weitere Fotofachgeschäfte, eine Drogeriefiliale, zwei Saturn-Märkte und einen Media Markt. Von letzteren grenzt man sich durch das Erscheinungsbild, die Zielgruppe und v. a. das Auftreten deutlich ab: „Media Markt gibt es überall, dafür muss man nicht nach Düsseldorf kommen“, schmunzelt Dr. Görner. „Bei uns gibt in keiner Form Selbstbedienung. Wir haben Fachverkäufer, die versuchen, die tatsächlichen Bedürfnisse des Kunden herauszufinden. Nach der Bedarfsermittlung können Sie dem Kunden geeignete Produkte einzeln präsentieren.“ Dies setzt nicht nur Know-how voraus, sondern auch ein tiefes Sortiment, das für alle fotografischen Aufgaben eine Lösung bereit hält. Rund 20.000 Artikel sind auf Lager.

Zweimal pro Woche werden Newsletter an rund 100.000 Kunden verschickt, in Hochzeiten wie der Photokina steigt die Frequenz sogar noch. Kundenbindung erreicht Hifi & Foto Koch zudem durch regelmäßige Zeitungsbeilagen, die Ausrichtung von Foto-Wettbewerben, Promotions und Aktionen in Kooperation mit den Herstellern sowie die neu gestartete Foto-Koch-Akademie. In deren Programm werden zu verschiedenen fotografischen Themen Kurse angeboten. Für den Kauf einer Kamera liegt ein Gutschein bei. Entscheidet sich ein Kunde erst später für eine Kamera, wird die Teilnahmegebühr beim Kauf angerechnet. Doch auch so sind die Seminare stark nachgefragt. Das Bildergeschäft sieht Dr. Görner für seine Firma eher unter dem Service-Aspekt, will aber investieren: „Wir bieten alles an – vom Sofortprint bis zum Fotobuch. Künftig gehört dazu auch die Möglichkeit, unkompliziert von zuhause aus Bilder zu bestellen und schon kurz



Im Schaufenster und im Eingangsbereich ist Samsung bereits präsent. Inzwischen läuft das dritte gemeinsame Projekt an.

Im Ladengeschäft von Hifi & Foto Koch wird persönliche Beratung großgeschrieben.



darauf im Laden abzuholen. Dabei, und bei den schnellen Bildern setzt er künftig auf die Kiosk-Lösungen von Di Support und das Handelskonzept „Foto to go“ (wir berichteten in DI 1/08), das sich in dieser hochfrequentierten Lage anbietet.

Marke im Fokus

Doch auch weitere Investitionen im Laden stehen an. Dafür sorgt die Zusammenarbeit mit Samsung, die seit rund zwei Jahren deutlich intensiver geworden ist. „Wir haben bereits mehrere Projekte zusammen realisiert, um die Marke Samsung an diesem Standort konzentriert darstellen zu können“, erläutert der Geschäftsführer. Eine herausragende Schaufenster-Platzierung war der Anfang, dann folgte eine Präsentation im Eingangsbereich. Diese besteht aus einem modularen System von hell beleuchteten Präsentationswürfeln aus Acryl-Glas, die sich mit variablen Aufstelldisplays zu einem wirkungsvollen Gesamtauftritt ergänzen. Durch die Verwendung hinterleuchteter Folien ist eine Aktualisierung der Inhalte möglich. Auch die Stromzufuhr ist clever gelöst: Interne Steckverbindungen statt offener Kabel sorgen dafür, dass nichts von der Marke





Samsung und den Produkten ablenkt. „Die Zusammenarbeit macht nur Sinn, wenn beide erfolgreich arbeiten“, erklärt Dr. Görner. „Durch die Lage entstehen Kosten, die wir rechtfertigen müssen.“ Wenn sich Produkte, die ins Zentrum der Kunden-Aufmerksamkeit gerückt werden, nicht gut verkaufen werden sie ausgetauscht. Mit der kontinuierlichen Marketingkampagne, die der Konzern auch in Kooperation mit den Händlern vorantreibt, ist der Geschäftsführer zufrieden. 2007 stieg der Umsatz mit Samsung um 100 %.

Verstärkte Präsenz

In naher Zukunft wird die Samsung-Präsenz im Laden weiter verstärkt: Eine Säule wird zum Blickfang und Vitrinen-Standort umfunktioniert. Ein halbhohe „Top-Shop-Element“, auf dem die Kameras präsentiert werden, schließt sich direkt an. Es ist zusätzlich mit einem Flachbildschirm ausgestattet. „Wir investieren mit Fläche und unserem guten Ruf – Samsung mit einer individuellen Planung und einer hochwertigen Ausführung“, so Dr. Görner. „Wir Fachhändler sind meinungsbildend. Wenn wir uns für Produkte stark machen, glaubt uns der Kunde.“



Wer die stark frequentierte Schadowstraße entlang flanier, stößt bei Foto Koch auf Samsung-Produkte.

Mit dem Samsung-Portfolio ist man bei Foto Koch zufrieden: „Das Sortiment ist gut, und innerhalb der Kompaktkamera-Serie gibt es klare Abgrenzungen“, erläutert Vertriebsleiter Stefan Schröter. „Zudem gibt es schöne Verkaufsargumente wie die zweijährige Garantie oder besondere Ausstattungsmerkmale wie das Weitwinkel und den doppelten Verwacklungsschutz bei der NV 24.“ „Wenn Samsung die Herausforderungen auf dem DSLR-Markt annimmt, dann bin ich sehr optimistisch“, ergänzt der Geschäftsführer. „Mit der Sensor-Entwicklung bei der GX-20 wurde der richtige Weg eingeschlagen. Was wir uns jetzt noch wünschen, ist eine breitere verfügbare Palette bei den DSLRs und den Objektiven – dann gibt es ein weites Feld der Möglichkeiten.“ [am]