

Gern gesehen: Urlaubsbilder

Jährlich vor Beginn der Reisezeit erfragt Cewe die Foto-Gewohnheiten der Deutschen. Die Ergebnisse der jetzt dritten Umfrage lassen auch einen interessanten Blick auf die Aufbereitung der Reiseerinnerungen zu. Danach gibt es einen ungebrochenen Trend zum Fotobuch.

Text und Bilder: Cewe

Der Urlaub ist die Hoch-Zeit für das Fotografieren: 84% der von Cewe in Kooperation mit der Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen (forsa) befragten Deutschen halten ihre Eindrücke in Bildern fest. Besonders ausgeprägt ist die Urlaubsfotografie mit 95% bei den 18- bis 29-Jährigen. Dagegen macht knapp ein Drittel der über 60-Jährigen auf Reisen keine Fotos.

Bevorzugt werden die Erlebnisse mit der Kamera festgehalten – 64% gaben dies an. Bei den Befragten der Generation 60+ sind es sogar 80%. Von den 18- bis 29-Jährigen präferiert nur noch knapp die Hälfte einen Fotoapparat, 26% nutzen ein Handy oder Smartphone mit integrierter Kamera und bei 28% befinden sich sowohl Fotoapparat als auch Smartphone im Gepäck.

80% der Deutschen speichern ihre Urlaubsfotos auf dem Computer ab. Etwas weniger wird bei den über 60-Jährigen digital archiviert. In dieser Altersgruppe sind eher Fotoabzüge beliebt: Mehr als ein Drittel der Befragten lässt gedruckte Reiseerinnerungen fertigen.

Verglichen mit den Vorjahren, zeigt sich ein deutlicher Trend zur gedruckten Aufbereitung der gespeicherten Motive: Immer mehr Deutsche erstellen zur Erinnerung ein Fotobuch. 31% und damit fast jeder Dritte der Befragten gab an, nach dem Urlaub ein Fotobuch zu erstellen. In den Jahren 2012 und 2013 waren es erst 24% beziehungsweise 27%. Der Trend zum Fotobuch hält also an und ist unabhängig vom Alter. In sozialen Netzwerken teilen vor allem jüngere Menschen ihre Reiseerlebnisse. 22% der 18- bis 29-Jährigen stellen ihre Fotos ein. Dennoch liegen auch hier ausgedruckte Erinnerungen vorn: 28% dieser Altersgruppe lassen zusätzlich Urlaubsfotos per Sofortdruck und 26% ein Fotobuch fertigen.

POSTKARTEN VOM REISEZIEL sind beliebt und für die Mehrzahl der Deutschen nicht durch Grüße in sozialen Netzwerken zu ersetzen. So freuen sich 82% der Befragten via Ansichtskarte zu erfahren, wo ihre Freunde und Verwandten im Urlaub sind und dass sie an sie denken. Frauen bedeutet dies mit 87% offenbar mehr als Männern mit 78%. Im Vergleich dazu meint nur jeder Siebte (14%), Ansichtskarten seien im Zeitalter von Facebook, Instagram und Co. überholt.

Und wer schreibt die Karten? Hier sind die Frauen aktiver als die Männer. Fast zwei Drittel (64%) der befragten Frauen schicken gern Ansichtskarten aus dem Urlaub. Bei den Männern tut dies weniger als die Hälfte (49%). Auch regional ist die Lust zum Schreiben unterschiedlich stark ausgeprägt: 68% der Befragten im Osten mögen es, Postkarten zu versenden, im Westen sind es mit 55% deutlich weniger. Das ehrliche Bekenntnis beider Geschlechter: Knapp ein Drittel

findet Ansichtskarten schreiben zwar lästig, macht es aber dennoch, nicht zuletzt, um selbst welche zu bekommen. 23% der Deutschen versenden jedoch generell keine Ansichtskarten oder Grüße aus dem Urlaub. Bei den über 60-Jährigen zählt hierzu sogar rund ein Drittel der Befragten.

Apps auf dem Smartphone zum Versenden von Urlaubsgrüßen werden aktuell von nur 6% der Deutschen verwendet. Dieses Nutzungsverhalten ist unabhängig vom Alter festzustellen.

› www.cewe.de

Fotobuchmarkt

ZWEISTELLIGE ZUWACHSRATEN FÜR LAYFLAT-FOTOBÜCHER

Der Fotobuchmarkt hat ein gesundes Wachstum. Allein in Westeuropa wird für 2014 ein Volumen von etwa 30 Mio. Fotobüchern erwartet. Das Wachstumspotenzial ist weiterhin groß, da selbst in hochentwickelten Ländern erst 10% der Bevölkerung jährlich ein Fotobuch kaufen. Die Industrie ist daher nach Meinung der Schweizer Imaging Solutions, Hersteller von Foto-Finishing-Lösungen, gefordert, Brücken

32% BEFRAGTE DEUTSCHE GABEN AN, NACH DEM URLAUB EIN FOTOBUCH ZU ERSTELLEN.

7,9 Millionen FOTOBÜCHER WURDEN 2013 IN DEUTSCHLAND ERSTELLT (10% MEHR ALS 2012).

30 Millionen FOTOBÜCHER WERDEN IM JAHR 2014 VERMUTLICH IN WEST-EUROPA HERGESTELLT.

zum Kunden zu schlagen. Nur wer das richtige Buchdesign anbietet, werde Erfolg haben.

Dies gelinge durch hochwertige Fotobücher mit ›LayFlat Bindung‹. Diese müssten für Fotobuch-Interessenten aufgrund der besseren Qualität eindeutiger erkennbar sein. Denn ein persönliches Fotobuch sei auch ›die Geschichte eines Lebens‹, stellt Imaging Solutions fest. Anbieter, die ›LayFlat‹ in den Mittelpunkt ihres Angebots stellten, würden mit überdurchschnittlichen Zuwachsraten und höchster Kundentreue belohnt.

Anlässlich einer Umfrage des deutschen Photoindustrie-Verbandes gaben 60% der Befragten an, mehrmals im Jahr Fotobücher zu bestellen. Nicht nur Endverbraucher, auch Profifotografen seien begeistert von der Qualität.

› www.imagingsolutions.ch

