

Cewe zeigte auf der photokina die Zukunft des

Auf 1.300 Quadratmetern präsentierte Cewe auf der photokina sein umfassendes Sortiment von Fotos und Foto-Produkten. Um Konsumenten und Handelspartner für die Faszination des gedruckten Bildes zu begeistern, stellte der Marktführer nicht nur interessante Neuheiten für das Weihnachtsgeschäft vor, sondern gab auch einen Ausblick auf zukünftige smarte Bilddienstleistungen, die durch innovative Technologien wie Sprachsteuerung und Künstliche Intelligenz möglich werden.

So zeigte Cewe als Konzeptstudie das Cewe Fotobuch auf Kommando. Dabei genügt ein einfacher Sprachbefehl, zum Beispiel „Gestalte ein

Freude an Innovationen

Cewe Fotobuch von unserem Urlaub auf Mallorca“, damit die App mit den entsprechenden Fotos einen Vorschlag für ein Cewe Fotobuch erstellt. Wie bei Cewe üblich, kann dieser vor der Bestellung individuell bearbeitet werden. „Mit solchen smarten Lösungen wollen wir uns als der Innovationsführer auf der photokina positionieren“, erklärte Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Dabei sind neue Technologien wie die Sprachsteuerung kein Selbstzweck, sondern sollen den Zugang zu wertschöpfungsstarken Bildprodukten noch einfacher machen, ohne die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten zu beschränken. Denn die gehören genauso wie die hohe Druckqualität



Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls: „Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz unterstützen die Kunden dabei, ihren Weg durch die tägliche Bilderflut zu finden.“

zum Markenversprechen von Cewe.“ Auch ein zweites Zukunftsprojekt basiert auf Sprachsteuerung: das Cewe Fototagebuch. Hier können die Konsumenten den Sprachassistenten nutzen, um ihre aktuellen Erlebnisse festzuhalten. Die App fragt dann zum Beispiel nach, ob sie die entsprechenden Bilder hinzufügen soll; nach einem gewissen Zeitraum kann so ein komplettes Tagebuch erstellt werden. „Für solche Innovationen nutzen wir Technologien wie Künstliche Intelligenz“, erklärte Mehls. „Sie unterstützen die Kunden dabei, ihren Weg durch die tägliche Bilderflut zu finden. Auf der photokina möchten wir die Reaktionen der Kunden und des Handels auf diese Konzepte testen, um auf der Basis dieses Feedbacks marktfähige Produkte zu entwickeln.“



Für die Veredelung des Cewe Fotobuchs mit erhabenem Effektlack, Gold- und Silberelementen hat Cewe in diesem Jahr den TIPA Award bekommen. Jetzt sind solche Veredelungen des Hardcoverns auch vollflächig möglich.

Bildergeschäfts

Dass Cewe auf Sprachsteuerung setzt, hat einen realen Hintergrund: Laut einer aktuellen Studie des Branchenverbands Bitkom nutzen bereits mehr als 25 Prozent aller Menschen in Deutschland mindestens ein Smart Home Gerät. 13 Prozent der Befragten gaben zudem an, dass sie dabei einen Sprachassistenten einsetzen. Das entspricht 8,7 Millionen Menschen in Deutschland. Mehr als 80 Prozent der Bundesbürger, so die Bitkom Studie, haben bereits von Sprachassistenten gehört – vor zwei Jahren waren es nur 5 Prozent.

Während das Cewe Fotobuch auf Kommando und das Cewe Fototagebuch sich noch im Konzeptstadium befinden, werden weitere smarte Lösungen von Cewe bereits innerhalb der nächsten Wochen verfügbar sein. Um die Organisation von Fotos zu erleichtern, bietet die Online-Plattform Cewe MyPhotos jetzt Gesichts- und Motiverkennung, damit die Nutzer relevante Ereignisse besser finden und zusammenführen können. „Alle diese Lösungen zielen darauf ab, den Weg zum hochwertigen, veredelten Fotoprodukt leicht zu machen“, erklärte Mehl.

Sicherheit und Transparenz

Wie bereits bei den existierenden Produkten und Prozessen setzte Cewe auch bei den neuen smarten Lösungen auf konsequente Umsetzung europäischer Datenschutzregeln. „Das Vertrauen unserer Kunden ist ein wichtiger Grundpfeiler unseres Geschäfts“, betonte Mehl. „Deshalb sind Datenschutz und Privatsphäre von Anfang an Teil des Designs unserer Produkte. Kundendaten werden von uns weder verkauft noch ohne die Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergege-



Design in den eigenen vier Wänden: Die neuen sechseckigen hexxas lassen sich auch als Collage oder Mehrteiler in Szene setzen.



ben. Übergreifende Datenanalysen finden nur mit anonymisierten Daten oder der ausdrücklichen Zustimmung der Kunden statt.“

Um noch mehr Transparenz zu schaffen, hat Cewe jetzt eine Kunden-Charta mit dem Titel „Digitalisierung mit Verantwortung“ formuliert. In ihr sind die wichtigsten Prinzipien des Datenschutzes und des Einsatzes Künstlicher Intelligenz klar festgelegt. Die Umsetzung und Weiterentwicklung dieser Kunden-Charta wird von einem unabhängigen Beirat für Digitalisierung begleitet, der Cewe bei der Entwicklung digitaler Prozesse unterstützt und die neuen Technologien bewertet. Diesem

Gremium gehören unter anderem Susanne Boll, Professorin für Medieninformatik und Multimediasysteme an der Universität Oldenburg, sowie der Wirtschaftsjournalist, Physiker und Moderator Ranga Yogeshwar an.

Neuheiten fürs Weihnachtsgeschäft

Natürlich ging es auf dem Cewe photokina Stand nicht nur um zukünftige Innovationen, sondern auch um Neuheiten für das Weihnachtsgeschäft. Dazu gehörten auch neue Varianten des Flaggschiff-Produkts Cewe Fotobuch. „Auch erfolgreiche Produkte müssen stets mit Innovationen weiter-

entwickelt werden“, erklärte Mehls. „Deshalb geben wir den Kunden weitere Möglichkeiten, ihr Cewe Fotobuch mit Veredelungen aufzuwerten und ihre kreativen Ideen umzusetzen.“ Die bereits auf der photokina 2016 angekündigte Veredelung der Hardcover von Cewe Fotobüchern mit Gold- und Silberelementen oder erhabenem Effektlack wurde in diesem Jahr mit dem renommierten TIPA Award ausgezeichnet. Jetzt erweiterte Cewe die Palette um eine Variante mit vollflächiger Veredelung, die dem Titel erhabene, dreidimensionale Strukturen verleihen kann. „Wir sind der einzige Bilddienstleister, der das kann“, betonte Mehls. „Dieses Feature gibt es deshalb nur beim Cewe Fotobuch.“

Beim im vergangenen Jahr eingeführten Cewe Fotobuch Pure für Smartphone-Fotografen bietet die gleichnamige App jetzt mehr Gestaltungsvielfalt. Die Kunden können zwischen zwei Farbstilen (Schwarz oder Weiß) sowie sieben Layout-Varianten wählen und

auf jeder Seite Text hinzufügen. „Damit setzen wir Anregungen unserer Kunden um“, berichtete Mehls. „Denn auch bei dieser schnellen Variante erwarten viele Anwender individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, die sie mit der Marke Cewe Fotobuch verbinden.“ Für ganz junge Kunden bzw. ihre Eltern stellte Cewe auf der photokina das Cewe Fotobuch Kids vor. Das robuste quadratische Produkt mit Ringbindung nimmt es dank seiner abgerundeten Ecken und ungiftigen Materialien nicht übel, wenn es von Kleinkindern auf ungewöhnliche Weise verwendet wird. Das CE-Zeichen auf der Rückseite signalisiert auf den ersten Blick Kindersicherheit.

hexxas, hexxas an der Wand

Im Wachstumssegment Wanddekoration präsentierte Cewe mit den neuen hexxas eine innovative Formensprache für Bilder. Die sechseckigen Elemente, die es in den Formaten 18 x 15,6 cm oder 27 x 23,4 cm gibt, können entwe-

der für sich allein wirken oder als Collage bzw. Mehrteiler in Szene gesetzt werden. Mit Hilfe eines Editors auf cewe.de können die Kunden ihren Wandschmuck ganz einfach am Bildschirm gestalten. Einfach ist auch die Befestigung an der Wand, denn die hexxas werden mit speziellen Magnetaufhängungen geliefert: Zur Montage wird eine Metallplatte mit einem (ablösbaren) Klebestreifen an die Wand geklebt; dann braucht man das mit einem Magneten ausgestattete sechseckige Wandbild (auf Forex Hartschaum) nur noch anzuklicken. Beim Anbringen von Collagen hilft ein Y-förmiger Abstandshalter dabei, die Fotowaben präzise anzuordnen.

Auch bei den erfolgreichen Cewe Handyhüllen mit eigenem Foto gab es auf der photokina neue Varianten. In diesem Segment zeigte Europas größter Bilddienstleister eindrucksvoll, wie schnell Innovation sein kann: Hüllen für die neuen Apple iPhones XR, XS und XS Max sind bereits lieferbar.



Auch für das Cewe Fotobuch Pure, das mit Hilfe der gleichnamigen App direkt vom Smartphone aus bestellt werden kann, gab es neue Gestaltungsvarianten.