

**Schneller, einfacher, günstiger:**

# Neue Seiten bei Fotobüchern

Mit simplen Lösungen, auch für das Handy, will man das Geschäft der Fotoausarbeitung weiter ankurbeln

Fotografieren ist dank hochwertiger Handykameras so beliebt wie noch nie. Das Problem dabei: Rund die Hälfte der gemachten Bilder werden einzig über soziale Medien wie z. B. WhatsApp verschickt und nicht ausgedruckt, so eine Studie. Nur knapp jeder Dritte hat vor, ein Fotobuch aus seinen Urlaubserinnerungen erstellen zu wollen. Weniger als jeder Vierte lässt Einzelbilder entwickeln. „Das Fotobuch ist unser größter Umsatzbringer“, erklärt Robert Hartlauer. Immer mehr an Bedeutung gewinnt da-

bei eine einfache und unkomplizierte Gestaltung der Fotoprodukte. Bei Hartlauer hat man daher zuletzt die neue „fotodaring-App“ entwickelt. In wenigen Minuten ist damit z. B. das RuckZuck-Fotobuch erstellt. Auch beim größten Versender Österreichs, Happy-Foto, geht der Trend Richtung einfacher Bedienung und einer Nutzung ohne Internetverbindung. „Im Sommer machen wir bereits knapp 15% unseres Umsatzes via App“, freut sich Chefin Marlene Kittel. Fotobücher haben mit einem Umsatzanteil von

**Im Urlaub werden im Schnitt 15 Fotos pro Tag geschossen. Im Alltag sind es nur fünf pro Woche.**

fast zwei Dritteln klar die Nase vorne. Immer beliebter zur Verschönerung der Wohnung sind obendrein Wandbilder, z. B. mit Keilrahmen, betont man auch bei Bipa.

Um die Kundenwünsche realisieren zu können, wird ordentlich Geld in die Hand genommen.

Alleine bei Happy-Foto investierte man in den letzten drei Jahren rund 5 Mio. € in

Herbst starten zudem sieben neue Digitaldruckanlagen.

Noch deutlich stärker im stationären Fotohandel ist Drogeriehändler dm. So können beispielsweise in rund 150 der 390 heimischen Filialen Fotobücher oder Grußkarten gestaltet und in wenigen Minuten sogar direkt mitgenommen werden. „Der Sofortdruck wird sehr gut angenommen und wächst im zweistelligen Bereich“, freut sich dm-Geschäftsführerin Petra Gruber.

Aufgrund des harten Konkurrenzkampfes, vor allem durch ausländische Anbieter, sind die Preise zuletzt stark unter Druck geraten – was die Kunden freut. Kittel: „Wir gehen davon aus, dass die Preise für personalisierte Produkte weiter fallen werden!“ Gerald Hofbauer



**Petra Gruber, dm:** „Umsatz im Bereich Fotos deutlich über Vorjahr.“

**Robert Hartlauer:** „Eine einfache und schnelle Gestaltung ist wichtig. Wir haben daher hier unsere Expertise verstärkt.“



**Marlene Kittel, Happy-Foto:** „In den letzten drei Jahren haben wir rund 5 Mio. € in die IT investiert.“

