

Photobücher: Mit 100 Prozent Steigerung Wachstumsmotor im europäischen Bildermarkt

Die Photo- und Imagingindustrie macht Druck! Die digitale Revolution hat den Bildermarkt von Grund auf umgekrempelt. Ganz vorne in der Verbrauchergunst stehen individuell gestaltete Photobücher. Innerhalb eines Jahres haben sie von 2006 zu 2007 einen gigantischen Zuwachs erreicht. Bis zum Jahresende sollen 6 Millionen Exemplare dieser attraktiven Mehrwertprodukte europaweit von den Photofinishern und Dienstleistern im Digitaldruck produziert worden sein, davon allein über 1,5 Millionen in Deutschland - dies entspricht einer Verdreifachung zu 2006. Etwa 11 Prozent dieser Photobücher werden mit entsprechenden Technologien vor Ort im Handel gefertigt. Der wertmäßige Anteil von Photobüchern am gesamten Photofinishing-Markt soll bereits in 2007 die 10 Prozentgrenze überschritten haben und bis 2010 nahezu ein Drittel davon ausmachen.

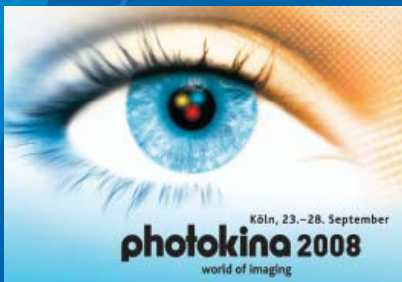
Individuelle Photobücher sind die ins Digitalzeitalter übertragene Entsprechung der von vielen Menschen liebevoll gestalteten und als ein wertvoller Erinnerungsschatz gehüteten Photoalben. Sie werden vorrangig zu Hause konzipiert, es gibt sie inzwischen in verschie-

densten Formaten und mit unterschiedlichen Einbänden, vom einfachen Heft bis zum hochwertigen Leinencover. Photobücher lassen sich von jedermann per Mausklick in nur wenigen Minuten perfekt am Bildschirm erstellen und über das Internet, im Photogeschäft, am Photokiosk und per Photoprinter ausgeben. Der eigenen Kreativität sind keine Grenzen gesetzt - beim Photobuch gibt es, ebenso wie bei Alben, ausreichend Möglichkeiten, ganz persönliche Gestaltungswünsche zu realisieren. Untersuchungen zeigen, dass der Konsument nicht zwangsläufig die schnellste und kostengünstigste Lösung wählt, sondern die persönliche Note und die aufwändigere Aufmachung, wie etwa die Hardcover-Versionen, bevorzugt werden. Ereignisse wie Hochzeiten, Geburtstage, Weihnachten oder Urlaube stehen bei der Thematik der individuellen Photobücher dabei ganz vorne. In Deutschland werden rund 60 Prozent der Photobücher online in Auftrag gegeben und zu 90 Prozent im Handel abgeholt.

So viele Wege sich für die Konsumenten zum individuell gestalteten Photobuch anbieten, so viele Geschäftsmodelle konnten sich inzwischen auf diesem boomenden, neuen Markt etablieren. Das Photobuch hat nicht nur der Photofinishing-Branche neue Wachstumsimpulse beschert. Es eröffnet zudem den Herstellern von Maschinen für den Digitaldruck und Buchbinderei neue Märkte. Auch Minilab- und Photokioskproduzenten haben diesen neuen Markt als Chance erkannt und bieten Lösungen für die Herstellung von Photobüchern und Photoheften vor Ort an. Das Photobuch ist damit der stärkste Wachstumstreiber im digitalen Bildermarkt.

Das Photobuch ist der stärkste Wachstumstreiber im digitalen Bildermarkt.

Gebunden - Heiß begehrt!



Auf der kommenden photokina werden unter dem Motto „Imaging is more“ vom 23. bis 28. September 2008 alle relevanten Lösungen rund um das Thema Photobuch - von der Gestaltungs- und Bestellsoftware über die Druck- und Buchbindetechnik für kleinformatige Photohefte sowie für Luxus-Prachtbände bis hin zu den unterschiedlichen Produktionsmöglichkeiten zu Hause, vor Ort oder beim Photofinisher - zu sehen sein.



Herausgeber:
Prophoto GmbH
Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main, Deutschland
E-Mail: info@prophoto-online.de
www.prophoto-online.de