

Warum für Happy Foto die stillste Zeit des Jahres die intensivste ist

Familienunternehmen macht 40 Prozent des Jahresumsatzes in den Wochen vor Weihnachten

VON MARTIN ROITHNER

FREISTADT. An Besinnlichkeit ist hier kaum zu denken. Fast pausenlos stapeln und sortieren Beschäftigte Dutzende Fotobücher und Kalender in allen Farben und Formen, die Drucker sind im Dauerbetrieb. Zur Weihnachtszeit ist bei Happy Foto Hochsaison.

Das Freistädter Familienunternehmen erzielt in den sechs Wochen vor dem Heiligen Abend 40 Prozent des Jahresumsatzes. „Mir wäre es lieber, wenn es über das Jahr ein bisschen entzerrt wäre. Aber unsere Mitarbeiter haben sich daran gewöhnt, dass es intensiver zugeht“, sagt Marlene Kittel.

Die 35-Jährige führt die Geschäfte des Familienunternehmens seit 2020 in Eigenregie. Nächstes Jahr wird sie Vater Bernhard auch als Alleineigentümerin ablösen. „Er ist heuer 70 geworden und hat sich die Freizeit verdient“, sagt seine Tochter. Kittel hat einen Bruder und eine Schwester, diese sind nicht im Unternehmen tätig. Ihr Vater Bernhard hat 1978 als Einmannbetrieb begonnen.

Um die Anfragen vor Weihnachten stemmen zu können, stockt Happy Foto regelmäßig das Stammteam auf. Mit 20 freien Mitarbeitern wächst die Belegschaft auf 100 Beschäftigte. Die Frauen-



An die 80 Beschäftigte sind bei Happy Foto tätig, davon drei Viertel Frauen.

quote liegt bei rund 75 Prozent, jeder fünfte Beschäftigte ist 20 Jahre oder länger im Betrieb.

Pellets- statt Gasheizung

An starken Tagen werden in Freistadt mehr als 17.000 Fotobücher und 15.000 Kalender produziert. „Die Fotobücher sind unser Hauptumsatzträger, aber andere Bereiche holen auf“, sagt Kittel.

62 Prozent des Erlöses entfallen auf Fotobücher, 14 Prozent auf Kalender, sowohl analoge als auch digitale. Der Rest verteilt sich auf Wandbilder, Fotobilletts sowie Geschenke wie Tassen oder Schlüsselanhänger. Geheizt wird am Standort mittlerweile ausschließ-

lich mit Pellets statt mit Gas, ein letzter kleiner Teil des Lagers wurde heuer umgestellt.

Der Umsatz pendelte sich zuletzt bei etwas mehr als 20 Millionen Euro ein, zwei Drittel des Erlöses erzielt Happy Foto in Österreich. Weitere wichtige Märkte sind Tschechien und die Slowakei.

Deutschland „nehmen wir mit“, sagt Kittel und verweist auf die Konkurrenz im Nachbarland, allen voran Marktführer Cewe. Allein im deutschsprachigen Raum gebe es an die 300 Anbieter.

Den Trends auf dem Markt kann sich auch Happy Foto nicht entziehen. Die Digitalisierung bestimmt das Geschäft mit den Erinnerun-

„Das klassische Fotobuch hat Zukunft. Die Leute sehnen sich nach Haptischem, weil sie viel Zeit vor dem Bildschirm oder mit dem Handy verbringen.“

Marlene Kittel, Happy-Foto-Chefin

gen, fotografiert wird heutzutage fast ausschließlich mit dem Smartphone. Weil bei Happy Foto der Anteil der Analogfotos mittlerweile weniger als 0,5 Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht, wurde die Filmentwicklung an eine externe Firma ausgelagert.

Rund um Weihnachten verarbeiten die Freistädter mehr als drei Millionen Bilddateien pro Tag. Um Kunden bei der Fotoauswahl zu unterstützen, kommt seit drei Jahren die App „Smart Moments“ zum Einsatz. Aus der Bilderflut werden per Handy in wenigen Minuten die besten Vorschläge ausgewählt. Motive, die häufiger vorkommen, werden aussortiert.

Weihnachtsgeschäft trotz des Krisen

Wirtschaft

Das Weihnachtsgeschäft ist in den vergangenen Jahren trotz der Krise... (text is blurry)

Wirtschaft

Das Weihnachtsgeschäft ist in den vergangenen Jahren trotz der Krise... (text is blurry)

Wirtschaft

Das Weihnachtsgeschäft ist in den vergangenen Jahren trotz der Krise... (text is blurry)