

DIE ZUKUNFT DES FOTOHANDELS

„Das Internet nimmt den Handel in die ZANGE“

Der selbstständige Unternehmensberater **Ulrich Eggert**, vielen aufgrund seines aufrüttelnden Vortrags beim Business Forum Imaging 2015 noch im Gedächtnis, spricht im Interview über die schwierige Situation des Einzelhandels allgemein und des Fotofachhandels im Besonderen – jetzt und in Zukunft.

Herr Eggert, 2014 wurden in Deutschland 1,5 Millionen Kameras weniger verkauft als 2013. Eine existenzielle Krise oder Klagen auf hohem Niveau?

Ich denke, es ist hart an der Grenze, denn die Kameraverkäufe gehen überall zurück. Wir werden im Kamerageschäft, wohlgermerkt im stationären Handel, einen starken Rückgang haben, weil sich das Geschäft noch mehr ins Internet verlagern wird.

Ist der unabhängige Fotohändler in Ihren Augen ein Auslaufmodell?

Gibt es denn überhaupt noch richtig unabhängige Fotohändler? Ja, der unabhängige Fotohändler ist ein Auslaufmodell, außer er ist so groß, dass er Umsatz macht wie MediaMarkt/Saturn oder die Verbundgruppen.

Welche Kooperationsmöglichkeiten sehen Sie für den Fotofachhandel?

Der Einkauf ist ein Basic. In Zukunft gilt im Fotohandel genau wie überall: Ich brauche Unterstützung im Verkauf, im Vertrieb. Auch wird das Thema „Eigenmarken“ immer wichtiger. Nicht bei Kameras, aber beim Zubehör, beim Bildergeschäft mit allem, was dazugehört.

Wie bewerten Sie branchenübergreifende Kooperationen, zum Beispiel Foto- und Outdoorhandel?

Es ist immer gut, wenn man die Frequenz eines anderen für sein Geschäft nutzen kann. Wenn ich es als Fotohändler schaffe, bei einem Händler wie Globetrotter mit Kameras im Laden zu sein, kann ich dort auch gleich das Bildergeschäft machen. Da gehen Leute hin, die exotische Reisen machen und exotische Bilder mitbringen.

Wie sollte ein Fotofachhändler im Internet aufgestellt sein?

Im Internet werden langfristig nur die ganz Großen gewinnen und einige we-

nige Nischenanbieter in Spezialbereichen. Jetzt mag manch einer sagen: „Foto ist doch ein Spezialbereich.“ Aber dann brauche ich in Deutschland nicht von den 20.000 Fotoartikel anbietenden Händlern 20.000 Shops.

Der eigene Online-Shop für den Fotohändler ist also nicht praktikabel?

Das kann man nicht pauschalisieren. Es gibt Händler, die das gerne selber machen wollen und damit auch gut zurechtkommen. Grundsätzlich heißt Internet aber möglichst viel Einheitlichkeit, denn nur so habe ich die Macht der Marke – Ringfoto oder wie sie auch immer heißen mag – auf meiner Seite. Die Bündelung der Kräfte im Internet ist für die Zukunft ganz entscheidend.

Welche Rolle spielt dabei der Bereich der Dienstleistungen?

Eine sehr große. Man muss sich nur mal vorstellen: 54 Prozent aller Ausgaben eines jeden Deutschen gehen für Dienstleistungen drauf. 28 Prozent dessen, was Deutsche einkaufen, wird im Handel gekauft. Das ist knapp die Hälfte! Warum beschränkt sich der Händler also nur auf die Ware? Er sitzt auf dem absteigenden Ast des Sozialprodukts und klammert sich daran fest. Muss man Kameras immer verkaufen? Warum bietet man nicht wie beim Mobilfunk Fotoverträge an und erhält jedes Jahr zur Vertragsverlängerung eine neue Kamera?

Bedeutet das Internet den Tod des stationären Einzelhandels?

Das Internet wird den stationären Handel in die Zange nehmen, nimmt es jetzt schon. Im Jahr 2020 werden an die 20 Prozent des Neuprodukte-Bedarfs im Bereich Non-Food über das Internet verkauft. Vielleicht bestelle ich bei meinem örtlichen Händler und er schickt es mir, oder ich hole es ab – „click & collect“. Da



WER IST EIGENTLICH ...



FOTO: privat

... Ulrich Eggert

Ulrich Eggert, Dipl. Kfm., war 32 Jahre bei der BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, angestellt, davon über 25 Jahre in leitender Position, 13 Jahre als Geschäftsführer. Aufbauend auf einem BWL-Studium an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster mit dem Schwerpunkt Marketing und vielfältigen Marktforschungsjobs bei namhaften deutschen Instituten erlernte er die Praxis von Beratung, Forschung, Training etc. in einem umfassenden Ausbildungsgang bei BBE. Seit Anfang 2007 ist Ulrich Eggert als selbstständiger Berater und gefragter Referent tätig.

will ja auch Fotoco hin, dass der Kunde im Zentralshop bestellt und die Ware beim Händler vor Ort abholt, der ihn dann mit anderen Leistungen ködern kann.

Also gibt es noch Hoffnung?

Das Internet wird den Einzelhandel drastisch verändern. Wir werden einen enormen Wechsel erleben. Derzeit haben wir 400.000 Einzelhändler in Deutschland, von denen werden 150.000 verschwinden und es kommen 50.000 oder 60.000 neue dazu. Wenn wir heute von 20.000 Händlern sprechen, die Fotoartikel anbieten, dann werden wir die vielleicht auch in zehn Jahren noch haben. Aber darunter werden 10.000 neue sein. 📷

Interview: Andreas Ohlberger