

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging  
**Herausgeber:** Urs Tillmanns  
**Band:** 5 (1998)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Gebrauchte Profigeräte : gutes Geschäft in wirtschaftlich schlechten Zeiten  
**Autor:** Graf, Daniel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-979832>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 02.04.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

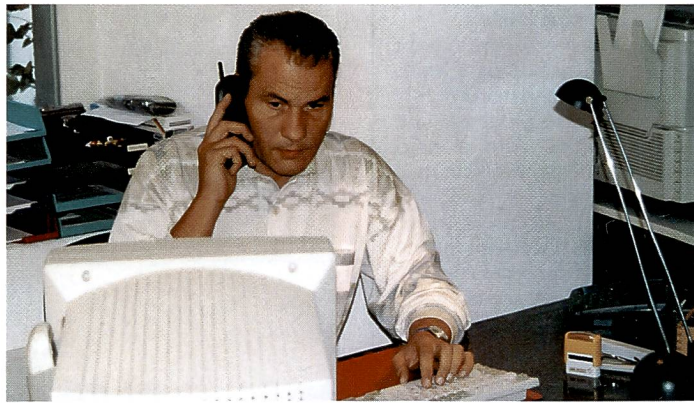
# Gebrauchte Profigeräte: Gutes Geschäft in wirtschaftlich schlechten Zeiten

Während der An- und Verkauf von Abendroben im «Secondhand Shop» üblich ist, ist eine Spezialfirma für gebrauchte Fotogeräte eher selten anzutreffen. Aber eine Nachfrage ist da, denn immer wieder kommen Fotografen in die Situation, dass sie für einen bestimmten Auftrag etwas anschaffen mussten, das danach ungebraucht in der Studioecke stand. Blockiertes Kapital. Dabei wäre ein Kollege froh darum.

Jemand, der professionell solche Gebrauchtgeräte vermittelt, ist Daniel Graf in 6103 Schwarzenberg. René Schlachter hat sich kürzlich mit ihm über sein Geschäft unterhalten.

**FOTOintern:** Daniel Graf, Sie haben vor knapp zwei Jahren eine Tätigkeit aufgenommen, die es bisher in dieser Form nicht gab: den Verkauf gebrauchter professioneller Fotoausrüstungen. Wie kamen Sie darauf, und wie sind Sie vorgegangen?

**Daniel Graf:** Vor meiner jetzigen Tätigkeit war ich viele Jahre bei der Firma Schmid AG in Oberentfelden im Aussendienst als Berater für die Fachkundschaft tätig. Da auch unsere Branche von der wirtschaftlichen Krise nicht verschont blieb, und oft das



Der Computer ist für Daniel Graf ein wichtiges Hilfsmittel. Hier werden die Listen von Angebot und Nachfrage miteinander verglichen.

Budget meiner Kunden nicht mehr ausreichte, um neue Geräte einzukaufen, wurde häufig nach günstigeren Occasionsgeräten gefragt. Meine Aufgabe war es jedoch, neue Geräte für meinen Arbeitgeber zu verkaufen. Zudem hatte ich keine Zeit, mich mit diesen Occasionsgeräten zu befassen, ausser einem gelegentlichen Tip, dass ein anderer Kunde dies oder das zu verkaufen hätte. Die Nachfrage nach gebrauchter professioneller Fotoausrüstung wurde immer stärker, und so habe ich mich entschlossen, für meine Kunden diese Dienstleistung auf selbständiger Basis anzubieten. Ich habe dann die meisten Kunden persönlich angeschrieben und auf meine

neue Tätigkeit hingewiesen. So ist es zu den ersten Kontakten gekommen.

**FOTOintern:** Welches war der erste grössere Verkauf?

**Graf:** Etwa zwei Monate nach meiner Selbständigkeit wollte ein Kunde sein gesamtes Atelier auflösen, um seinen Lebensabend in Italien zu verbringen. So konnte ich das gesamte Inventar übernehmen und die Geräte gezielt an verschiedene Interessenten weiterverkaufen. Innerhalb von zwei bis drei Tagen war alles verkauft.

**FOTOintern:** Wer sind Ihre Kunden?

**Graf:** Meine Kunden sind ausschliesslich professionelle Fotografinnen, Fotografen oder grössere Industriefirmen mit eigenem Fotoatelier. Ab

und zu kontaktiert mich auch einmal ein engagierter Hobbyfotograf, der sich nach einer günstigen Mittelformatkamera umschaut.

**FOTOintern:** Wie nehmen Sie mit Ihren Kunden Kontakt auf, und woher kennt man Sie?

**Graf:** Mein Werbebrief bringt immer noch einen sehr guten Rücklauf, und von dort haben viele auch meine Adresse und Telefonnummer. Und ab und zu entstehen auch Kontakte durch meine Inserate in FOTOintern, und dann ist auch die Mund-zu-Mundpropaganda sehr wichtig: Zufriedene Kunden erzählen ihre Erfahrungen weiter.

**FOTOintern:** Bisher wurden Occasionen vor allem verbal oder über Listen in Fachpublikationen vermittelt. Dabei ist immer mehr zu verkaufen als gesucht wird. Woher kommt die Nachfrage bei Ihnen?

**Graf:** Ich weiss selber nicht genau, woher die relativ grosse Nachfrage nach Occasionen kommt. Einerseits ist es aber zu erklären, dass sich damals in der Hochkonjunktur die Fotografen ohne mit der Wimper zu zucken teure Geräte leisteten, die sie nur für einen bestimmten Auftrag benutzten. Danach standen

## THINGS ARE SIMPLE AT THE TOP

Kompromisslose Ausrichtung auf höchste Zuverlässigkeit, Robustheit, Qualität und Präzision.  
Eine legendäre Marke in neuer Dimension: ALPA 12WA

Universell – ausbaubar – professionell.  
Formate 4,5x6 bis 6x9 cm, Fachobjektive mit Zentralverschlüssen, Wechselsucher und Einstellscheibe, Wechselrückteile, Perspektivenkorrektur.



lieferbar ab  
Frühjahr '98

**ALPA**  
OF SWITZERLAND

CAPAUL & WEBER  
POSTFACH 1858  
8032 ZÜRICH  
TEL. 01 383 92 22  
FAX 01 382 01 80  
<http://www.alpa.ch/alpa>

diese absolut neuwertig, meistens noch in Originalschachteln, im Atelier herum. Heute, wo die Geschäfte nicht mehr so gut gehen, ist es naheliegend, dieses schlummernde Kapital wieder zu Bargeld zu machen. Ich wiederum gebe diese Geräte weiter an Kunden, deren Budget nicht so gross ist.

**FOTOintern:** Kaufen Sie Geräte, oder nehmen Sie diese nur in Kommission? Haben Sie gewisse Geräte an Lager?

**Graf:** Ich nehme keine Geräte an Lager oder in Kommission. Ich habe in meinem Computer zwei Listen der Geräte, die mir zum Verkauf angeboten werden. Ebenfalls notiere ich mir sämtliche Wünsche von Kunden, die bei mir auf der Suche nach irgendwelchen Occasionsgeräten sind. Sobald ich sehe, dass irgend ein Artikel verfügbar ist, den ein Kunde sucht, beginnt meine Dienstleistung. Bei grösseren Geräten, wie Blitzgeneratoren oder Säulenstativen, gehe ich persönlich zum Kunden und hole ab, was ich dann später meinen Interessenten franko ins Haus, beziehungsweise ins Studio liefere. Bei kleineren Gegenständen, wie Objektiven, Mittelformatkameras oder Sinar Copalverschlüssen benutze ich den ganz normalen Postweg.

**FOTOintern:** Wie steht es mit Verbrauchsmaterial, wie Restposten von Filmen, Papier oder Chemie?

**Graf:** Ich handle grundsätzlich nicht mit Verbrauchsmaterial. Das einzige, was ich neu verkaufe, sind Bosscreen-Einstellscheiben für Sinar Fachkameras. Die Betrachtung des Motivs durch eine Bosscreen-Einstellscheibe, von der ich übrigens die Generalvertretung habe, ist wie Tag und Nacht gegenüber herkömmlichen Einstellscheiben.

**FOTOintern:** Können Sie eine Hitliste gesuchter Geräte erstellen?

**Graf:** Ich habe keine sogenannten Occasionslisten oder Hit-Listen. Ich nehme nur

direkte Bestellungen von Kunden auf, die mir konkret einen Auftrag erteilen, dass ich für sie das Eine oder Andere auftreiben soll. Mit Listen habe ich schlechte Erfahrungen gemacht. Wenn bei mir ein Kunde eine Liste anfordert und sich dann zwei bis drei Wochen lang nicht entscheiden kann, ist meistens der gewünschte Artikel nicht mehr verfügbar.

**FOTOintern:** Überlässt man den Preis Ihnen, so dass Sie Ihren Gewinn selbst bestimmen können?

**Graf:** Ich bestimme meistens selbst, was ich für einen gebrauchten Artikel noch bezahle. Das hängt natürlich auch vom Alter und Zustand des Gerätes ab. Aber meine Kunden wissen, dass ich faire und angebrachte Preise bezahle. Dann kommt mein Gewinn dazu und so wird das Gerät weiterverkauft. Bei einzelnen Artikeln habe ich eine relativ geringe Marge, hingegen bei grösseren Liquidationen, wo ich alles en bloc einkaufe, kann ich mit etwas grösserem Gewinn rechnen.

**FOTOintern:** Wie sehen Sie Ihre Zukunftschancen, und wie wird sich in den nächsten Jahren der Gebrauchtmarkt weiterentwickeln?

**Graf:** Ich hoffe, dass in Zukunft meine Kunden weiterhin von meiner Dienstleistung profitieren werden. Aber ich glaube, solange sich die Wirtschaft nur in kleinen Schritten erholt und immer noch überall gespart wird, solange werde ich auch mit meinem Geschäft Erfolg haben. Sollte es aber in den nächsten Jahren wieder zu einer Hochkonjunktur wie Ende der achtziger Jahre kommen, in der die Leute aus dem Vollen schöpfen, würde sich dies sicher schlecht auf meinen Umsatz auswirken. Aber niemand weiss, was die Zukunft bringt. Warten wir's mal ab.

**FOTOintern:** Wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.



## Affenstark!

- Kipling Fototaschen
- Kipling Videotaschen
- Kipling Fotorucksäcke



Kipling bringt einen jungen, trendigen Look in die Fotografie – für alle, die auf praktisches Design stehen. Wir bieten alles von der kleinen APS-Gurttasche bis zur grossen Profitasche. Auch unsere «Sporttaschen» und Rucksäcke bieten dabei den optimalen Schutz für Ihre Fotoausrüstung.



- Wasserabstossendes 420 Denier Nylon
- Doppelter Polyurethan-Schutz
- «Closed Cell» Schaumstoff
- Trendiges Design
- Drei Jahre Garantie

Katalog anfordern bei:



**Perrot AG**  
 Neuengasse 5  
 CH-2501 Biel/Bienne  
 Tel. 032 / 329 10 66  
 Fax 032 / 329 10 85