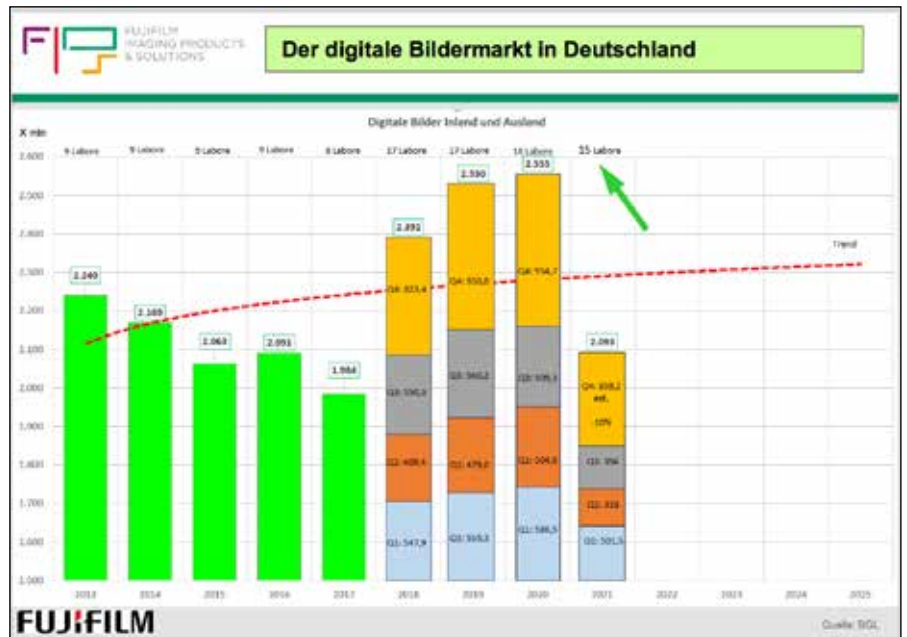


Bildermarkt mit Licht und Schatten

„Als Branche gut geschlagen“

Nach dem überraschenden Boom durch die gestiegene Zahl von Archivfotos während des Lockdowns im vergangenen Jahr bekamen die Mitglieder des Bundesverbandes der Photo-Grosslaboratorien (BGL) in diesem Jahr die negativen Auswirkungen der Corona-Krise stärker zu spüren. Das gab der Verband auf seiner traditionellen Pressekonferenz im Rahmen der diesjährigen Mitgliederversammlung in Berlin bekannt. Vor allem die nach wie vor geltenden Beschränkungen von Fernreisen wirkten sich auf die Bestellungen von Bildprodukten aus.

„Ein Urlaub an der Nordsee ist eben nicht so spannend wie eine Fernreise nach Vietnam oder in die USA“, illustrierte der BGL-Vorsitzende Dr. Christian Friege (Cewel) die aktuelle Situation. Das zeigte sich bei den Bestellungen von Bildprodukten in kleineren Stückzahlen und geringeren Umfängen, z. B. bei Fotobüchern. Ebenso wie die gesamte Gesellschaft sei das Finishing wegen der Corona-Pandemie in einer schwierigen, aber keinesfalls komplett schlechten Situation.



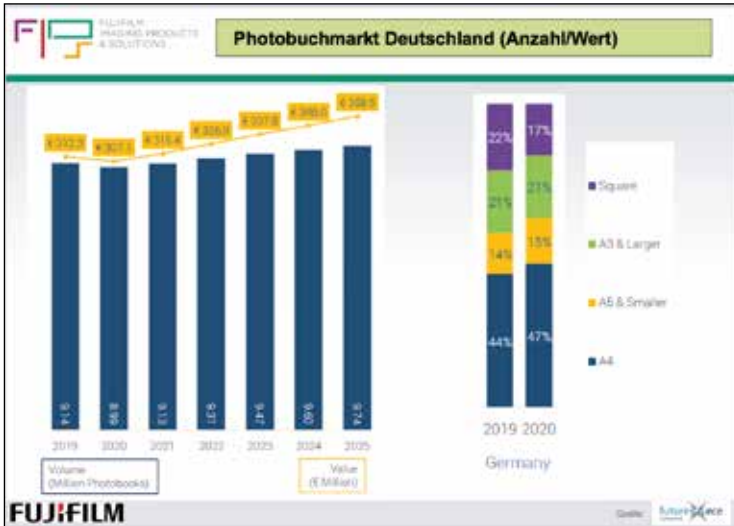
Die Grafik zeichnet die Lage schlimmer, als sie in Wirklichkeit ist, weil im Vergleich zum Vorjahr drei Labore weniger ihre Zahlen gemeldet haben. Der BGL geht von einem moderaten Rückgang bei der Menge der verarbeiteten Fotos aus.

Sorgen bereiten den Großfinishern auch die derzeit deutlich steigenden Kosten. Dabei schlagen die Aufwendungen für Corona-Maßnahmen in den Betrieben ebenso zu Buche wie die Situation auf den Beschaffungsmärkten: Die Kosten für Energie, Logistik, Material und Verpackungen steigen deutlich. Dazu kommt eine angespannte Situation beim Personal, denn in den BGL-Betrieben fehlen nicht nur Fachkräfte. Selbst Produktionshelfer für die Hochsaison seien derzeit schwer zu finden, erklärte Friege. Trotz dieser Herausforderungen blicken die Mitglieder des BGL zuversichtlich nach vorn: „Wir haben uns als Branche gut geschlagen“, betonte

Friege. „Trotz der Pandemie gab es weder Produktionsunterbrechungen noch Lieferschwierigkeiten. Mit hoher Qualität, Innovationen und Kundenorientierung sind wir zuversichtlich, den Menschen auch in Zukunft Inspirationen zum Fotografieren geben zu können.“

Robuster Markt

Frieges Zuversicht wurde auch von den Marktzahlen bestätigt, die BGL Vorstandsmitglied Dr. Antoon Nuiten (Fujifilm) vorstellte. Zwar dürfte die Gesamtzahl der von den BGL-Betrieben (für Kunden innerhalb und außerhalb Deutschlands) verarbeiteten Bilder 2021 auf knapp 2,1 Milliarden Stück



Die Marktforscher von FutureSource erwarten für 2021 und die folgenden Jahre eine weitere Zunahme der Nachfrage nach Fotobüchern.

zurückgehen. Dieser im Vergleich zum Vorjahr (2,56 Milliarden Stück) deutliche Rückgang relativiert sich allerdings, weil nur noch 15 Labore, und damit drei weniger als zuvor, ihre Zahlen gemeldet haben. Deshalb, so Nuiten, sei von einem eher moderaten Rückgang auszugehen.

Die vom britischen Marktforschungsunternehmen FutureSource ermittelten weiteren Zahlen und Prognosen zum Bildermarkt erscheinen dem BGL zwar als Trendbarometer, spiegeln aber nach Ansicht der Fotofinisher die tatsächliche Marktsituation nicht präzise wider. FutureSource schätzt den Fotobuchmarkt in Westeuropa in diesem Jahr auf ein Volumen von 22,61 Millionen Stück (plus 2,1 Prozent) und rechnet auch für die kommenden Jahre mit Zuwächsen. Diese Zahlen erscheinen den BGL-Mitgliedern allerdings als zu optimistisch. Ähnlich sieht es für die Prognosen für Deutschland aus. Hier rechnet FutureSource für dieses Jahr mit einem Volumen von 9,13 Millionen Fotobüchern (plus 1,6 Prozent) und einem Umsatz in diesem Segment von 315,4 Millionen Euro (plus 2,7 Prozent).

Bei den Fotogeschenken setzt sich nach Einschätzung von FutureSource der im Vorjahr kurz unterbrochene positive Trend der letzten Jahre fort.

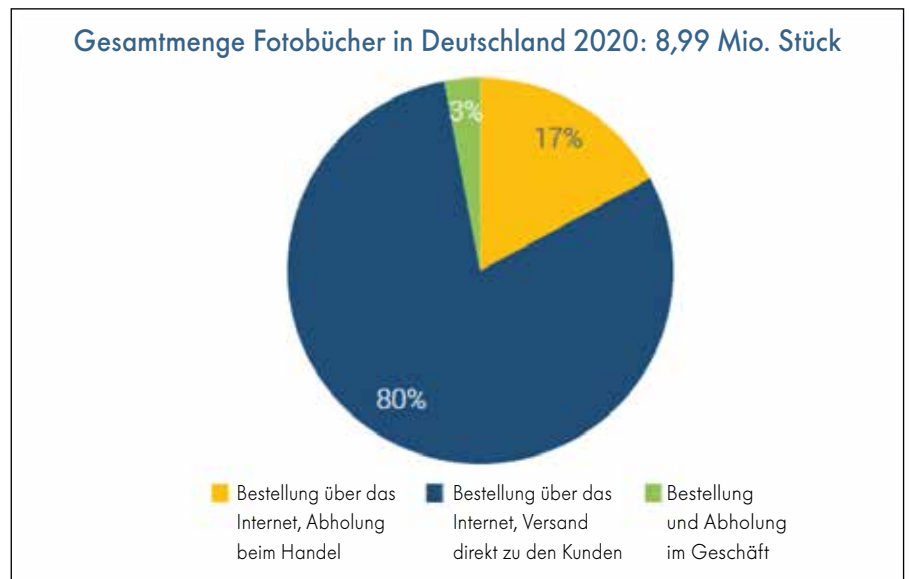
Besonders erfreulich entwickelt sich die Nachfrage nach Wanddekorationen und Grußkarten.

Online dominiert

Bei den Vertriebswegen für Fotos und Fotoprodukte dominiert eindeutig das Internet. Je nach Produktkategorie gelangen 80 Prozent und mehr der Aufträge online (meistens über die Webseiten der Handelspartner) in die BGL-Betriebe und werden direkt zu den Kunden nach Hause versandt. In die Geschäfte der Handelspartner werden weniger als 20 Prozent der Bestellungen ausgeliefert. Nachdem dieser Anteil während der verschie-

denen Lockdowns naturgemäß drastisch zurückgegangen war, zeichnet sich bei den wiedergeöffneten Geschäften allerdings eine Erholung ab.

Über alle Kategorien sei zu beobachten, dass die Kunden sich immer häufiger für hochwertige Bildprodukte entscheiden, erklärte Nuiten. Ähnlich wie das Kamera-Geschäft entwickle sich auch das Fotofinishing zu einem Spezialitätenmarkt mit geringeren Stückzahlen und höherwertigen Produkten. Dabei spielen Bilder und Fotoprodukte nach Einschätzung des BGL für viele Menschen weiterhin eine zentrale Rolle im täglichen Leben. Hoffnung mache den Großlabors darum auch die Umfrage des Photoindustrie-Verbandes (siehe S. ... dieser Ausgabe), die nicht nur eine hohe Kaufbereitschaft für Fotoprodukte zeige, sondern auch eine große Popularität von physischen Bildern bei jungen Zielgruppen bestätige, sagte Nuiten. Auf jeden Fall gibt es für die Branche noch viel Potential: So kommt die Marktdurchdringung von Fotobüchern derzeit auf etwa ein Exemplar für vier Haushalte. Da ist für die Finisher und den Fotohandel noch jede Menge Luft nach oben.



Bei den Vertriebswegen dominiert die Bestellung über das Internet, meistens die Webseiten der Handelspartner, und die Auslieferung direkt an die Endkunden.