

# Digitale Rückkehr des Fotoalbums



BILD: SN/K.-U. HLER - FOTOLIA

Die digitale Fotografie schien anfangs ausgedruckte Fotos zu verdrängen. Doch jetzt feiern vermeintlich altmodische Produkte wie Fotobücher, Familienkalender und Sofortbilder wieder große Erfolge.

GERALD STOIBER

**SCHWARZACH.** Facebook, Instagram & Co.: Wir leben in einer Bilderflut wie noch nie. Heute hat jedes neue Smartphone eine Kamera, die im Normalfall Fotos schafft, die vor ein paar Jahren selbst mit einem digitalen Fotoapparat nicht immer gut gelungen sind. Entsprechend viel wird fotografiert – nicht nur Selfies, aber das ist eine andere Geschichte.

Dabei hat es für die Fotobranche schon einmal schlechter ausgesehen. Der Branchensprecher des Fotohandels in der Wirtschaftskammer, Gerhard Brischnik, sagt: „Der

## SN-THEMA Selbermachen

Fotofachhandel entwickelt sich sehr gut.“ Das Fotografieren wurde dank Autofokus und diverser Belichtungsprogramme zum Kinderspiel und die Motive sind auch sofort überprüfbar. Früher wurden statistisch rund 50 Fotos pro Haushalt und Jahr, also etwa eineinhalb Filme, verknipst. Heute werden Tausende Fotos gemacht und digital gespeichert, ausarbeiten lässt man nur einen Bruchteil. „Hochwertige Kameras erfordern auch eine Beratung“, sagt Brischnik. Viele Fotohändler setzten auch auf Workshops oder Seminare, sei es zu bestimmten Kameramodellen oder zur Software für Fotoprodukte wie Bücher oder Kalender.

Trotz der ständigen digitalen Verfügbarkeit ist das ausgearbeitete

bzw. gedruckte Foto nicht verschwunden. Im Gegenteil: Als Bestandteil von Fotobüchern oder Kalendern oder als besonderes Motiv auf Tassen, T-Shirts oder Postern ist es beliebter denn je. Fotobücher und Kalender lassen sich heute von daheim aus mit der Software des Anbieters individuell herstellen. Im Vergleich zum guten alten Fotoalbum, in das Papierbilder mit Fotoecken oder Klebstoff einzeln eingepickt wurden, sind die Bilder heute meistens schärfer und Ausschnitte frei wählbar. Doppelseitige Hintergrundbilder mit kleinen Fenstern drin sind kein Problem und obendrein lassen sich die Alben, Pardon, Fotobücher einfach beschriften.

Ketten wie Hartlauer und der Drogeriemarkt dm arbeiten dabei mit Cewe, Europas größtem Anbieter mit Sitz im norddeutschen Oldenburg zusammen. Als Direktversender hat sich Happy Foto aus Freistadt etabliert. Branchensprecher Brischnik, Geschäftsführer der Einkaufskooperation Ringfoto, zu der in Österreich 95 Händler mit 130 Geschäften gehören, beschreibt den Wandel so: „Früher sind digitale Bilder auf CDs oder Festplatten verrottet.“ Heute „wollen die Leute wieder etwas in der Hand haben“. Die Retrowelle hat sogar dazu geführt, dass digitale Sofortbilder wieder in Mode sind, wie einst Polaroid-Fotos. Das sei vor allem etwas für Feste und Partys, sagt Brischnik.

Exemplarisch für das Auf und Ab der Branche steht in Schwarzach die Firma ColorDrack, eines der wenigen verbliebenen Großlabors Ös-

terreichs. „Wir sind das einzige Labor in Europa, das alles selbst macht“, sagt der heutige Geschäftsführer Gerhard Schiechl stolz. Egal ob Tassen für Souvenirs oder ein Babylatz für den Nachwuchs, Fotobücher oder Kalender, sogar auf Schiefersteinplatten oder großflächig auf Leinen kann ColorDrack Fotos drucken.

Der 55-jährige Schiechl ist seit 34 Jahren im Unternehmen, im Jahr 2015 wagte er ein Management-Buy-out. Die Firma, die in Spitzenzeiten bis zu 240 Mitarbeiter hatte, war war tief in den roten Zahlen, aber Schiechl wollte die Arbeits-



BILD: SN/GERALD STOIBER

## „Fotos bringen Freude ins Leben.“

Gerhard Schiechl,  
ColorDrack Schwarzach

plätze für sich und rund 50 großteils langjährige und auch ältere Kollegen (die Hälfte sind Frauen, der Altersschnitt beträgt 48 Jahre) retten. „Wir haben letztes Jahr überlebt, wir haben heuer überlebt, wir sind auf dem richtigen Weg“, sagt der Manager. Für 2016 erwartet er „eine schwarze Null“, und den bewilligten Bankkredit hat er noch gar nicht gebraucht. Im Vorjahr belief sich der Abgang noch auf 1,7 Mill. Euro. 2014 hatte der Verlust sogar fast 3 Mill. Euro betragen, dann bot Juniorchef Thomas Drack die Firma seinem Produktionsleiter Schiechl an. Was er mit seinen Kol-

legen geschafft hat, ist erstaunlich.

ColorDrack setzt auf Qualität. Beliefert werden Fotohändler genauso wie Privatkunden, für den Direktversand hat man die Eigenmarke Foto Charly. Schiechl träumt davon, eine der großen Ketten wieder als Kunden zurückzuholen.

Fotobücher hat ColorDrack in jeder Preisklasse, aber es gibt auch Luxusversionen mit Hirschleder einband. Schiechl: „Bei uns kommt das Material nicht von irgendwo her, sondern aus der Region. Unsere Hirsche streifen durch das Unterholz, daher ist das Leder auch nicht so glatt wie bei neuseeländischen Zuchtthirschen.“

Der ColorDrack-Chef schreibt sich zahlreiche Innovationen auf die Fahnen, darunter Fotos auf Ehrenschießscheiben oder Schieferplatten. Diese werden als „Österreich-Produkte“ vermarktet. „Da ist ColorDrack der Einzige“, sagt auch Branchensprecher Brischnik. Schiechl sprüht vor Ideen. Im Vorjahr stellte er das größte Fotobuch der Welt in Schwarzach auf, heuer war es der größte Adventskalender. Auch Hotelausstattung sei ein Thema, erklärt Schiechl, an ein Haus seien 180 gerahmte Bilder auf Leinen verkauft worden. Das neueste Produkt ist die Ausarbeitung von Fotos, die Skifahrer bei den Fotopoints der Skiline machen lassen – die Plattform hat mehr als 240 Skigebiete in 13 Ländern unter Vertrag.

Trotz aller Umwälzungen bleibt eines unverändert. „Ein Foto bringt Freude ins Leben, wenn die Lieben nicht da sind“, wie Schiechl sagt.

Ebenso ins Bild passt eine weitere Geschäftsidee: das professionelle Studio, in dem die Kunden selbst fotografieren. Das Konzept „Press the Button“ (Drück den Auslöser) wurde 2011 in Wels von Martin Arbeitshuber und Silvia Wittmann entwickelt. Die Idee dazu hatten die Fotografen auf einer Hochzeit in der Slowakei. Inzwischen haben sie drei weitere Standorte in Österreich (Wien, Graz, Innsbruck), eine Franchise-Filiale in Berlin und seit November auch in Salzburg die erste Franchise-Filiale. Die Oberösterreicherin Simone Frank (28) aus Marchtrenk hat dafür eine ehemalige Autowerkstatt in der Eichstraße 5 in Gnigl gemietet. Mit der Location ist die frühere Mitarbeiterin des Do-it-yourself-Fotoateliers in Wels sehr zufrieden, können Kunden doch durch ein Rolltor sogar mit Motorrädern oder Autos direkt ins Studio fahren. „Die Termine laufen gut“, sagt Frank, beliebt seien Fotosessions mit Haustieren, unter Freundinnen sowie mit Babys oder auch für Firmen-Websites. Termine (ab 29 Euro für 20 Minuten, eine Stunde um 87 Euro) können Freitag und Samstag gebucht werden. Drei Kameras stehen zur Verfügung. Die Bildbearbeitung übernimmt Frank. Jede digitale Datei kostet drei Euro (ab 40 Stück wird es billiger), ausgewählt wird nach einigen Tagen bequem online von zu Hause aus. Den Unterschied zu einem herkömmlichen Fotoatelier beschreibt Frank so: „Die Leute sind unter sich, haben Spaß und sind ungezwungen.“ Das zeigten auch die Fotos – cheese!