

DER STEIRISCHE FOTOFACHHANDEL INS JAHR 2020

KURZRESÜMEE



Juni 2013

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS.....	2
1. DER MARKT VON HEUTE – EIN GANZ KURZER ÜBERBLICK.....	3
2. DER KUNDE / DIE KÄUFER – INTERESSANTE KÄUFER FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL.....	4
3. TRENDS UND ENTWICKLUNGEN FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL	6
4. EMPFEHLUNGEN FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL	8
5. ZUKÜNFTIGE NETZKNOTEN UND DEREN NUTZUNG	10
6. QUALITATIVE BEFRAGUNG: WAS DIE STEIRISCHEN KÄUFER WIRKLICH WOLLEN	12
7. FAZIT	13

*Um den Lesefluss zu vereinfachen, wird auf geschlechtsspezifische Verdoppelungen verzichtet.
Alle nachfolgenden neutralen Bezeichnungen beziehen sich selbstverständlich auf beide Geschlechter!*

Quelle Titelbild „Graz bei Nacht“: fotografie.at

1. DER MARKT VON HEUTE – EIN GANZ KURZER ÜBERBLICK

- ▶ **Fotohandys, Tablets und Smartphones** zählen zum vielversprechenden steirischen Absatzmarkt mit Wachstumszahlen jenseits von 100 %. – Das Segment der **Kamerahandys** ist hingegen mengen- und wertmäßig rückläufig.
- ▶ Mit **Tablet-PCs** wird **fotografiert und kommuniziert**. Die dazu passenden hochwertigen menschlichen und individuellen **Dienstleistungen** gibt es allerdings noch kaum.
- ▶ Kameras in **allen Facetten** – vor allem Spiegelreflexkameras – gehört die Zukunft. Auch der **Zubehörmarkt** hat **enormes Potenzial**. Das passende Objektiv für den spontanen Ausflug muss es sein!
- ▶ **Smarte Lösungen** ersetzen nur die Kompaktkamera! Professionelle, innovative Lösungen im Kamerabereich sind stark im Aufwind. – Genau dort ist der professionelle Fachmann / die professionelle Fachfrau ganz besonders gefragt.
- ▶ „**Videos everywhere**“ lautet die Zukunft. Action Cams machen **Dokus in Echtzeit** und überall möglich. Der mobile Kunde dankt es! – Es wird mit einer **Vervierfachung der Absatzzahlen** gerechnet!
- ▶ Innovative Lösungen sind nicht zu stoppen! „**Was kommt nach dem App?**“ – diese Frage wird in nächster Zeit beantwortet werden. Social Media & ein leistungsfähiges mobiles Web vielleicht? Auch **Google Glasses** gibt den Anstoß für eine spannende sowie abenteuerliche Zukunft!
- ▶ **Qualitätsvolle Dienstleistungen** – Infotainment und Ausprobieren – sind bei den unterschiedlichen Zielgruppen ganz besonders angesagt. Sowohl der **stationäre bzw. traditioneller Fotofachhandel**, als auch der **Online-Handel** („Information im Geschäft vor Ort, Einkauf online!“), verzeichnen im Jahr 2013 einen **Aufwärtstrend!**
- ▶ Der **Retro-Trend (Fotoalben & Co)** sorgt für haptische Gefühle!

2. DER KUNDE / DIE KÄUFER – INTERESSANTE KÄUFER FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL

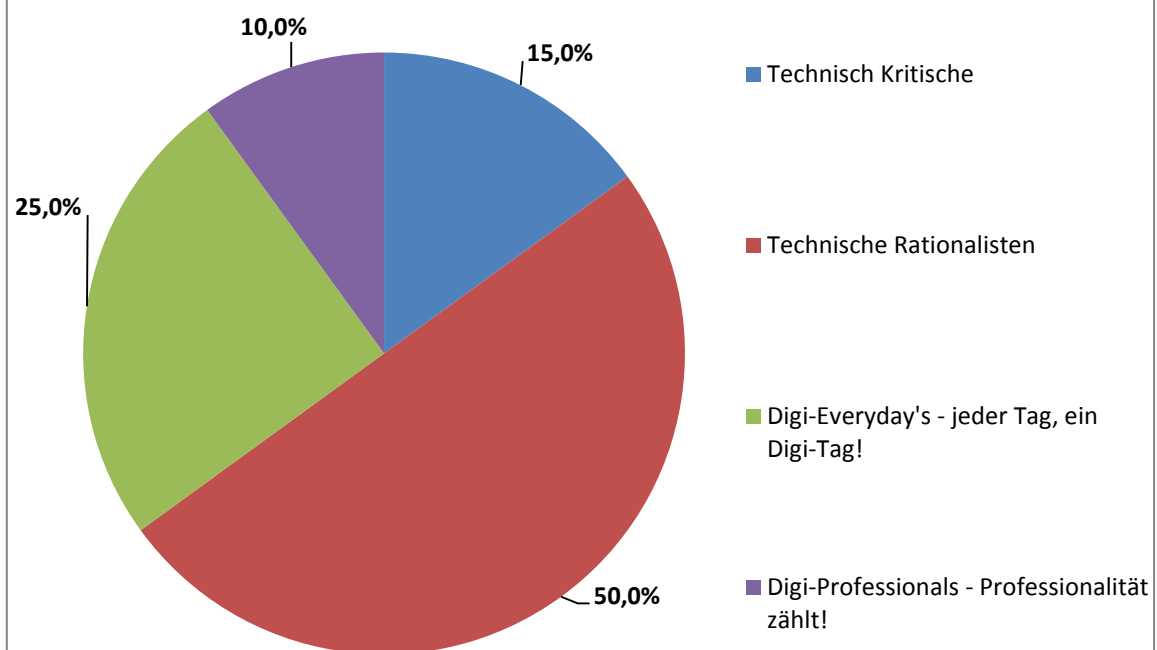
- ▶ Das **hedonistische Milieu** in Österreich ist ganz besonders auf **Neuorientierung** und **technische Innovationen** bedacht und macht in Österreich rund **11 % der Bevölkerung** aus. Lustgewinn durch reizvolle Emotionen trifft auf ein enormes, überdurchschnittliches **Kaufkraftpotenzial!**
- ▶ Das Weltbild der **Anspruchsvollen** (Euro-Lifestyles) zeichnet sich durch gelebte **Bodenständigkeit** (stark realitätsbezogen) und ein **hohes Sicherheitsbedürfnis** aus. **Qualitativ hochwertige Serviceleistungen** sind für die **angesprochenen 14 %** der Bevölkerung ganz besonders wichtig.

Alle Menschen in der nachfolgenden Typologie kommen mit unterschiedlichen Erwartungen, aber vor allem Sehnsüchten, in den realen und virtuellen Fotofachhandel:

- ▶ **Technisch Kritische** (15 % der Steirerinnen und Steirer*)
 - Einfache, bequeme Lösungen und Menschen bzw. Mitarbeiter, die (besonders) gut erklären können, stehen im Vordergrund! Für menschliche Erklärungsleistungen wird gerne bezahlt! Sie bevorzugen die reale Welt, um ihre Kontakte zu pflegen und ihre Geschäfte und Einkäufe zu tätigen.
- ▶ **Technische Rationalisten** (50 % der Steirerinnen und Steirer*)
 - Praktische Erfahrungstipps für das ganz persönliche Archiv, die sowohl schnell sowie geld- und zeitsparend sind, erfreuen und machen ausgabefreudig! Die virtuelle Welt gilt als Tenor für Kaufentscheidungen und somit auch als wichtiges Kommunikationsmittel.
- ▶ **Digi-Everyday's** (25 % der Steirerinnen und Steirer*)
 - Online Aktivitäten (M-Business – M-Commerce – mobile Geschäfte überall möglich) von Händlern werden gerne genutzt, vor allem dann, wenn sie mit allen technologischen Raffinessen ausgestattet sind. Sie fühlen sich auch in der virtuellen Welt zu Hause – die Sehnsucht nach sozialer Nähe wird vor allem online gestillt!
- ▶ **Digi-Professionals** (10 % der Steirerinnen und Steirer*)
 - Die Profis erwarten professionelle Fachgespräche auch zu ungewöhnlichen Zeiten und an ungewöhnlichen Orten, wobei auch Seminare, Workshops, Impulsvorträge und Diskussionsrunden gerne in Anspruch genommen werden – natürlich gegen Bezahlung! Die Digi-Professionals nutzen die virtuelle Welt, um Informationen aller Art zu sammeln, kaufen ihre Produkte jedoch beim Händler vor Ort!

**Quelle: bmm-Eigenmarktforschung; Grundgesamtheit = ca. 1 Mio. Steirer ab 18 Jahren in Bezug auf ihr Verhalten zu technischen Produkten und Dienstleistungen*

NUTZERTYPOLOGIE IM ÜBERBLICK



Quelle: bmm-Eigenmarktforschung

3. TRENDS UND ENTWICKLUNGEN FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL

- ▶ Die **Ausgabebereitschaft der Österreicher** in Gegenwart und Zukunft ist erfreulich hoch – **27 % haben vor, mehr für elektronische Geräte auszugeben.** – Diese Bereitschaft muss **konsequent und aktiv abgeholt werden.**
- ▶ **Testberichte und Empfehlungen aus der Zielgruppe** gelten für **mehr als 50 % der Österreicher** als **absolut kaufentscheidend.** – Positive Beispiele und Urteile steigern die Ausgabebereitschaft!
- ▶ **Abspeichermöglichkeiten spielen eine entscheidende Rolle.** Dokumentationen sowie Erinnerungen, die leicht und schnell auffindbar sind, gewinnen an Bedeutung.
- ▶ **Neue Dateiformate sowie neue Technologien** gilt es **in Zukunft auszuschöpfen** aber **auch das Comeback des Buches** ist im Vormarsch! Retro trifft Zukunft! – Haptik zählt, aber **auch alle anderen Sinnesorgane wollen verwöhnt werden.**
- ▶ Das **Teilen von Fotos ist ein entscheidendes Kommunikationsmittel. Connectivity zählt** – immer und überall online sein können! – Kühle Algorithmen und anonyme Technik treffen auf individuelle, menschliche Nähe.
- ▶ **Starke Partnerschaften** mit Kunden **schaffen Wettbewerbsvorteile. Technik muss die Lebensqualität verbessern,** sonst ist sie nichts (oder sehr wenig) Wert!
- ▶ Für **54 % aller Menschen** muss Technik in erster Linie **Nähe bringen. 56 %** geben an, dass die neue Technik ihr **Zeitmanagement verbessert**, ihr Leben aber auch **komplizierter** gemacht hat. – „Zeig mir Deine Produkte und Dienstleistung und ich sag Dir, wie begehrt Du bist!“
- ▶ **Qualitativ hochwertige Produkte gewinnen an Bedeutung.** Fast jeder Vierte will die **beste Qualität**, wenn es um Kameras geht.
- ▶ **Streaming und M-Imaging** sind die absoluten **Top-Themen. M-Commerce und M-Business** bringen «fun», sparen Zeit und machen (öttlich!) unabhängig.

- ▶ **Smart Materials** (neue und ungewöhnliche Materialien) bringen die Bildausgabe „ganz neu raus“. **Upcycling bringt Mehrwert – Individualität zählt.** The „War of Materials“ hat bereits begonnen.
- ▶ **Multi-Channel-Angebote** werden von **Smart Shoppern** gerne genutzt. Dabei ergänzen sich viele Wege sinnvoll. – Genau das kommt beim Kunden an.
- ▶ **TechSharing** heißt „**Lebensqualität statt Kaufmotive**“ und ist das **Motto des smarten und ökoeffizienten TechManagement der Zukunft.** Nutzen und nicht besitzen, so die Sehnsuchtswelt 2020!
- ▶ **51 %** der Österreicher haben ein **enormes Sicherheitsbedürfnis** und **wollen in Zukunft mehr ausgeben.** Sicherheit vom Menschen im weitesten Sinne ist ein **boomender Markt und bindet Kaufkraft.**
- ▶ Das **iPhone / virtuelle Geräte lösen das Auto als Statussymbol ab.** – Nicht nur, wenn man jung ist!

4. EMPFEHLUNGEN FÜR DEN STEIRISCHEN FOTOFACHHANDEL

- ▶ Mit einer **glasklaren Positionierung** in eine **umsatz- und gewinnstarke Zukunft** – vor allem der **Gewinn ist stark steigerbar!** - Die Position führt zum besseren Preis (P2P)!
- ▶ Im Geschäft selbst erwartet der Kunde der Zukunft, vom Technisch-Kritischen bis zum Digi-Professional, vor allem **mehr Dienstleistungen und Service. Unterhaltungswert** ist gefragt! Wer seine Kunden kennt, muss für Dienstleistung gutes Geld verlangen!
- ▶ **Sortimentserweiterung** rund um Smartphones und / oder Tablets tragen zum **Umsatz-** und vor allem Gewinnplus bei. Der Rückgang bei Fotohandys und elektronischen Bilderrahmen ist so ganz leicht „kaschierbar“! Das eigene Produkt- und Dienstleistungsangebot aktiv gestalten und einmal pro Jahr kritisch hinterfragen, sind Mussaktivitäten am Weg zum Erfolg!
- ▶ Modern, menschenfreundlich und unkompliziert, lautet ein geliebtes Markenversprechen für (gelernte) Lovebrands der Zukunft. Lokale menschliche Marken machen den Unterschied!
- ▶ Aber nicht nur Produkte und Leistungen haben die Chance, starke Lovebrands zu werden: vor allem der **Fotofachhandel selbst** kann zur lokalen Marke werden. Hier gilt es die **Sinnesorgane zu verwöhnen!**
- ▶ Im **Printbereich** zählen **haptische Erlebnisse!** Motive sind vorhanden und zwar in Fülle! **I²-Dienstleistungen** (intelligent + individuell) sind gefragt!
- ▶ Neben **Vernetzungsmöglichkeiten** von Kameras aller Art mit der **virtuellen Welt**, insbesondere **Online-Communities**, hat man auch die Möglichkeit Kontakte zu suchen und zu finden. Ein Social Media Auftritt reicht bis 2015, aber dort muss was los ein! – Online schafft Voraussetzungen für echte menschliche Kontakte!
- ▶ Nicht **nur keine Angst vor Technik haben, sondern die Freude auf Neues muss** bei den **Mitarbeitern sichtbar** und **spürbar** sein. Systemisches Wissen (Freizeit, Wohnen, Hobbies) bringt Mehrwert beim Kunden!

- ▶ Kunden wollen bei der Nutzung von Kameras und Equipment **Spaß und Freude** haben. Gelöste W's (Warum? Weshalb? Wieso? Wer?) führen zum Fotowohlgefühl beim Kunden. Aus Fragen werden nicht nur Antworten, sondern Benefits! – Der Nutzen zählt!
- ▶ **Starke Kooperationspartner** auf Seite von Zulieferern und Industrie, im Bereich Wartung und Technik sowie bei **Umsetzlösungen** von „Wall-Decor“ (u.a. Innenarchitekten, Fliesenleger) gilt es zu finden! **Meine Fotos, meine Welt!**
- ▶ **Smarte Lösungen** bei Produkten und Dienstleistungen sind gefragt! Totale Funktionsfähigkeit + fast kein Erklärungsbedarf = begeisterte und weitererzählbare Kunden! Mouthadvertising findet zunehmend rein emotional statt! – (positive) Emotionen zählen!
- ▶ Eine **Mehrbezahlbereitschaft** wird gesichert und neue Zielgruppen aktiv erschlossen, wenn der Kunde die innovativen Produkte und Dienstleistungen auch **versteht!** Mehr als 70 % aller Innovationen werden vom Kunden nicht als solche „erkannt“!
- ▶ Mit den **drei positiven Emotionen** (Freude, Überraschung sowie Interesse) gilt es im Geschäft vor Ort, im Social Media Bereich und vor allem auch im direkten Kundenkontakt zu spielen!

5. ZUKÜNFTIGE NETZKNOTEN UND DEREN NUTZUNG

Alle Informationen, gemeinschaftlich betrachtet, ergeben ein Netz für zukünftig Erfolgreiche!

NETZKNOTEN	KONSEQUENZEN
SOCIAL MEDIA IST BESTANDTEIL...	<i>... um neue Kunden zu finden, mit ihnen im Dialog zu sein und diese zu binden!</i>
UNRUHE BEI DEN „ALTEN“!	<i>Sowohl als Mitarbeiter (Mitarbeiter-Diversity - 71PLUS und da ist lange noch nicht Schluss), aber auch als Ideenlieferant in der eurorelevanten Zielgruppe. – Lebensqualität und Bequemlichkeiten zählen!</i>
GESUNDHEIT IN EIGENE LÖSUNGEN INTEGRIEREN!	<i>Mitarbeitergesundheit und Lebensqualität spielen für Produktivität und Erfolg eine zentrale Rolle. - Work-Life-Fitness als Lösungsansatz!</i>
MENSCHEN IN DIALOG BRINGEN!	<i>Ohne Bedarfsanalyse gibt es keine passenden Lösungen. Dialog suchen, finden und für innovative „Fotolösungen“ aller Art nutzen! – Produktivität durch persönlichen Kontakt!</i>

NETZKNOTEN

KONSEQUENZEN

RESSOURCENMANAGEMENT LEBEN!

Gelebte Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sorgen für ein gutes Gewissen beim Konsumieren!

EINFACH UND BRAUCHBAR SEIN!

Einfache und selbsterklärende technische Produkte sind schwer erwünscht!

RAUMLÖSUNGEN NEU!

Living Picture und Wall-Decor der Extraklasse machen es möglich!

EIGENE BÜHNEN ERSTELLEN UND BESPIELEN!

Bühnen für das eigene Unternehmen und für die Kunden bereitstellen – reale und virtuelle Bühnen sind gefragt und tragen zur Markenbildung bei! – Abwechslung zählt!

REGIONALITÄT UND HEIMAT SCHAFFEN IDENTITÄT!

Die Integration von Produkten aus der Region schafft regionale Wertschöpfung und -schätzung – wir dürfen mit Heimat stolz spielen!

MOBILE LÖSUNGEN EINFORDERN UND KREIEREN!

M-Imaging als Top-Thema der Zukunft!

Fazit: Viel Gestaltungsraum, viele Möglichkeiten und Chancen! – Bitte nutzen!

6. QUALITATIVE BEFRAGUNG: WAS DIE STEIRISCHEN KÄUFER WIRKLICH WOLLEN

▶ **Technisch-Kritische (rund 20.200 potenzielle steirische Kunden)**

- Individuell gestaltete Fotobücher / Poster sowie Digitalkameras und kompetente persönliche Beratung von Mitarbeitern, die auf die individuellen Kundenwünsche eingehen, stehen ganz oben auf der Liste.
- Technisch-Kritische sehen ein gutes Serviceangebot und kompetente Beratung vor Ort als Garant für langfristigen Erfolg am steirischen Markt.

▶ **Digi-Everydays (rund 343.500 potenzielle steirische Kunden)**

- Top-Qualität bei Produkten und Dienstleistungen sowie innovativ, kreativ zu bleiben und wettbewerbsfähig zu sein, als auch auf „Retro-Trends“ Rücksicht zu nehmen, setzen die Digi-Everydays beim Angebot voraus.
- Digitalkameras, die einfach zu bedienen sind und eine hohe Qualität haben, sowie Smartphones mit einer sehr guten Kamera sind für die Digi-Everydays ganz besonders begehrt! All-in-One Geräte machen frei, allerdings muss das Preis-/ Leistungsverhältnis passen.
- Mit dem Angebot an individuellen Foto-Kalendern und trendigen Geschenksideen aller Art sowie hauseigenen Online-Portalen mit rascher mobiler Zugriffsmöglichkeit kann bei den Digi-Everydays ganz besonders gepunktet werden. Dabei wird vor Ort ein modernes und trendiges Geschäft erwartet.

▶ **Technische Rationalisten (rund 272.700 potentielle steirische Kunden)**

- Die begehrten zukünftigen Produkte sind individuelle und „angreifbare / haptische“ Fotobücher sowie Digitalkameras mit Videofunktionen und mobile Endgeräte aller Art. Überall vernetzt (Online everywhere) sein, sehen die Technischen Rationalisten als wesentliche Anforderung in der Zukunft. Dabei dürfen innovative Produkte im Fachgeschäft nicht zu kurz kommen.
- Zu den Dienstleistungen, die in Zukunft besonders gefragt sein werden, zählt mehr individuelle Beratung, wobei Komplettlösungen für Kunden angeboten werden müssen. Auch individuelle Foto-Mappen und Foto-Kalender sowie eine kompetente, freundliche Beratung, um sich in der komplexen technischen Welt mit vielen Fachbegriffe zurecht zu finden (Fachhandel wird zum Übersetzer beim Kunden), sind sehr begehrt.

▶ **Digi-Professionals (rund 363.659 potenzielle steirische Kunden)**

- Als Produkte, die zukünftig gefragt sind, möchten die Digi-Professionals Einsteiger- und Spiegelreflexkameras sowie spiegellose Kameras, um den hohen Ansprüchen zu genügen.
- Dienstleistungen, die in Zukunft besonders gefragt sein werden, sind ein guter Service sowie individuelle Fotobücher bzw. Fotomappen, um Erinnerungen „real“ ablegen zu können. Ein guter Vertrieb, Konkurrenzfähigkeit gegenüber Online-Anbietern und Großmärkten sowie ein guter Vor-Ort-Service sind das A und O für den Digi-Professional!

7. FAZIT

- ▶ An qualitativ **hochwertigen und menschlichen Dienstleistungen** fehlt es ganz besonders. Diesen Mangel gilt es besonders zu nutzen!
- ▶ **Smarten** und **mobilen Gesamtlösungen** gehört die Zukunft – sie bieten Chancen zur Vernetzung mit der virtuellen Welt!
- ▶ Bewegte Kunden lieben die **Echtzeitdokumentation** – sowohl real als auch virtuell!
- ▶ **Google Glasses, Apps** und mehr eröffnen ganz neue **Chancen und Möglichkeiten**.
- ▶ Egal ob Technisch-Kritische, Rationalisten, Digi-Everydays oder Digi-Professionals – bei **allen Zielgruppen** gibt es Möglichkeiten zu punkten!
- ▶ **Geld- und Ausgabebereitschaft** ist da – bitte abholen!
- ▶ **Lebensqualität** und **Fotofachhandel** sind **untrennbar** miteinander verbunden! Mehr Lebensqualität bedeutet mehr Treue!
- ▶ **4** von 10 **Fotofachhändlern** geht es in **Zukunft besonders gut**, weitere 4 werden, wenn sie nichts tun, **wenig Gewinn** machen und die restlichen 2 müssen etwas tun, denn sonst gibt es **keinen Gewinnspielraum!**