imaging+foto contact
Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.foto-contact.de

Ringfoto Mitglieder erhalten Rekordausschüttung

Ertragreich durch das Krisenjahr

Trotz der Warenknappheit im Zuge der Naturkatastrophen in Japan und Thailand legte die Ringfoto Geschäftsführung auf der diesjährigen Gesellschafterversammlung in Hamburg für das Jahr 2011 gute Zahlen vor. Die Mitglieder honorierten diesen Erfolg durch überwältigende Zustimmung zu Management und Verwaltungsrat und nutzten die Gelegenheit, aus hochkarätigen Vorträgen neue Ideen mit nach Hause zu nehmen.

Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich kündigte den Mitgliedern trotz des schwierigen Umfelds eine Rekordausschüttung für das Jahr 2011 an.

Die Ringfoto GmbH & Co. Alfo Marketing KG erzielte im Jahr 2011 einen Jahresüberschuss in Höhe von 1,744 Millionen Euro. Zwar lag das Ergebnis damit um 321.000 Euro unter dem Vorjahr, berücksichtigt man aber die von der Ringfoto Zentrale durchgereichten Boni der Lieferanten, so flossen den Mitgliedern im Jahr 2011 insgesamt 18,585 Millionen Euro zu. Das sei nicht nur die höchste Gesamtausschüttung in der Firmengeschichte, sondern vor dem Hintergrund des vergangenen Krisenjahres, in dem die Industrie wegen der Naturkatastrophen in Japan und Thailand mit Lieferschwierigkeiten zu kämpfen hatte, auch ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis, erklärte Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich.

Der Ringfoto Gesamtumsatz erreichte 2011 ein Volumen von 290,6 Millionen Euro, 3,8 Prozent weniger als im Vorjahr. Einschließlich der Tochtergesellschaften in Österreich und den Niederlanden ergab sich ein konsolidierter Konzernumsatz von 321,4 Millionen Euro (Vorjahr: 334,4 Millionen Euro).

Wachstum in innovativen Segmenten

Trotz der enormen Warenknappheit des vergangenen Jahres nahm der Umsatz mit Spiegelreflexkameras um 7 Prozent zu; das Geschäft mit Systemkameras konnte sogar um 75 Prozent gesteigert werden. Das hatte auch erfreuliche Zuwächse bei Objektiven (+13 Prozent) und Blitzgeräten (+3 Prozent) zur Folge.

Ein Danke an Moderatorin Sabine Sauer vom Verwaltungsratsvorsitzenden Rainer Schorcht.

Der Umsatz mit kompakten Digitalkameras reduzierte sich 2011 gegenüber dem Vorjahr um 12 Prozent, denn in diesem Bereich war besonders die Verfügbarkeit der hochwertigen Modelle von den Umweltkatastrophen betroffen. Ebenfalls rückläufig war der Umsatz mit Camcordern des Consumer-Bereichs (-24,2 Prozent), Speichermedien (-24 Prozent), Inkjet-Druckern (-2 Prozent) und Scannern (-23 Prozent).

Dagegen legte Ringfoto in hochwertigen Segmenten mit neuen Produktkategorien zu. So verzeichnete der Bereich Informationstechnik mit Notebooks, Monitoren, Tablet-PCs, Speicherlösungen und Computerzubehör ein Wachstum von 31,3 Prozent; der

Copyright by imaging+foto-contact 7/2012

Verkauf von Apple-Produkten stieg sogar um 150 Prozent. Entgegen dem Markttrend konnte auch der Umsatz mit digitalen Bilderrahmen gesteigert werden (+16 Prozent). Als besonders erfreulich empfindet die Geschäftsführung die Umsatzsteigerungen mit der Eigenmarke Voigtländer (+25 Prozent mit der Voigtländer Classic Collection). Dabei hat sich vor allem die Entwicklung der lichtstarken Nokton-Objektive mit MFT-Anschluss ausgezahlt. Die Nachfrage nach diesen hochwertigen Optiken übertreffe deutlich die verfügbare Produktionskapazität, betonte Gleich.

Einigkeit macht stark

Die Ringfoto Mitglieder honorierten die erfolgreiche Arbeit des Managements und der Mitarbeiter mit überzeugenden Voten für die Gremien: Der Entlastung der Geschäftsleitung stimmten 99,5 Prozent, der des Verwaltungsrats 96,7 Prozent der Mitglieder zu. Das turnusgemäß zur Wiederwahl anstehende Verwaltungsratsmitglied Ralf Duderstadt wurde ohne Gegenkandidat mit einem Stimmenergebnis von 94,8 Prozent für die nächste Periode bestätigt.

RIO 3.0 geht in die Praxis

Im Rahmen des größten Software-Projekts der Firmengeschichte hat Ringfoto das bisherige Extranet RIO (Ringfoto Informations- und Ordersystem) auf eine völlig neue technische Basis gestellt. Die Programmierung der Version 3.0 ist nun abgeschlossen. Anfang Juli werden die ersten Beta-Tester mit dem System arbeiten, das den Mitgliedern eine völlig neue Plattform bieten soll, um sich über neue Produkte und aktuelle Themen zu informieren und natürlich Ware bei

Informatives Rahmenprogramm

Neben den üblichen Regularien gab es auch auf der diesjährigen Ringfoto Gesellschafterversammlung wieder ein umfassendes Rahmenprogramm. So informierte der Industriepartner Sony ausführlich über seine Fachhandelsstrategie. Dabei standen Thilo Röhrig (Business Manager Digital Imaging) und Martin Winkler (Country Head Sony Deutschland) bei einer Podiumsdiskussion den jungen Ringfoto Händlern Carolin Kirchwehm und Sven Pätzmann Rede und Antwort. Gesprächsstoff gab es genug: Mit dem Partner-Vertrag, der in diesem Jahr auf die europäische Ebene gehoben wurde, hat Sony ein besonders viel diskutiertes Instrument für den Fachhandelsvertrieb geschaffen. Zudem war das Unternehmen besonders stark von der Flutkatastrophe in Thailand betroffen. Inzwischen, das zeigte die Podiumsdiskussion, haben sich bei beiden Themen die Wogen deutlich geglättet. Nach einem etwas holprigen Start wird der Sony Partner Vertrag auch von den Ringfoto Mitgliedern auf breiter Basis akzeptiert, und auch die Warenverfügbarkeit hat sich deutlich verbessert.

Um die richtige Strategie für Familienunternehmen ging es in einem Gastvortrag von Professor Dr. Arnold Weissmann (Weissmann & Cie.). Der bekannte Berater, der bereits als Student das elterliche Familienunternehmen übernahm, konzentriert sich in seiner Tätigkeit ausschließlich auf den Mittelstand. Mit 20 Regeln machte Weissmann die Ringfoto Mitglieder mit den wichtigsten Erfolgsfaktoren für Familienunternehmen vertraut. Das Spektrum reichte von der Frage, wie sich ein Familienunternehmen selbst definieren und von den Wettbewerbern unterscheiden möchte, bis zur Umsetzung der Strategie und der Regelung der Nachfolge.

Tipps für die erfolgreiche Gesprächsführung gab es vom Kommunikations-Coach Sven Sander. Der Motivator und Rhetoriker ist ein Experte in Sachen Schlagfertigkeit und stellte in seinem lebhaften Vortrag Rezepte vor, mit denen man den eigenen Standpunkt selbstbewusst vertreten kann, ohne dem Gegenüber auf die Füße zu treten. Dabei ging es auch darum, wie man unangenehme Fragen (zum Beispiel nach niedrigeren Preisen im Internet) am besten kontert, ohne in eine Verteidigungshaltung zu geraten. Dabei, so zeigte Sander auf, geht es nicht nur darum, die richtigen Worte zu finden, sondern auch die richtige Körpersprache einzusetzen.

Schlagfertigkeit kann man lernen, z. B. vom Motivator und Rhetoriker Sven Sander, dessen Vortrag sehr gut ankam.

Copyright by imaging+foto-contact 7/2012

Bei der Podiumsdiskussion mit (v. l.) Carolin Kirchwehm, Sven Pätzmann und Michael Gleich wurden die Sony Manager Martin Winkler und Thilo Röhrig offensichtlich nicht „gegrillt".

Ringfoto zu bestellen. Bei der neuen Software wurden Übersichtlichkeit und Suchfunktion deutlich verbessert, zahlreiche Filtermöglichkeiten vorgesehen und neue Features wie zum Beispiel ein individueller Produktvergleich integriert. Direkt am Artikel können die Mitglieder in Zukunft auf zahlreiche Zusatzinformationen wie Downloads oder Testurteile zugreifen.

Marken-Offensive geht weiter

Die bereits im Rahmen der Ringfoto Frühjahrsmesse gestartete Branding-Offensive ist erfolgreich unterwegs. Im Zuge dieser Aktion sollen möglichst viele Geschäfte mit einem Ringfoto-Außenauftritt versehen werden, um die Marke noch stärker in den Fokus der Verbraucher zu rücken. Mitglieder, die alle Mindest-Standards für einen Ringfoto-Auftritt erfüllen und zukünftig unter der Marke ihrer Kooperation operieren wollen, erhalten im Rahmen der Branding-Offensive für ihre neue Außenwerbeanlage einen Werbekostenzuschuss von 50 Prozent. Dafür haben sich bereits zahlreiche Händler beworben. 35 ausgewählte Geschäfte werden momentan umgerüstet; weitere Interessenten sollen im Laufe des Jahres folgen.

Positiver Ausblick

Nach den Lieferengpässen des Vorjahres werden jetzt zahlreiche Neuheiten eingeführt, die ursprünglich für 2011 eingeplant waren. Auch im Bereich hochwertiger SLR- und Systemkameras – einer besonderen Domäne des qualifizierten Fotohandels – wird mit weiteren wichtigen Neuheiten gerechnet. Die diesjährige photokina wird nach Einschätzung der Ringfoto Verantwortlichen ebenfalls die Umsätze der Fotobranche positiv beeinflussen.

Spielte am Vorabend der Gesellschafterversammlung nicht nur brillant Klavier, sondern zeigte sich im Outfit auch als Fan der deutschen Fußball-Nationalmannschaft: Weltstar Lang Lang.

photokina 2012: „Photoglobus" und Bildermeer

Mit einem Durchmesser von sechs Metern war „Der größte Photoglobus der Welt" auf der photokina 2010 ein besonderer Blickfang. Mit den auf dem zweisprachigen (deutsch/englisch) Internetportal www.photoglobus.de hochgeladenen Digitalfotos soll auf der photokina 2012 eine weitere spektakuläre Aktion entstehen: Sie sollen ausgedruckt und in der Passage der Hallen 4 und 5 als „Bildermeer" präsentiert werden, das über dem „Der größte Photoglobus der Welt" schwebt.

Alle, die ihre Fotos auf www.photoglobus.de hochladen, können zum Bildermeer auf der photokina 2012 beitragen.

Damit haben alle, die ihre Bilder auf www.photoglobus.de hochladen, die Möglichkeit, ihre Fotos auf der photokina auszustellen – was sonst nur ausgewählten Fotografen möglich ist.

„Der größte Photoglobus der Welt" soll mit dem Bildermeer emotional und nachhaltig das Leitthema der photokina als World of Imaging visualisieren. Möglich wird diese einzigartige Gemeinschaftsaktion durch die Unterstützung der Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes Canon, Cewe Color, DayMen, Fujifilm, Hama, Nik Software, Nikon, Olympus, Panasonic, Samsung, Sigma, Sihl und Tamron sowie der Prophoto GmbH und der photokina.

Copyright by imaging+foto-contact 7/2012