

che und des Fachhandels entscheidend.» Dies sagt Gerald Stahl, Produktentwickler Modelleisenbahnen beim Importeur Arwico. Er sieht Bedarf sowohl für Online-shops als auch für Fachgeschäfte. Im Markt bestehen werden nach seiner Einschätzung diejenigen Fachhändler, welche beides anbieten können. Präsenz vor Ort, Beratung sowie Kursangebote in Digitaltechnik, Modellbau und Landschaftsgestaltung würden den Kunden einen Mehrwert bieten. Gerald Stahl beobachtet wieder vermehrt jüngere Kundschaft um Mitte 20 und vermutet einen Zusammenhang mit der Digitalisierung der Modellbahn. Die Importeure und Hersteller könnten als Plattform für Events bei den Händlern Unterstützung leisten. Doch sei dabei auch die Initiative der Händler gefragt. Stahl nennt das Programm «PIKO bei uns» als Beispiel. In den Vorarbeiten für Schweizer Sondermodelle übernehme der Importeur eine wichtige Rolle. Bei Arwico ist dies die Aufgabe von Gerald Stahl. Er kennt die Marktsituation, trifft Abklärungen bezüglich Lizenzen und führt Recherchen durch zu technischen Belangen bis hin zu den Farbschemen der Fahrzeuge. Bei Sondermodellen stelle sich immer auch die Frage, ob die für eine Produktion notwendigen Stückzahlen erreicht werden könnten. Die Ae-3/6-Lokomotiven und die Oldtimer-Wagensets der SBB in der Baugröße N von PIKO wären laut Stahl ohne Initiative und Unterstützung von Arwico wohl nicht erschienen. Und bereits seien in Zusammenarbeit mit PIKO die nächsten SBB-Modelle angekündigt: die Ae 4/7 BBC der Epoche IV in H0 sowie diverse Varianten der RBe-4/4-Triebwagen, die Einheitswagen I und II inklusive Buffetwagen sowie der Steuerwagen Bdt EW II in den Spuren H0 und N. Bereits im Jahr 2017 ausgeliefert worden ist die Ae 4/7 MFO der Epoche III in H0.

Weltweite Fanggemeinde als Chance


René Treier, Geschäftsleiter von Märklin Schweiz, ist überzeugt, dass Fachgeschäfte heute neben dem stationären Laden idealerweise auch über einen Onlineauftritt verfügen sollten. «Märklin glaubt aber sehr stark an den Fachhandel mit Beratung, Kompetenz und Auskunft vor Ort. Es geht darum, den Kunden die Freude am Hobby zu vermitteln.» Trotz einigen Geschäftsaufgaben bleibe das Märklin-Händlerangebot in der Schweiz stabil und ausreichend. Im Digitalbereich sei eine starke Entwicklung

zu beobachten. Eine grosse Chance für Schweizer Modelle sieht er in der grossen Fangemeinde, die weltweit Schweizer Modelle sammelt. Das helfe auch dem Schweizer Markt. Dennoch stelle sich immer die Frage nach den Stückzahlen, um eine Neukonstruktion rechtfertigen zu können. Auf ein abgerundetes Schweizer Standardsortiment sowie hin und wieder auf ein exklusives Sondermodell werde dabei Wert gelegt. René Treier weist auf die Re-460-Werbelokomotive des Zugbegleitpersonals in H0 oder die Schweizer Bierwagenserie als Beispiele hin. Sondermodelle nach Schweizer Vorbild würden bei Märklin nicht exklusiv für einzelne Händler angeboten, sondern für ein Land oder eine Region. Das limitierte Modell der SNCF 241 A 65, deren Original in Full-Reuenthal stehe, oder der «Elefant» C5/6 seien in den letzten Jahren weltweit auf grossen Anklang gestossen. Ab 400 Exemplaren biete Märklin laut Treier auch die Möglichkeit an, individuelle Werbemodelle für Firmen und Kunden zu bedrucken.

Verkäufer bei Bahnorama und Filmproduzent

Thomas Egger hat gerade einen Kunden bedient und wechselt zum Stand von Egger Film. Schon als Kind war er an Eisenbahnen interessiert. Dazu gehörte selbstverständlich auch eine Modelleisenbahn. 1990 begann er mit Video 8 in der Freizeit aus persönlichem Interesse zu filmen. 2009 hat er die Firma Egger Film gegründet und damit seine beiden Hobbys Film und Eisenbahn zum Beruf gemacht. Thomas Egger hat seine Dokumentarfilme im Bereich öffentlicher Verkehr (öV) bisher ausschliess-

lich in Eigenregie und auf eigenes Risiko produziert. Eisenbahnen, Strassenbahnen, Seilbahnen und Schiffe sind darin die Hauptdarsteller, aber auch anliegende Gemeinden und regionale Kultur kommen nicht zu kurz. Das jüngste Produkt seiner Dokumentarfilmerei ist der Film «Bahnland Schweiz – Zürich-Bern». Die Zusammenarbeit mit den öV-Unternehmen hat er jeweils als sehr entgegenkommend erlebt. Wichtig war eine Arbeitsprobe als erster Türöffner. Von da an standen ihm alle weiteren Türen offen. Thomas Egger ist auch für Modellbahnfilme technisch ausgerüstet. Seinen ersten Auftragsfilm erstellte er dieses Jahr für die Modellbahnausstellung Burgdorf. Jetzt will er mit Auftragsfilmen im Low- und Middle-Budget-Bereich weiterfahren. Er bietet zu allen Themen Produktionen an, beispielsweise Firmenfilme, Gemeindeporträts oder Hochzeitsfilme. Die zahlreichen im Internet abrufbaren Amateur-Eisenbahnfilme sieht er nicht als Konkurrenz. Seine Filme sind aufwendig produziert und mit Musik und Kommentaren hinterlegt. Er betreibt selbst auch einen Youtube-Kanal, auf dem unter anderem eine Führerstandsfahrt über seine Modellbahnanlage sowie diverse Filmtrailer über seine Dokumentarfilme zu sehen sind.

An der Kasse hat sich zwischenzeitlich eine Schlange gebildet. Michael Roder und sein Team haben alle Hände voll zu tun. Modelleisenbahner eilen mit Schachteln und Taschen gepackt nach Hause, um die neu erstandenen Modelle auf der eigenen Anlage fahren zu lassen – analog oder digital. Zumindest hier und heute erhält man den Eindruck: Die Schweizer Modellbahnszene lebt. 



Vor dem Geschäft in Bümpliz laden Tische und Bänke zum Ausruhen und Diskutieren ein.