



➡ Auf dem Optimal-Event in Würzburg wurden u. a. die aktuellen Opti-Pro Eigenmarke-Produkte präsentiert.

OPTIMAL-EVENT IN WÜRZBURG

WEITER WACHSEND

82 Optimal-Foto-Partner aus 129 Unternehmen sowie 89 Interessenten aus 41 Unternehmen besuchten Ende März das Optimal-Event in Würzburg. Die mit Optimal-Foto und DGH kooperierenden Hersteller präsentierten dort ihr aktuelles Portfolio, Panasonic war in diesem Jahr Haupt-Sponsor. Zu sehen gab es fast alles, was von Fotohändlern und Studio-Fotografen für die tägliche Arbeit benötigt wird.

OPTIMAL-FOTO Die Optimal-Foto-Gruppe hat sich auch im vergangenen Geschäftsjahr positiv entwickelt. So wurden 2013 67 neue Standorte in die Kooperation integriert, und auch in diesem Jahr wurden 21 neue Mitglieder aufgenommen. Rechnet man die Geschäftsaufgaben aus Alters- oder anderen Gründen heraus, stieg die Gesamtzahl der Optimal-Mitglieder und Partner von 562 im März 2013 auf derzeit 596. On Top entschieden sich noch unmittelbar auf dem Optimal-Event 7 Unternehmen dazu, Partner von Optimal-Foto zu werden. „Wir werden immer häufiger angesprochen“, freut sich Geschäftsführer Ralf Wegwerth. Seine Gesamt-Bilanz für das schwierige Jahr 2013: „Wir können von der Umsatz-Situation her zwar nicht Hurra schreien, sind aber ganz gut davon gekommen.“ Die Neukunden helfen dabei. Trotz der großen Offenheit achtet man bei jedem neuen Mitglied dennoch darauf, dass die gemeinsame Basis stimmt. Auf das Restjahr 2014 blickt Wegwerth zuversichtlich: „Wir haben einiges an Potenzial dazu gewonnen.“

➡ Of2Pix von Silverlab Solutions bringt Bilder schnell auf den Kiosk der Optimal-Foto-Händler.



AUSTAUSCH UNTER KOLLEGEN

Mit „Optimal-Dialog“ und „Optimal-Technik“ wurden 2013 zwei neue „Institutionen“ bei Optimal-Foto eingerichtet. Seit Juni treffen sich im Rahmen von „Optimal-Dialog“ Fotografen und Händler, die sich im offenen Dialog vor allem über die alltäglichen Anforderungen austauschen. Themen sind beispielsweise die erfolgrei-



RALF WEGWERTH

„Wir haben einiges an Potenzial dazugewonnen.“ Die Optimalfotogruppe wächst.

Fresh Foto und No`shok im Fotokanal exklusiv über DGH Großhandel vertrieben werden), VST (siehe Bericht in dieser Ausgabe), Lexar, Hipjib, Toshiba (u. a. mit dem 4K-Display TUM32 Pro1, das 99 % (!) des Adobe-Farbraums abdeckt) und DPD. 5.000 DPD-Paketshops gibt es bereits hierzulande. „Im Schnitt verdient ein Händler 1 Euro pro verschicktem Paket“, sagt Jens Haberecht, DPD Paket-Shop Manager Süd, „bei einem Zeitaufwand von 1-2 Minuten.“ Mit 30 Cent wird auch die Bearbeitung von Retouren „honoriert“, zudem steigt die Frequenz im Geschäft. „In ländlichen Regionen sind kleinere Händler manchmal zum Universaldienstleister geworden“, berichtet Wegwerth. Da kann dann auch Lotto, Tabak oder eben DPD ins Geschäftsmodell passen.

MULTICHANNEL

Neben den Produktneuheiten ist ein zweiter Schwerpunkt die zielgerichtete Unterstützung der Optimal Partner bei der Optimierung oder Einrichtung ihrer Onlinepräsenz.

Optimal-Foto-Mitgliedern steht attraktives PoS-Material zur Verfügung.

„Wer langfristig überleben will, kommt an einem Auftritt im Internet nicht mehr vorbei“, sagt Wegwerth. Die DGH-Produktdatenbank Media Supply hilft beim laufenden Betrieb, die Kooperation mit Rakuten.de kann erste Online-Schritte erleichtern.

ZAHLREICHE WORKSHOPS

Hensel Visit International demonstrierte auf der Aktionsfläche die „Freemask“-Technik, mit deren Hilfe selbst Haare oder halbtransparente Objekte sehr komfortabel freigestellt werden können. Dabei werden zwei Fotos schnell hintereinander aufgenommen – eines mit einem geeigneten Hensel-Blitz von vorne ausgeleuchtet und eines mit einem weiteren von hinten ausgeleuchtet – mit dem Effekt, dass die Person/das Produkt auf dem zweiten Bild als Silhouette erscheint. Mit Photoshop oder der Software Mask Integrator lässt sich das Objekt dann in kürzester Zeit freistellen. Benötigt werden dafür eine schnelle Kamera, der Hensel Freemask Sender und geeignete Hensel-Blitze, in die der Empfänger bereits integriert ist. Ebenfalls auf der Messe präsent: Studioliicht-Anbieter Profoto, der auch TTL-fähige Studio-Blitzgeräte für Nikon und Canon im Portfolio hat – hier stellte Frank Oeynhauschen auch Tamrac-Taschen und Mefoto-Stative vor – sowie Multiblitz und Foto Walser. Ausgabeseitig zeigten u. a. Velatec, Silverlab, TIS, Imacro, Digifoto, DITMS und Tetenal was möglich ist. Weitere Workshops von der Canon-Blitztechnik bis zu DNP Partyprint, Lumix G und der „Kundenaktivierung“ rundeten das Optimal-Event ab. |am|



vogel Convention