

# Bilder zum Anfassen

Die Fotografie war bisher alles andere als ein typischer Zielmarkt für Druckereien – zudem stark umkämpft. Ein Einstieg in dieses Marktsegment ist nur über den Digitaldruck möglich. Fotoprodukte bieten aber trotzdem noch immer interessante Möglichkeiten – auch wenn es nur der Ergänzung der bisherigen Produktpalette dient.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Fotografien üben schon seit ihrer Erfindung vor 175 Jahren ihre eigene Faszination auf die Menschen aus. Erst die schwarz-weißen Abbilder, dann Farbfotos, Polaroids oder Dias. Egal welche Spezies – man wurde auch schon immer gern gezwungen, sich Fotoalben oder Dia-Shows mehr oder weniger amüsiert bei Oma, Opa oder der Nachbarschaft ansehen zu müssen. So war das früher, heute nennt man es «teilen». Der Unterschied?

Eigentlich keiner. Heute sind es Fotobücher oder Digitalfotos, die auf einem Smartphone oder Tablet hoch und runter gescrollt werden. Der wirkliche Unterschied aber ist, dass es Fotos heute in vielfältigeren Formen und auf immer mehr Produkten gibt. Und auch wenn sie industriell und zum Teil auch in grösseren Mengen hergestellt werden, gibt es individuelle Fotoprodukte als Bücher, Kaffeetassen, T-Shirts oder Kalender – allesamt inzwischen Dauerbrenner und vom Foto-Markt nicht mehr wegzudenken.

Warum? Weil sie sich perfekt als Geschenk, als Giveaway oder auch als Archiv eignen. Die Frage nach den Zielgruppen stellt sich hierbei kaum. Denn mit Fotos lassen sich alle Menschen im privaten wie im geschäftlichen Umfeld ansprechen.

## Erfolgsgeschichte Fotobuch

So hatte der deutsche Foto- und Online-Druckservice Cewe seit der Markteinführung im Jahr 2005 sein

Fotobuch Mitte letzten Jahres 30 Millionen Mal verkauft – und hat damit 30 Millionen Mal eine ganz persönliche Geschichte erzählt, wie es Cewe zurecht umschreibt. Allein 2013 seien 8,1 Mio. Exemplare des Klassikers unter den Foto-Printprodukten in Deutschland verkauft worden (über 30 Mio. in Europa). Damit ist das Fotobuch an sich schon eine einzigartige Erfolgsgeschichte und eine Instanz im Fotomarkt.

Immerhin haben inzwischen auch Profis Gefallen am Fotobuch gefunden. Und in Köln (der selbst ernannten Foto-Weltstadt) wurde im August 2014 das PhotoBookMuseum (PBM) eröffnet und hat das Fotobuch bei dieser Gelegenheit gleich zur «Kunstform der Fotografie» erhoben. Nun lässt sich gerne darüber streiten, ob jedes Fotobuch ein Kunstwerk ist, doch es zeigt zumindest, dass es nicht nur in der breiten Bevölkerung, sondern auch in den Kreisen der Kreativen und der Kunst-Szene angekommen ist.

Kein Wunder also, dass das klassische Fotobuch gepflegt wird und

dass es auch zu Innovationen kommt, die aus der übrigen Medienwelt adaptiert werden. Seit 2013 lässt sich im Cewe-Fotobuch ein QR-Code mitdrucken, über dessen Verknüpfung dann ein Video auf dem Smartphone oder Tablet betrachtet werden kann. Fujifilm hat Ende 2014 das Fotobuch mit einem integrierten HD-Videomonitor vorgestellt. Die Erweiterung des Fotobuchs um audiovisuelle Inhalte eröffnete völlig neue Möglichkeiten, in emotionale Bilderwelten einzutauchen, heisst es bei Fujifilm. Durch die Verbindung von Video und Bild lassen sich Momente nicht mehr bloss fotografisch, sondern auch auf Bewegtbild (bis zu 30 Minuten) und Ton verewigen.

Apropos verewigen: Canon verspricht zumindest für die Bilder in seinem Fotobuch 300 Jahre Haltbarkeit. Ob das für die integrierten elektronischen Medien ebenso gilt, weiss niemand. Doch aufzuhalten ist es nicht. So hat Prof. Hübler von der TU Chemnitz kürzlich das sogenannte T-book vorgestellt, bei dem Bildbände mit gedruckter Elektronik ausgestattet und mit einem eigenen Klangumfeld versehen werden können (siehe auch Druckmarkt Ausgabe 97, Seite 40).

Das alles ist nur eine aktuelle Bestandsaufnahme, legt aber die Vermutung nahe, dass noch einiges zu erwarten ist. Vielleicht das «Album», das man am Handgelenk trägt, um jederzeit und überall mit jedem das «Fotoerlebnis zu teilen»?

Doch selbst bei den klassischen Fotobüchern ist die Auswahl an Varianten geradezu erschlagend gross. Die Formate reichen vom Minibook (DIN A6) bis A3 auch im Querformat und als Binde-Arten stehen der Hardcover-Umschlag (der offenbar am beliebtesten ist), Softcover-Einbände oder Ringbindungen zur Verfügung. Es gibt digital gedruckte Foto-Alben auf glänzendem oder mattem Papier und solche, die auf echtem Fotopapier belichtet oder gedruckt werden und damit qualitativ einen höherwertigen Eindruck machen (siehe auch Seite 20). Und schliesslich gibt es Fotobücher mit Umfängen von 24 bis 200 (oder mehr) Seiten ab 3,99 € inklusive Mehrwertsteuer zuzüglich Versandkosten (5,90 €).

## Nicht nur Fotobuch

Kein Wunder also, dass das Fotobuch an oberster Stelle der Beliebtheitskala der Fotogemeinde steht. Doch es ist längst nicht das einzige Produkt, das den Markt bestimmt. So nennt der Photoindustrie-Verband für Deutschland und das Jahr 2014 etwa 55 Mio. € Umsatz mit Fotokalendern, 65 Mio. € für Poster und Wandbilder und mit Postkarten werden noch 39 Mio. € umgesetzt. Diese Zahlen gelten jedoch nur für Fotodienstleister und berücksichtigen noch nicht einmal die traditionell hergestellten Kalender oder Postkarten von Druckereien, auf denen üblicherweise ja auch Bilder dominieren.

**BEORDA**  
Direktwerbung

Couvertieren, Folieren...  
ein Fall für uns!

[www.beorda.ch](http://www.beorda.ch)

Der Stapel Fotos aus dem Urlaub ist sicher noch nicht ganz ausgestorben, doch Fotobücher laufen ihnen den Rang ab. Doch einzig für Urlaubserinnerungen sind sie nach Meinung von Ce-we unterbewertet. Der Fotobuchhersteller sieht es ebenso als persönliches Kochbuch. Und warum denn nicht?



### Faktor Digitaldruck

2.000 Bilder werden in Deutschland pro Sekunde geschossen – 500 mit echten Digitalkameras, der Rest über Smartphones. In den Zeiten der analogen Fotografie, als man Fotos noch auf Negative bannte und dann entwickeln lassen musste, waren es erst 120 Bilder/Sekunde. Und es dauerte keine 20 Jahre, dass man

diese Art von Fotografie nahezu vergessen hat. Filme? So gut wie nichts mehr, auch wenn es noch immer Liebhaber und Neueinsteiger in die analoge Fotografie gibt – ähnlich wie bei den Vinyl-Schallplatten.

Doch die meisten digital geschossenen Fotos verschwinden irgendwo tief versteckt in den Katakomben von Festplatten oder werden auf irgendwelche Netzwerke hochgela-

den (laut globometer.com wurden seit Jahresbeginn weltweit über 40 Milliarden Fotos auf Facebook hochgeladen) und nur ein geringer Teil aller Fotos wird überhaupt ausgedruckt.

Dennoch spricht inzwischen kaum noch jemand von Fotoabzügen, sondern generell von Printprodukten. Und die macht der Digitaldruck möglich. Womit auch bewiesen sein

dürfte, dass das digitale Druckverfahren viel weniger dazu geeignet ist, andere Drucktechniken zu ersetzen, sondern mit seinen Fähigkeiten in der Lage ist, neue Drucksachen zu schaffen. Drucksachen, die bis dato noch keine waren.

Und mit der Vielfalt individueller Fotoprodukte über die vielen Internet-Shops wurde Massgeschneidertes massentauglich. ▶

# Scodix S-Serie

## Digital Printing

### Veredelung in höchster Qualität

- Für 3D-Effekte mit UV-Inkjet Veredelungen bis B2 Format
- 3D-Veredelung auf verschiedenen Substraten aus dem Digital- und Offsetdruck sowie auf laminierten Substraten
- Substratdicke bis 0.7 mm
- Registrationsgenauigkeit von 0.2 mm mittels optischer Erkennung
- Noch mehr Veredelungen: Glimmer, Braille und metallische Effekte



**SCODIX**

Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Webseite unter: [www.chromos.ch](http://www.chromos.ch)  
Kontaktieren Sie hier gerne unsere Ansprechpartner!

**chromos**

starke Marken, starke Lösungen



Buch mit Stecker: Fujifilm hat seinem Fotobuch ein Display spendiert, auf dem Videos mit einer Laufzeit von bis zu 30 Minuten samt Ton betrachtet werden können. Damit werden die Medien Buch und Bewegtbild zu einer neuen Einheit.

Dabei begann die kundenindividuelle Massenproduktion ihren Siegeszug erst um die Jahrtausendwende und entwickelte sich quasi parallel zum Erfolg der Online-Print-Portale. Wer dabei von wem gelernt hat, spielt dabei keine Rolle.

### Individueller Massenmarkt

Dieser Markt mit personalisierbaren Produkten wächst – zwar nicht mehr so üppig, wie noch bis vor drei bis vier Jahren – aber er wächst stetig. Ob Fotobücher, Kalender, Schreibwaren, Werbeartikel oder T-Shirts, Geschenkpapier mit dem eigenen Konterfei oder Fotomotive auf bedruckten Möbeln, ob kleine oder grosse Auflagen – die kundenindividuelle Produktion ist zum Massenmarkt geworden.

Dabei sind dem Ideenreichtum der Anbieter von Foto-Printprodukten scheinbar keine Grenzen gesetzt. Es muss ja nicht jedem gefallen und sinnvoll erscheinen. Aber es gibt sie eben, die personalisierten Aschenbecher, Zaubertassen, deren Motive erst sichtbar werden, wenn sie mit einem heissen Getränk gefüllt sind, die Fotobücher, Fotoabzüge, Grusskarten, Schlüsselanhänger, Mouse-

pads, Fotopuzzles, Frühstücksbretchen, Fussmatten oder ausgefallene Interieurs wie Kissen, Tapeten und Vorhänge mit selbst gestalteten und gedruckten Motiven. Und Kalender haben nicht mehr nur zum Jahresende Saison, sondern können auch mit einem individuellen Startmonat beginnen.

Durchaus beliebt sind inzwischen auch individuell verpackte Geschenke. Gemeint sind beispielsweise Schokoladetafeln oder Pralinen, die in einer personalisierten Umverpackung stecken. Und das alles digital gedruckt.

### «Elektronische Theke» ist Voraussetzungen

Für all diese Produkte sind aber auch Weiterverarbeitungsmaschinen notwendig, die nicht zwingend in jeder Druckerei zu finden sind. Maschinen für Beschichtung, Beschnitt, Falzung, Rillung und Bindung sind genauso erforderlich wie Veredelungsoptionen zur Steigerung der Qualität und Anmutung.

Neben einer Digitaldruckmaschine und den entsprechenden Finishing-Systemen sind für den Einstieg in das Geschäft mit individualisierten

Drucksachen zudem weitere Techniken Voraussetzung, die allerdings mehr als handwerkliches Können voraussetzen.


Da auch das Geschäft mit Fotoprodukten kaum noch via Laufkundschaft abgewickelt wird, muss beim Anbieter in jedem Fall eine elektronische Infrastruktur eingerichtet werden. Eine «elektronische Theke» auf dem Internet-Portal muss es den Kunden ermöglichen, Bestellungen aufzugeben, auch grosse Bildmengen hochzuladen und ihre bestellten Produkte auch bequem zu bezahlen. Dazu gehört ebenso wie bei üblichen Web-to-Print-Anwendungen nicht zuletzt ein System für die Verwaltung, Abwicklung, die Versandverfolgung beziehungsweise die Abrechnung der Aufträge.

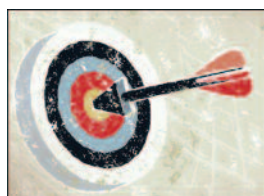
Beim Fotobuch ist zudem eine Autoresensoftware erforderlich, die es dem Kunden ermöglicht, mit seinen Digitalfotos individuelle Anwendungen zu erstellen und an den Dienstleister weiterzugeben.

### Software und Online-Services

Vielfalt auf der ganzen Linie also – und die lässt sich natürlich vor allem im Internet vermarkten. Doch ein

Angebot einfach nur ins Netz stellen, reicht bei Weitem nicht aus. Bei der Vermarktung spielen sowohl der Ausbau des Sortiments als auch die Weiterentwicklung der Software eine erhebliche Rolle. Schliesslich haben selbst gestaltete Fotoprodukte eine grosse emotionale Bedeutung für die Kunden. Daher muss alles stimmen – von der Softwarequalität und der Einfachheit des Bestellvorgangs über die Druck- und Buchbindequalität bis zum Service. Deshalb setzen Foto- und Online-Druckservices auf Apps, die den Umgang mit den Bildern vereinfachen. So kann per Smartphone gestaltet, bestellt oder auch sofort als Postkarte versendet werden.

Und neben diesen Weiterentwicklungen starten auch immer wieder neue Unternehmen mit ebenso neuen Foto-Printprodukten. Gefragt sind beispielsweise die kleinen dreidimensionalen Figuren, die anhand einer 360-Grad-Rundumaufnahme und einem 3D-Drucker hergestellt werden. Ob diese Figuren jedoch ebenso ein Dauerbrenner werden wie Fotobücher, darf bezweifelt werden. Oder will man sich als Klon zu jeder Jahreszeit und jedem Feiertag ins Regal stellen? 



### Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

**medienjobs.ch**  
**ictjobs.ch**

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.  
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



## Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

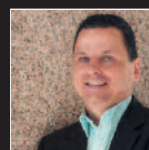
Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauf- lizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preis- vergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther  
Director QuarkXPress  
Business Unit  
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Test- version herunter zu laden, besuchen Sie uns auf [www.quark.com/2015](http://www.quark.com/2015).“