

FRÜHJAHRSTREFFEN DER OPTIMAL-FOTO-GRUPPE

Sehen und erleben



Ein reger Austausch, Seminare und Workshops sowie viele neue Produkte erfreuten nicht nur Mitglieder, sondern auch andere interessierte Besucher

Die Besucher der Frühjahrsmesse der Optimal-Foto-Einkaufskooperation sahen nicht nur viele neue Produkte, sondern konnten auch aktives Miteinander und echte Hilfestellung erwarten



Ralf Wegwerth, Geschäftsführer der Optimal-Foto

Unter dem Motto „Erfolg durch Kompetenz“ präsentierten 59 Aussteller auf einer um 150 Quadratmeter leicht vergrößerten Ausstellungsfläche beim vierten Optimal-Event ihre Produkte und Dienstleistungen für den Fachhandel und Profifotografen. Zur Veranstaltung im Würzburger Vogel Convention Center kamen rund 400 Besucher, darunter 282 Mitglieder aus 129 Geschäften. Auch 89 freie oder anderweitig gebundene Händler wollten sich im Rahmen des Events über die Optimal-Foto-Gruppe informieren.

„Wir haben in den vergangenen Monaten einen starken Trend bemerkt, Onlinebestellungen mit Hilfe eines Tablets oder Smart-

phones auszuführen“, so Ralf Wegwerth, Geschäftsführer der Optimal-Foto-Gruppe. „Und wir haben auf diesen Trend reagiert und stellen zusammen mit Silverlab den Optimal-Partnern eine entsprechende App zur Bestellung von Fotoartikeln bereit.“ Die OF-2PIX App, die ab sofort kostenlos für mobile Geräte mit iOS- und Android-Betriebssystem heruntergeladen werden kann, gehört zu den Highlights, die die Optimal-Gruppe auf dem Event vorstellt. Mit dieser App kann der Kunde Bilder direkt von seinem Smartphone oder Tablet auf das Kiosk-Terminal seines Fotohändlers übertragen und alle vom Ki-

osk angebotenen Bildprodukte bestellen. Ein weiteres Highlight für den Fotohandel war die neue Fototaschenkollektion von Samsonite, für die DGH Großhandel den Exklusivvertrieb im Fotokanal in Deutschland übernommen hat.

Neu ist auch hipjib, eine innovative Lösung für Videofilmer, die an eine Mischung aus Stativ und Steadicam erinnert und rasant Kamerafahrten und Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven ermöglicht. Auch bei der erfolgreichen Exklusivmarke opti pro gibt es neue Produkte. So kommt mit Stone eine neue Taschenserie, die sich vor allem an anspruchsvolle Fotografen wendet. Ebenso sind jetzt opti pro-Filter und ein Akku-Ladegerät erhältlich.

Zweiter Schwerpunkt war die Unterstützung der Optimal-Partner bei der Optimierung oder Einrichtung ihrer Onlinepräsenz. So können Optimal-Händler beispielsweise bei ihren virtuellen Aktivitäten auf die komplette Bilddatenbank von MediaSupply zurückgreifen. Mit den dort gespeicherten rund 23.000 Bildern kann jeder stationäre Händler eine attraktive Onlinepräsenz starten.

Hensel demonstriert die sogenannte Blue Box Fotografie. Die aus Film und Fernsehen bekannte Technik steht jetzt auch Fotografen zur Verfügung. Bei ihr wird das Modell vor einem blauen Hintergrund fotografiert.

Zulauf bei Optimal-Foto

Die Optimal-Foto-Gruppe hat auch im vergangenen Geschäftsjahr einen positiven Trend verzeichnet. So wurden im vergangenen Jahr 67 neue Standorte in die Kooperation integriert, und auch in diesem Jahr wurden schon 21 neue Mitglieder (Stand: Mitte März) aufgenommen. Damit stieg die Gesamtzahl der Mitglieder und Partner von 562 im März 2013 auf derzeit 596. Es wurden mit Optimal-Dialog und Optimal-Technik zwei neue Institutionen eingerichtet. Im Rahmen von Optimal-

Dialog treffen sich Fotografen und Händler, um sich vor allem über die alltäglichen Anforderungen auszutauschen. Mit Optimal-Technik hat sich eine Gruppe von Hardware-Händlern etabliert, die sich um die Themen Kameralieferanten, Verträge und Margen kümmern. So ist im Herbst 2013 die erste gemeinsame Werbekampagne mit Panasonic entstanden. Die gemeinsame Aktion ePass läuft mit Pilotgeschäften aus der Optimal-Foto bereits in Göttingen und Köln – erfolgreich und ohne Komplikationen.



Speziell für Videofans – das hipjib