



PRESSEMITTEILUNG

zum RINGFOTO-Pressegespräch am 09.10.2015

Kongresszentrum/nh-Hotel Erlangen

RINGFOTO GmbH & Co. ALFO Marketing KG
Benno-Strauß-Straße 39 • 90763 Fürth

50 Jahre erfolgreich im Verbund

Die RINGFOTO-Gruppe als Europas größter Fotoverbund feierte im Rahmen der RINGFOTO-Herbstmesse 50-jähriges Bestehen – Verbundkonzept als Zukunftsmodell für den Einzelhandel – Anforderungen an den lokalen Handel steigen

Fürth/Erlangen. Die RINGFOTO-Gruppe mit Sitz in Fürth, Europas größter Fotoverbund, kann in diesem Jahr auf eine nunmehr 50-jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Über die Jahre seines Bestehens hinweg verzeichnet der Verbund ein kontinuierliches starkes Wachstum.

Jetzt nutzte die Zentrale des Einkaufsverbundes dieses Jubiläum, um gemeinsam mit dem unabhängigen Wirtschaftsexperten Prof. Dr. Dirk Morschett und beteiligten Händlern Bilanz zu ziehen und die Zukunftsfähigkeit von Einkaufsverbund-Konzepten im Einzelhandel – auch über die Fotobranche hinaus – zu beleuchten.

Der Austausch zu diesem komplexen Thema fand anlässlich der RINGFOTO-Händlermesse am vergangenen Wochenende in Erlangen statt, auf der sich Fotofachhändler zweimal jährlich bei rund 100 namhaften Anbietern von Technik und Dienstleistungen über neueste Trends rund um die Imagingbranche informieren und zu günstigen Messe-Konditionen einkaufen können.

Herausforderungen und Stärken des lokalen Einzelhandels

An den Einzelhandel vor Ort, speziell an den Fotofachhandel, werden heutzutage vielfältige Anforderungen gestellt: Persönliche, fachkundige Beratung, attraktive Preise, eine große Produktauswahl und ein umfangreiches Serviceangebot sind seitens der gut informierten Kunden gefragt.

Um sich auf diesem immer härter umkämpften Markt gegen reine Onlinehändler oder Technikmärkte durchzusetzen, müssen die örtlichen Fachhändler bei ihren Kunden sowohl mit einem zeitgemäßen Ladenkonzept, mit einem preisattraktiven Produkt- und Dienstleistungsangebot als auch mit einer umfassenden Beratungskompetenz punkten.

„Die Imagingbranche muss aufgrund ständiger technischer Neuerungen und hoher Ansprüche ihrer Kunden extrem flexibel agieren“, erklärte RINGFOTO-Geschäftsführer Michael Gleich, „doch nicht jeder Einzelhändler kann heute neben dem normalen Ladengeschäftsbetrieb alle Anforderungen an eine stets aktuelle Produktpalette, konkurrenzfähige Preispolitik und modernes Marketing mit Nutzung aller Vertriebskanäle erfüllen. Hier bieten wir unseren Partnern vielfältige Unterstützung, die sie je nach individuellem Bedarf in Anspruch nehmen können. Diese konsequente, moderne Arbeitsteilung ist das Erfolgsrezept unsere Gruppe: strategische und taktische Leistungen durch die Zentrale und operative, selbständige Führung der Geschäfte durch unabhängige Unternehmer.“

RINGFOTO-Mitglieder können so beispielsweise von günstigen gemeinsamen Einkaufskonditionen profitieren, die Exklusivmarken Peter Hadley und Voigtländer in ihr Sortiment aufnehmen oder sich bei der Konzeption und Ausstattung ihres Ladengeschäfts beraten lassen. Auch Marketingkonzepte, vielfältige Werbematerialien oder Vertriebskanäle wie ein Online-Shop werden für die Händler vom Verbund entwickelt.

Im Jubiläumsjahr 2015 hat RINGFOTO ein Paket mit zahlreichen zusätzlichen Maßnahmen für seine Mitglieder entwickelt wie etwa eine Jubiläums-App, auf der Kunden attraktive Angebote, Aktionen und Events ihres nächsten Fachhändlers zu 50 Jahren RINGFOTO finden.

Gemeinsame Marke – eigenständige Entscheidungen

1965 von einigen Fotofachhändlern gegründet, war es bereits damals erklärte Absicht von RINGFOTO, das Einkaufs- und Vertriebspotenzial im deutschen Fotofachhandel durch weitsichtige Maßnahmen zu konzentrieren. Bereits bei der Gesellschafterversammlung des Jahres 1969 wurde das Bemühen, dem Verbraucher zu günstigen Preisen bestmögliche Leistung und Service zu bieten, als ein strategisches Ziel der damaligen Händlergemeinschaft formuliert.

Heute gehören zur RINGFOTO-Gruppe deutschlandweit rund 1.450 Fachgeschäfte sowie fast 500 Geschäfte im benachbarten Ausland. Alle Mitglieder sind unabhängige Unternehmer – die Verbundgruppe führt keine eigenen Filialen und auch kein Franchisesystem.

Seit 50 Jahren auf Wachstumskurs

Dass diese Verbund-Strategie seit 50 Jahren aufgeht, zeigt das stetige Wachstum sowohl der Mitglieder- als auch der Umsatzzahlen der RINGFOTO-Gruppe selbst. Lag der Umsatz des Verbundes 1985 noch bei 46 Mio. Euro, so stieg er bis 1995 auf 162 Mio. Euro und 2005 auf 260 Mio. Euro. Das Rekordjahr lag in 2009: Mitten in der globalen Finanzkrise verzeichnete der Verbund einen Umsatz von 311,8 Mio. Euro und damit ein Umsatzplus von 19,8%. Nur in 2013 ging der Umsatz auf Grund einmaliger Effekte (Ausscheiden eines sehr großen Mitglieds) und sehr schlechter Marktentwicklung deutlich zurück.

Doch aktuell blickt die RINGFOTO-Gruppe wieder auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: Der konsolidierte Konzernumsatz (einschl. Österreich und Niederlande) lag 2014 bei 289,8 Mio. Euro und damit 2% über dem Vorjahr. Ebenso geht RINGFOTO für das laufende Jahr 2015 wiederum von steigenden Umsätzen aus: Im Jubiläumsjahr liegt RINGFOTO bei einem laut GfK per August 2015 um 8,7% rückläufigen Fotomarkt bei einem Umsatzzuwachs von 13% zum Vorjahr. Die Marke von 300 Mio. Euro ist das erklärte Ziel.

„Dieses Wachstum im deutlich schrumpfenden Fotomarkt zeigt“, so Michael Gleich, Geschäftsführer der RINGFOTO-Gruppe, „dass unsere Fotofachhändler im Verbund sehr gut auf dem Markt positioniert sind.“

Laut GfK vom August 2015 sei der Fotofachhandel mit einem Anteil von 37% der stärkste Vertriebskanal in Deutschland – und daran habe wiederum RINGFOTO einen Anteil von mehr als 60%.

Man habe sich strategisch gut aufgestellt, um den zukünftigen Herausforderungen des immer komplexer werdenden Foto- und Imaging-Marktes zu begegnen. Dank attraktiver Vereinbarungen mit allen wichtigen Industriepartnern, Laboren und Dienstleistern der Fotobranche könne der stationäre Einzelhandel die vielen Vorteile dieser Verbundpolitik in Form von guten Preisen erfolgreich weitergeben.

Kritisch äußerte sich der Fotofachhändler und Vorsitzende des RINGFOTO-Verwaltungsrats, Rainer Th. Schorcht, zu der ungebremsen Dumping-Preispolitik des reinen Online-Handels. „Unsere Händler vor Ort haben höhere Fixkosten etwa durch Fachpersonal und Ladenmieten – und ohne Unterstützung durch die Politik für den selektiven Vertrieb kaum eine Möglichkeit, den Billigstpreisen dauerhaft etwas entgegenzusetzen. Die Unterstützung des eigentlich für einen fairen Wettbewerb zuständigen Kartellamtes ist nicht vorhanden. Im Gegenteil wird unter dem Mantel des „Verbraucherwohls“ eine einseitige Discounter-Politik betrieben und jeglicher Ausgleich unterbunden.“

Zukunft liegt im Verbund

„Ohne Verbund geht es in Zukunft im mittelständischen Einzelhandel nicht, egal in welcher Branche“, war das klare Statement von Key Note-Sprecher Professor Dr. Dirk Morschett der Universität Fribourg/Schweiz. Morschett, Inhaber des Lehrstuhls für Management, ist ein international renommierter Experte für die Themen Distribution und Handelsmanagement.

„Der Einzelhändler muss sich heute als Marke profilieren, er muss online und Geschäft verknüpfen, er muss Dienstleistungen, Top-Beratung und eine Ladenatmosphäre zum Wohlfühlen bieten, um im Wettbewerb erfolgreich zu bleiben“, so der Handelsexperte.

Diese vielfältigen Aufgaben könnten vom Händler nicht mehr allein bewältigt werden. Er benötigt laut Morschett hierfür vielmehr eine starke Gruppe. Das zeigten auch Beispiele aus anderen Marktsegmenten wie der Lebensmittel- oder Spielwarenbranche, in denen viele Händler ebenfalls von den Vorteilen eines Einkaufsverbundes profitieren. „Lag der Fokus von Verbundgruppen früher auf dem gemeinsamen Einkauf, zeigt Ringfoto als führende Verbundgruppe der Foto-Branche heute, dass das gemeinsame Marketing entscheidend ist, von exklusiven Sortimenten über eine attraktive Ladengestaltung und kundenorientierte Dienstleistungen.“ Das, gebündelt in einen gemeinsamen Markenauftritt, mache laut Morschett RINGFOTO-Händler zu einer starken Marke, die am Markt erfolgreich sei.

Händlerberichte aus der Praxis

Drei Händler stellten während des Pressegesprächs ihre unterschiedlichen Erfolgskonzepte vor und stehen damit stellvertretend für die Individualität der RINGFOTO-Partner.

Martin Achatzi, Foto Achatzi, Bad Laasphe

Von der Kleinstadt Bad Laasphe aus hat sich Martin Achatzi mit seinen drei Mitarbeiter einen bundesweit anerkannten Ruf als „Canon-Experte Nr. 1“ erarbeitet. Fotografische Leidenschaft, Expertise und viel Engagement sind seine Erfolgsgeheimnisse, sowohl in seinem Ladengeschäft als auch in seinem Onlineauftritt oder auf der Facebookseite. An der RINGFOTO-Mitgliedschaft schätzt er, „dass ich mein Unternehmen unabhängig gestalten, aber trotzdem kein Einzelkämpfer bin. Wir können mit der RINGFOTO-Gruppe wachsen und fühlen uns dabei unter deren Dach abgesichert.“

Reiner Wöhrstein, Foto Wöhrstein, Singen

Das moderne Ladengeschäft von Reiner Wöhrstein in Singen gilt als „Flagship-Store“ von RINGFOTO. Wöhrstein setzt auf den Einkauf als Erlebnis vor Ort, dazu kommen seine permanente Wandlungsfähigkeit und die Aufgeschlossenheit gegenüber Online-Shops. Er stellt klare Forderungen an sich und seine Kollegen: „Die Zukunft gehört dem Hybrid-Fachhandel, dazu muss sich der Handel neu erfinden. Im Laden müssen Emotionen produziert werden, während der Online-Shop der Mittler ist, der aus Online-Erwartungen Offline-Erlebnisse vor Ort schafft! Dazu sind übergeordnet die Kraft und das Future-Management wie bei RINGFOTO die Voraussetzung.“

Birthe Erhardt, Foto Erhardt, Westerkappeln

Birthe Erhardt stellte vor, wie sich Foto Erhardt mit Sitz in Westerkappeln bei Osnabrück von einer Foto-Drogerie zu einem erfolgreichen Familienunternehmen mit heute 12 Filialen und einem bundesweit schlagkräftigen Online-Handel entwickelt hat – flankiert von vielfältigen Serviceangeboten wie einer Foto-Akademie mit zahlreichen Workshops. „Wir haben schon früh die Vorteile analoger und digitaler Möglichkeiten verbunden – im Fotostudio wie im Fotohandel“, berichtete Birthe Erhardt, „denn bereits 1999 haben wir unseren ersten Online-Shop eröffnet, behalten aber dabei immer auch den Ausbau und die Modernisierung unserer Filialen im Blick.“ An der Kooperation mit RINGFOTO schätze man die guten Einkaufskonditionen, deren Vorteile man an seine Kunden weitergeben könne, sowie die Unterstützung im Bereich Marketing.

Unternehmensinformation

- Die RINGFOTO GmbH & Co. ALFO Marketing KG mit Sitz in Fürth/Bay. wurde 1965 gegründet.
- Sie ist Europas größter Fotoverbund und unterstützt ihre Mitglieder mit vielfältigen Service-Leistungen im Bereich Einkauf, Vertrieb, Marketing und Beratung.
- Über 1.500 Mitglieder, fast 2.000 Vertriebsstellen und mehr als 1 Mrd. € Außenumsatz der Mitglieder (2014) stehen für den Erfolg und die Leistungsfähigkeit der RINGFOTO-Gruppe.
- Mit Tochtergesellschaften in Österreich und den Niederlanden sowie Händlern in Luxemburg, Italien und Tschechien zeigt RINGFOTO auch international eine starke Präsenz.
- Alle Mitglieder sind selbstständige Fachhändler. RINGFOTO betreibt kein Franchise-System.
- Am Sitz der Zentrale in Fürth sind aktuell ca. 120 Mitarbeiter tätig.
- Zweimal jährlich veranstaltet RINGFOTO für seine Händler in Erlangen eine Messe, auf der rund 100 Anbieter Innovationen aus dem Foto- und Mobiltelefonbereich präsentieren.

Ansprechpartner für die Presse:

RINGFOTO GmbH & Co. ALFO Marketing KG

Claudia Endres
Leitung Marketing/Vertrieb
cendres@ringfoto.de • www.ringfoto.de
Benno-Strauß-Str. 39 • 90763 Fürth

gräbel kommunikation

PR- und Werbeagentur
Bettina Sandmann
Tel. 09131 90827-63
b.sandmann@graessel-kommunikation.de

Login Pressebereich:

<http://www.ringfoto.de/ringfoto-gruppe/pressebereich/login>
Benutzername: presse • Passwort: presse.1

Erlangen, im Oktober 2015