



Fotobücher, Tassen & Co.

# Umsatzebbe trotz Bilderflut

Die Österreicher fotografieren mehr denn je, sind aber beim Bestellen von Bildern zurückhaltend. Aktionen sollen motivieren.

**E**gal, ob Selfie, Strandidylle oder Stadtpanorama – im Urlaub fotografieren die Österreicher Smartphone mehr denn je. Macht es im Alltag im Schnitt 2,3-mal klick, entstehen in den Ferien 13,4

Bilder pro Tag. Hochgerechnet, produzieren heimische Konsumenten in nur einer Urlaubswoche insgesamt mehr als 550 Millionen Fotos. Trotz der Bilderflut herrscht aktuell Umsatzebbe in den Kassen



Ewald Hahn (Cewe)



Petra Gruber (dm)

der Anbieter. Denn mit dem Verarbeiten der Bilderflut lassen sich die Leute Zeit, da sie ja am Handydisplay bereits sehen, ob das Motiv gelungen ist.

„Sobald es kühler wird, widmet man sich dann wieder lieber der Bestellung verschiedener Fotoprodukte“, weiß Rewe-Manager Paul Pötschacher. Damit die Rückkehrer schon jetzt loslegen, lockt etwa Konzerntochter Bipa noch bis Ende des Monats mit 15%-Aktionen auf Kalender und Fotokarten. Diskonter Hofer gewährt bis 31. August 15% Rabatt auf viele Fotobücher.

Günstige Angebote freuen die Kunden, setzen den Umsätzen vieler Anbieter aber zu. „Unsere Branche wird immer schwieriger. Der Verdrängungswettbewerb ist enorm“, berichtet



Im Urlaub schießen die Österreicher sechsmal so viele Fotos wie im Alltag.

Happy-Foto-Chefin Marlene Kittel. Nach der Modernisierung des Angebots locken noch bis 9. September große Testaktionen. Unter anderem sind Fototassen und Leinwände um 40% günstiger zu haben. Ergänzt Robert Hartlauer, Eigentümer der gleichnamigen Kette: „Der Markt wächst zart.“ Bei ihm gibt es Wandbilder aktuell um 20 Prozent günstiger; bei großen Fotobüchern spart man im Moment zehn

Robert Hartlauer: Fotobücher am Handy gestalten.

Euro. Hartlauer-Kunden können mit zwei unterschiedlichen Handy-Apps arbeiten.

Im deutschsprachigen Raum werden nur mehr zwei Prozent der Bilder wirklich entwickelt. Dafür nutzen Kunden gerne die Geräte in den Super- und Drogeriemärkten, um die Ab-

züge gleich in Händen zu haben. „Das stationäre Geschäft ist weiter wichtig“, weiß dm-Geschäftsführerin Petra Gruber.

Der Bestseller ist aber bei den meisten das Fotobuch. „Im Vorjahr haben wir mehr als 6,2 Mio. Exemplare verkauft“, berichtet Cewe-Fotobuch-Chef Ewald Hahn, der für diverse Handelskonzerne die Ausarbeitung macht.

Eva Mühlberger Marlene Kittel (Happy Foto): Modernisierungsschub.

