

Cewe CEO und Vertriebsvorstand Dr. Christian Friege



Vollsortiment und Multichannel für den Fachhandel

Die Rückkehr zur Normalität nach der coronabedingten Sonderkonjunktur im Vorjahr ist für die Verantwortlichen von Cewe kein Anlass zur Sorge. Im Gegenteil: Europas führender Bilddienstleister erwartet auch in diesem Jahr wieder ein gutes Weihnachtsgeschäft, weil die Lockerungen vieler Beschränkungen den Menschen wieder Anlässe zum Fotografieren gegeben haben. imaging+foto-contact hat mit Cewe CEO Dr. Christian Friege darüber gesprochen, welche Rolle der Fachhandel bei der Vermarktung von Cewe Fotoprodukten spielen kann.

Cewe CEO Dr. Christian Friege: „Das Gesamtpaket, in dem wir intelligente Technologien mit Multichannel-Konzepten und erfolgreichen Marketing-Strategien verbinden, findet der Fachhandel bei keinem anderen Anbieter.“

imaging+foto-contact: Herr Dr. Friege, Ihre Zahlen für das erste Halbjahr 2021 zeigen nach der coronabedingten Sonderkonjunktur im Vorjahr einen leichten Umsatzrückgang im Fotofinishing-Geschäft. Hat die jahrelange Wachstumskurve in diesem Bereich ihren Zenith überschritten?

Dr. Christian Friege: Wir hatten 2020 tatsächlich „Rückenwind“ in unserem Finishing-Geschäft, weil viele Menschen während des Lockdowns die Zeit zu Hause genutzt haben, um sich mit ihren – auch älteren – Bildern zu beschäftigen und Fotoprodukte zu bestellen. Dass diese außerordentlichen Effekte endlich sind, hat uns

nicht überrascht. Deshalb ist die aktuelle Entwicklung für uns auch kein Anlass zur Sorge. Wir haben ja bereits in den Vorjahren gemerkt, dass immer mehr Menschen sich für unsere Cewe Fotoprodukte begeistern. Ich erinnere daran, dass wir im Jahr 2019, also vor Corona, im Geschäftsfeld Fotofinishing gegenüber dem ebenfalls erfolgreichen Vorjahr ein Umsatzplus von fast 14 Prozent verzeichnen konnten und beim Cewe Fotobuch sogar einen Absatzrekord erzielten, der unsere eigenen Erwartungen übertroffen hat. Die Rückkehr zur Normalität ist für Cewe deshalb mit Sicherheit kein Problem. Im Gegenteil: Wir freuen uns

darauf, im vierten Quartal die vielen Bilder, die unsere Kunden nach der Lockerung der Beschränkungen aufnehmen konnten, als Cewe Fotobuch, Cewe Kalender, Cewe Wandbild oder in vielen anderen Cewe Produkten ausliefern zu können.

imaging+foto-contact: Konnten Ihre Kunden im Fachhandel von der coronabedingten Sonderkonjunktur Ihrer Beobachtung nach auch profitieren?

Dr. Christian Friege: Wir haben den Fachhandel sofort nach der Verhängung des ersten Lockdowns intensiv unterstützt, indem wir z. B. für den Online-Bilderservice der United

Imaging Group in kürzester Zeit die Möglichkeit geschaffen haben, die Cewe Fotoprodukte direkt zu den Kunden nach Hause zu liefern. Während der Corona-Krise haben sich aktive Fotohändler zudem als bemerkenswert geländegängig erwiesen und echten Unternehmergeist gezeigt, indem sie ihre Online-Aktivitäten verstärkt und digitale Medien intensiv genutzt haben, um den Kontakt zu ihren Kunden zu halten. Das zeigt sich ja auch in den überraschend guten Umsatz- und Absatzzahlen beim Kamerageschäft der United Imaging Group. Allerdings sind wir davon überzeugt, dass viele Fachhändler bei den Bild-dienstleistungen noch Wachstumspotential haben, wenn sie ihre Kompetenz dafür einsetzen, ihre Kunden für erstklassige Bildprodukte zu begeistern.

imaging+foto-contact: Warum sollten diese Fachhändler dabei auf Cewe setzen?

Dr. Christian Friege: Weil sie mit uns die gesamte Klaviatur der Bild-dienstleistungen spielen können, vom Sofortbild im Geschäft bis zu unserem umfassenden Sortiment von Fotos, Cewe Fotobuch, Cewe Wandbildern,

Cewe Kalendern, Cewe Cards usw. Bei allen Fotoprodukten steht die Marke Cewe für genau die Premium-qualität, die von den Kunden zurecht mit dem Fachhandel verbunden wird. Deshalb passt unser Sortiment perfekt zu den teuren Kameras von Canon, Nikon, Olympus, Panasonic und Sony, die der Fachhandel so erfolgreich vermarktet. Diese Qualität können aktive Fotohändler den Kunden auf allen Bestellwegen zur Verfügung stellen: im Geschäft, mobil und online. Das wird auch von neutralen Institutionen anerkannt: So hat die European Imaging and Sound Association (EISA) gerade die Cewe Fotowelt App mit dem EISA Award Photo Service 2021-2022 ausgezeichnet, weil sie es den Kunden mit künstlicher Intelligenz leicht macht, ihre besten Fotos auszuwählen und Fotoprodukte zu gestalten, die von uns in hoher Qualität produziert werden. Dieses Gesamtpaket, in dem wir intelligente Technologien mit Multichannel-Konzepten und erfolgreichen Marketing-Strategien verbinden, findet der Fachhandel bei keinem anderen Anbieter.

imaging+foto-contact: Wie kann der Fachhandel das von Ihnen angespro-

chene Potential im Bildergeschäft entfalten?

Dr. Christian Friege: Der Fachhandel erweist sich derzeit ja als sehr erfolgreich im Verkauf von hochwertigen Fotoausrüstungen. Wenn ich Fachhändler wäre, würde ich zum einen die Verbindung zwischen Fotoequipment und Bilddienstleistungen stärken. Zum anderen würde ich Wege suchen, meinen Kunden auch im Bildergeschäft etwas Besonderes anzubieten. Das könnten Workshops oder Seminare für die Gestaltung von Bildprodukten sein, die gleich mit der Kamera verkauft werden, oder auch Veranstaltungen für neue Zielgruppen, um Smartphone-Fotografen für Cewe Fotobücher und andere Bildprodukte zu begeistern. Dafür bieten wir im Netz kostenlos viele Ideen, Tutorials etc. an. Auch spezielle Fotoprodukte, die wir in Kooperation mit anderen Unternehmen anbieten, sind geradezu prädestiniert für den Fachhandel.

imaging+foto-contact: Können Sie dafür ein Beispiel nennen?

Dr. Christian Friege: Wir haben z. B. vor einigen Wochen in Zusammenarbeit mit Faber Castell einen Satz von 12 Color Grip Buntstiften angekündigt, die mit ergonomischer Dreikant-Form und patentierter Griffzone aus rutschfesten Noppen besonders gut für Schulanfänger geeignet sind. Sie werden in einem hochwertigen Metall-Etui geliefert, das mit einem individuellen Foto personalisiert werden kann.

Das ist ein gutes Beispiel für ein Produkt, das sich im Schaufenster oder auf der Theke eines Fachgeschäfts sehr gut macht. In Kürze werden wir mit einem Profi-Set, das 24 Buntstifte enthält und auch für ältere Kinder und Jugendliche geeignet ist, noch einmal nachlegen. Mit solchen Produkten können Fotohändler auch



Auch Saisonprodukte wie der Cewe Premium-Adventskalender mit Ferrero Produkten sollen zum erfolgreichen Weihnachtsgeschäft beitragen.

neue Zielgruppen in ihre Geschäfte locken.

imaging+foto-contact: *Sie haben zu Beginn betont, dass Cewe ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft erwartet. Mit welchen Marketing-Aktionen werden Sie für Nachfrage sorgen?*

Dr. Christian Friege: Ich möchte aktuell noch nicht zu viel verraten, aber der Fotohandel kann sich darauf verlassen, dass wir auch in diesem Jahr die Kunden mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen auf allen Kanälen für Cewe Fotoprodukte als Weihnachtsgeschenke begeistern werden. Davon können alle Fachhändler profitieren, die unsere Produkte aktiv vermarkten.

imaging+foto-contact: *Würde es sich nicht anbieten, mit besonders attraktiven Preisen die nachfrageschwächere Zeit bis zum Weihnachtsgeschäft zu überbrücken?*

Dr. Christian Friege: Das haben wir nicht geplant und halten es auch nicht für sinnvoll. Die Menschen nutzen die wiedergewonnenen Freiheiten für Aktivitäten wie Reisen, den Besuch von Veranstaltungen und Familienfeiern. Dort werden die Fotos gemacht, die dann zu Weihnachten als Cewe Fotobuch, Cewe Wandbilder und Cewe Fotogeschenke verschenkt werden. Deshalb können Preisaktionen nicht dazu beitragen, Bestellungen von Fotos zu generieren, weil diese noch gar nicht aufgenommen oder gesichtet wurden. Es liegt im Wesen unseres Geschäfts, dass die Kunden erst selbst etwas tun müssen, nämlich fotografieren, bevor wir ins Spiel kommen. Erst wenn schöne Bilder da sind, fällt die Kaufentscheidung für ein Fotoprodukt. An dieser Stelle haken wir mit unseren inspirativen Marketingkampagnen ein. Preisaktionen können diesen Prozess nicht beschleunigen.

imaging+foto-contact: *Herr Dr. Friege, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*