



Auf der rauschenden Jubiläumsparty sorgte die Nostalgie-Band ABBA da capo mit den Hits des legendären schwedischen Pop-Quartetts für Stimmung.

## europafoto Gesellschafterversammlung 2017

# Im Zeichen des Jubiläums

Der runde Geburtstag „50 Jahre europafoto“ war auf der diesjährigen Gesellschafter- und Mitgliederversammlung am 29. Mai in Berlin nicht der einzige Grund zum Feiern. In einem schwierigen Umfeld ist es der Kooperation gelungen, trotz gesunkener Umsätze den Gewinn und damit die Ausschüttung an die Mitglieder praktisch stabil zu halten. Das ist vor allem dem Engagement der europafoto Fachgeschäfte zu verdanken, von den viele 2016 kräftiges Wachstum erzielt haben.

So konnten 60 Prozent der europafoto Mitglieder von der Ausschüttung nach der Steigerungsstaffel profitieren; im Vorjahr waren es noch unter 10 Prozent. Die Ausschüttung nach den FFV Verträgen blieb 2016 auf dem Niveau des Vorjahres. Das bedeutet angesichts des Ausscheidens umsatzstarker Mitglieder eine kräftige Steige-

rung. Eine höhere Lagergewinnausschüttung und deutlich gestiegene Boni bestimmter Lieferanten führten zu einem Gewinn nach Steuern in Höhe von 4,15 Millionen Euro, nur knapp unter dem Vorjahresergebnis von 4,3 Millionen Euro. Das bedeute die höchste prozentuale Ausschüttung der vergangenen Jahre, betonte europafoto Geschäftsführer Robby Kreft: „Wir haben alle gesetzten Ziele weit übertroffen und sind auch mit geringeren Umsätzen erfolgreich.“

Tatsächlich waren die Begleitumstände des Jahres 2016 für europafoto nicht gerade günstig. Das Ausschei-

*Trotz des gesunkenen Umsatzes erreichte die Ausschüttung an die Mitglieder fast das hohe Niveau des Vorjahres. Der gelbe Balken zeigt die Summe, die nach Neuverhandlungen mit Nikon separat ausgeschüttet wurde.*



den großer Mitglieder und die Lieferausfälle durch das Erdbeben in Kumamoto führten unter dem Strich zu einem Umsatzrückgang von 36 Millionen Euro auf 142 Millionen Euro. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche sei der Umsatz allerdings um 6 Millionen Euro gestiegen, betonte Kreft. So hätten die europafoto Mitglieder durch ihr Engagement dazu beigetragen, dass im rückläufigen Kameramarkt der Anteil des Fachhandels auch im vergangenen Jahr wieder gestiegen sei. „Wir gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren jede zweite Kamera im Fachhandel verkauft wird“, betonte Kreft. Ebenfalls zum Wachstum beigetragen hat der Erfolg mit Kommissionsware und der wachsende Umsatz im



*europafoto Geschäftsführer Robby Kreft: „Wir haben 2016 alle gesetzten Ziele weit übertroffen.“ (Foto: Johannes Nitsche)*

Online-Shop. Wegen der immer noch hohen Anlaufkosten verzeichnete die europafoto eCommerce GmbH zwar wie erwartet einen Verlust, konnte den Umsatz aber um den Faktor 4,5 erhöhen. Nach wie vor geht die europafoto Führung deshalb davon aus, mit dem Internet-Geschäft im Jahr 2019 den Break-even zu erreichen. Weitere Tochter- bzw. Beteiligungsgesellschaften, darunter die europafoto Grundstücksgesellschaft mbH und der Software-Spezialist di support, an dem die Kooperation einen Anteil hält, erzielten 2016 deutlich positive Ergebnisse.



*Der alte und neue Verwaltungsratsvorsitzende Andreas Manthey begrüßte zahlreiche europafoto Gesellschafter und Mitglieder in Berlin. (Foto: Johannes Nitsche)*

## Einigkeit

Auch die Jahreshauptversammlung bewertete das 2016er Ergebnis positiv; alle Beschlüsse wurden einstimmig gefasst. Auf Vorschlag von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung wurde die Zahl der Mitglieder im Verwaltungsrat von acht auf fünf verringert. Für eine Periode von zwei Jahren wurden gewählt: Andreas Manthey, Wismar (Vorsitzender), Robert Edel, Leipzig, Peter Hamer, Bochum, Peter Kleiber, Fellbach, und Kerstin Sängler, Stuttgart. Aus dem Verwaltungsrat ausgeschieden sind Klaus Bothe, Icking, Johannes Gressum, Saar-

brücken, und Berthold Zacharias, Regensburg.

## Partner Sony

Die diesjährige Jahreshauptversammlung wurde von Sony als Sponsor unterstützt. Der japanische Hersteller hatte auch seinerseits Grund zum Feiern, denn im April eroberte das Unternehmen den ersten Platz unter den Kamera-Herstellern in Deutschland (nach Wert). Dazu haben auch die guten Beziehungen mit europafoto beigetragen – der Umsatz der Kooperation mit Sony hat sich von 2013 bis 2016 verdoppelt. In Berlin würdigte Yosuke Aoki, Head of Pan-European Product Marketing Digital Imaging und Vice President von Sony Europe, die erfolgreiche Zusammenarbeit. Da Sony den Löwenanteil seiner Kamera-Umsätze im Profi- und Premium-Segment erziele, sei die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel besonders wichtig, betonte der Manager. Mit großen Investitionen in die Marke, intensiver persönlicher Betreuung, der Bereitstellung von Exklusiv-Modellen, gezielten Verkaufsförderungsaktionen, der Beteiligung an Hausmessen, speziellen Promotion-Veranstaltungen wie



*Der nunmehr fünfköpfige europafoto Verwaltungsrat: (v. l.) Robert Edel, Peter Kleiber, Kerstin Sängler, Peter Hamer und Andreas Manthey (Vorsitzender).*

*(Foto: Heike Klein, Foto Wichern)*



*Yosuke Aoki, Head of Pan-European Product Marketing Digital Imaging und Vice President Sony Europe, stellte sich auf einer Podiumsdiskussion den Fragen der europafoto Mitglieder. (Foto: Heike Klein, Foto Wichern)*

den regionalen Alpha-Tagen sowie Service- und Garantiekonzepten werde Sony die Unterstützung des Fachhandels auch in Zukunft fortsetzen. Eine besondere Erfolgsgeschichte ist der Aufstieg der Sony Systemkameras mit Vollformat-Sensor. Innerhalb von vier Jahren hat Sony sieben Modelle

auf den Markt gebracht und mit 27 passenden Objektiven ergänzt. Bei den selektiv vertriebenen Sony SDS Produkten ist europafoto der einzige Händler, auf dessen Online-Plattform direkt von der Sony Seite aus verlinkt wird. Natürlich kann man im europafoto Webshop diese Produkte nicht direkt bestellen, aber einen Fachhändler suchen und die Verfügbarkeit prüfen. Verkauft werden diese Produkte auch bei europafoto ausschließlich im jeweiligen Geschäft. Nur Händler, die sowohl den Sony SDS als auch den E-Commerce-Vertrag der Kooperation unterschrieben haben, werden angezeigt. Sony demonstrierte seine Verbundenheit mit europafoto auch als Sponsor der gelungenen Jubiläumsparty, auf der die europafoto Mitglieder nach Abschluss der Jahreshauptversammlung bis in den frühen Morgen hinein das 50jährige Bestehen ihrer Kooperation feierten.

### **Digital oder emotional?**

Zum Auftakt der Mitgliederversammlung gab Ingo Vogel mit einem gelungenen Vortrag unter dem Titel „Digital oder emotional? Erfolgreiches Verkaufen im 21. Jahrhundert“ den Fachhändlern wichtige Impulse für erfolgreiches Verkaufen. Mit Ergebnissen aus der Hirnforschung machte der Referent deutlich, wie die Kunden ticken und ermutigte den Fachhandel, seine naturgegebenen Vorteile gegenüber reinen Online-Spezialisten zu nutzen. Denn diese, so betonte Vogel, könnten ebenso wie zahlreiche Fachmärkte keine Emotionen vermitteln. Der Fachhandel dagegen habe die direkte Kundenbeziehung und die Kompetenz, um sich nicht nur als Bedarfsdecker, sondern auch als Wunscherfüller zu profilieren und den Kunden ein emotionales Einkaufserlebnis zu bieten. Wenn das gelinge, so Vogel, träten Preisdiskussionen von allein in den Hintergrund. „Nicht die meisten Kunden haben Probleme mit Preisen, sondern die meisten Verkäufer“, erklärte der Experte, der mit seiner gekonnten Präsentation jederzeit klar machte, warum er nicht nur als Spezialist für emotionales Verkaufen, sondern auch als Experte für emotionale Rhetorik gilt.



*Ingo Vogel, Experte für Emotionales Verkaufen und Emotionale Rhetorik, machte den europafoto Fachhändlern Mut, ihre Stärken zu nutzen, um sich von Fachmärkten und Online-Spezialisten zu differenzieren. (Foto: Johannes Nitsche)*