

Neue Ideen, neue Angebote – Der Club setzt jetzt voll auf die Digitalfotografie



Rheda-Wiedenbrück, 02.07.2004. Sommerzeit ist Fotozeit. Tausende von Urlaubern ziehen während der warmen Monate mit ihren Kameras an den Strand oder schießen Bilder von touristischen Zielen. Passend zur Saison startet der Club jetzt eine „digitale Foto-Offensive“: „Mobile Photo Service“ heißt das neue Angebot, bei dem sowohl Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder ihre mit dem Handy aufgenommenen Bilder direkt zum Entwickeln schicken können. Der neue Service ist ein weiterer Schritt im Umbau des Fotogeschäfts des Clubs von analog zu digital.



Jürgen Spexard und Rocco Thiede

Das Fotogeschäft hat beim Club Tradition. Bereits 1977 wurde der erste Fotoservice eingerichtet. „Fotografie spielt für den Club seit über einem Vierteljahrhundert eine wichtige Rolle“, erläutert Rocco Thiede, Pressesprecher der Direct Group. „Wichtig ist dabei, dass unser Fotoservice nicht nur Club-Mitgliedern offen steht. Auch Nicht-Mitglieder können ihre Filme in den Club-Filialen zum Entwickeln abgeben oder ihre Fotos im Internet online bestellen.“ Partner des Clubs für die Labordienstleistungen ist seit 1977 die Cewe Color Group. Gemeinsam mit Cewe Color hat der Club seinen Fotoservice seit 2000 modernisiert und vor allem digital ausgerichtet. Im August 2003 wurden sämtliche Angebote vom Fotoservice über Fotogeschenke bis hin zum Fotoalbum unter der neuen Marke „Das Photo“ zusammengeführt. „Mit ‚Das Photo?‘ ist der Club der größte Fotofilialist Deutschlands“, bilanziert Jürgen Spexard, der seit März 2000 für das Fotogeschäft des Clubs verantwortlich zeichnet. In den zurückliegenden Jahren habe sich das Fotogeschäft zur drittgrößten Produktgruppe nach Büchern und Musik entwickelt. Rund 13 Prozent des Umsatzes im Nicht-Buch-Bereich werden heute mit dem Fotogeschäft gemacht. Anders gesagt: Jeden achten Umsatzeuro im Nicht-Buch-Bereich macht der Club mit seiner Fotosparte.

Bewusst jung und trendy kommt der neue Markenauftritt von „Das Photo“ daher. Mit dem neuen blau-weißen Logo und dem Slogan „Geh mal bildern“ will man eine junge Zielgruppe erreichen. „Zusätzlich soll „Das Photo“ aber auch für Qualität, Service und Kompetenz stehen“, betont Spexard.

Neben dem Fotoservice umfasst das Sortiment von „Das Photo“ Alben, Rahmen, Kameras, Fotoboxen, Filme und Speicherkarten. Der Fotoservice und alle Fotoprodukte würden auch von Nicht-Mitgliedern gut angenommen, weiß Jürgen Spexard zu berichten. „Das Fotogeschäft ist für den Club ein wichtiger Frequenzbringer“, so Spexard. „Mit dem Fotoservice bekommen wir auch Nicht-Kunden in unsere Filialen, die wir dann wiederum als Mitglieder werben können.“ Mit „Das Photo“ will der Club zudem eine Lücke füllen. „Immer mehr Fotofachgeschäfte müssen heute Insolvenz anmelden. Der Trend geht zu Discontnern



