

BGL Mitgliederversammlung in Berlin

Viel Potential im Bildermarkt

Der Bundesverband der Photo-Großlaboratorien (BGL) hat auf der diesjährigen Mitgliederversammlung am 30. November in Berlin neue Vorstandsmitglieder gewählt. Mit der derzeitigen Situation auf dem Bildermarkt zeigte sich die Verbandsspitze sehr zufrieden. Sorgen machen den Bilddienstleistern dagegen die großen Digital-Konzerne, die ihre Marktmacht immer stärker ausspielen und dabei vom Gesetzgeber nicht immer im Zaum gehalten werden.

„Wenn Online-Unternehmen wie Google oder Amazon ihre Marktmacht mißbrauchen, müssen die Regulierungsbehörden einschreiten“, erklärte BGL Vorsitzender Dr. Christian Friege (Cewe). „Sonst werden vor

allem mittelständische Unternehmen dadurch bedroht, dass der Staat oder die EU ihre Aufgaben nicht zufriedenstellend erfüllen.“ Tatsächlich konnte man am Tag der BGL-Mitgliederversammlung den Medien ent-

nehmen, dass das Bundeskartellamt gegen Amazon ein Missbrauchsverfahren eröffnet hat. Der Hintergrund des Vorgehens sind zahlreiche Beschwerden, dass der Online-Gigant seine Marktposition zu Lasten der auf dem Marktplatz tätigen Händler ausnutzt. Diese Problematik sei auch im BGL bekannt, erklärte Friege. So sei der Shop eines Mitgliedsunternehmens auf dem Amazon Marktplatz mit einer offensichtlich falschen Begründung vorübergehend geschlossen worden. Obwohl der von Amazon erhobene Vorwurf sofort widerlegt wurde, habe es rund einen Monat gedauert, bis die Online-Plattform die Entscheidung korrigiert habe. „Wenn so etwas in einer umsatzstarken Zeit wie dem Weihnachtsgeschäft passiert, kann das für den Inhaber des betroffenen Online-Shops existenzbedrohend sein“, stellte Friege fest.

Weiter Wachstum im Bildergeschäft

Während die Gesamtzahl der in den BGL Betrieben verarbeiteten Bilder auch 2018 voraussichtlich wieder leicht zurückgeht, erwartet der Verband in den wertschöpfungsstarken Segmenten Fotobücher und Wanddekorationen für 2018 und die folgenden Jahre weiteres Wachstum. Das ergibt sich aus den aktuellen Zahlen, die von BGL Vorstandsmitglied

Fortsetzung auf Seite 3



Keine BGL-Presskonferenz ohne Foto des Vorstands: v. l. die beiden neu gewählten Vorstandsmitglieder Peter Warns (Orwo Net), Dr. Antoon Nuiten (Fujifilm), der Vorsitzende Dr. Christian Friege (Cewe), Monika Sommerfeld (allcop – ebenfalls neu gewählt), BGL-Geschäftsführer Michael Grütering und Vorstandsmitglied Marc Heinze. Auch Bernhard Kittel (nicht im Bild) gehört weiterhin dem BGL Vorstand an.

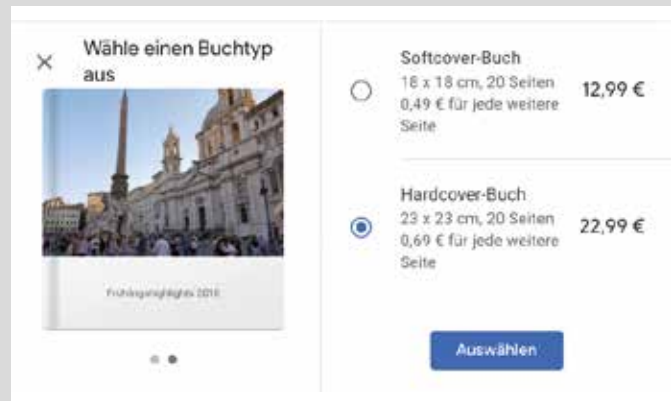
Diskriminieren Online-Riesen den Wettbewerb?

Verdruss übers Google Fotobuch

In den USA kann man über die Google Plattform Google Fotos bereits seit 2017 Fotobücher bestellen, seit dem Spätsommer dieses Jahres ist der Service auch in Deutschland verfügbar. Zum Start des Weihnachtsgeschäftes hat Google erstmals Online-Werbung für das Produkt gemacht – natürlich in der eigenen Suchmaschine. Dass die Produkte des Online-Riesen dabei sofort ganz oben im Ranking landeten, sorgte bei der Konkurrenz nicht nur für Irritationen, sondern löste auch juristische Schritte aus.

Tatsächlich gibt die Tatsache, dass es das Google Fotobuch vom Start weg europaweit auf Platz 1 im Google Ranking schaffte, zu Misstrauen Anlass. Denn auf diese Position kommt man als Google-Kunde normalerweise frühestens einige Wochen oder gar Monate, nachdem man eine Kampagne gestartet hat. Vergeben wird die begehrte Position durch einen (selbstverständlich geheimen) Algorithmus, der offensichtlich aus einer Kombination des vom Inserenten gebotenen Entgelts pro Klick, der Frequenz der bewor-

Das Google Fotobuch gibt es derzeit nur in zwei Varianten mit jeweils 20 - 100 Seiten.



benen Webseite und ihrer zuverlässigen Funktionalität abhängt. Dass Google pro Klick bis zu 1.000 Euro in die eigene Tasche bezahlen könnte, hat bereits ein „Geschmäcke“, würde aber für den Spitzenplatz noch nicht ausreichen. Es ist deshalb nicht auszuschließen, dass der Online-Gigant sein Wissen über die eigenen Algorithmen dazu nutzt, seine eigenen Dienste nach oben zu bringen und damit natürlich Wettbewerber zu diskriminieren.

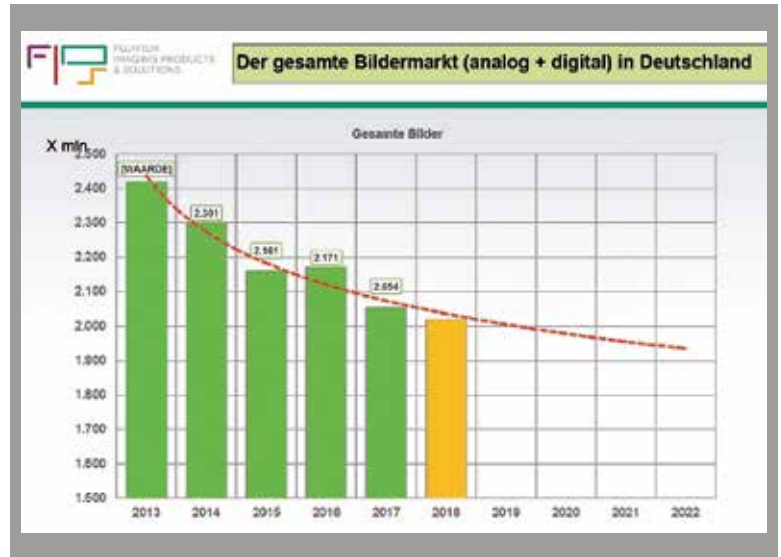
Zur Zeit dürfte der Schaden noch überschaubar sein, denn Google bietet Fotobücher nur in den zwei Varianten Soft Cover (18 x 18 cm) ab 12,99 Euro und Hard Cover (23 x 23 cm) ab 22,99 Euro an. Zudem können die Kunden nur zwischen einem Foto oder drei Bildern pro Seite wählen, die Bearbeitung ist nicht besonders komfortabel, und auch die Auswahl der Bilder sowie das Aus-sortieren von Dubletten funktioniert trotz des Einsatzes künstlicher Intelli-

genz nicht wirklich zufriedenstellend. Trotzdem sind die Anbieter von Fotobüchern alarmiert, denn ein Konzern wie Google hat selbstverständlich die technologischen Möglichkeiten, Schwachstellen schnell zu beseitigen. Mindestens ein deutscher Bilddienstleister hat Google deshalb für sein Vorgehen abgemahnt. Das Fotobuch-Geschäft ist angesichts der Größe des Online-Giganten, der 2017 fast 111 Mrd. US-\$ umsetzte, zwar nur eine kleine Nische, aber der Fall könnte für das Unternehmen aus Mountain View ungeahnte Brisanz entwickeln. Denn 2017 wurde Google von der EU Kommission zu einer Strafzahlung von 2,42 Mrd. Euro verurteilt, weil seine Produktsuche die eigenen Dienste bevorzugte und Wettbewerbern keine Chance einräumte, gefunden zu werden. Vielleicht liegt es an diesem Präzedenzfall, dass die Anzeigen für das Google Fotobuch derzeit komplett aus der Suchmaschine verschwunden sind.

Dr. Antoon Nuiten (Fujifilm) vorgestellt wurden. So rechnet der BGL in diesem Jahr mit 2,08 Mrd. verarbeiteten Bildern, von denen nur noch rund 50 Mio. auf analoge Verfahren entfallen. Die Zahl der in Deutschland verkauften Fotobücher soll in diesem Jahr wiederum leicht steigen, und zwar auf 9 Mio. Stück (2017: 8,84 Mio.). Beim Umsatz rechnet der BGL mit einer Zunahme um 6 Prozent auf gut 309 Mio. Euro. Dies ist vor allem dem Trend zu größeren Formaten zu verdanken. Das Internet bleibt bei den Fotobüchern der mit Abstand wichtigste Vertriebsweg. Im Jahr 2017 wurden zwei Drittel der Aufträge über das Internet platziert und direkt zum Kunden ausgeliefert, 28 Prozent gelangten online in die Betriebe und über den Einzelhandel zum Konsumenten.

Positiv entwickelt sich auch der Umsatz mit weiteren Bildprodukten und Foto-geschenken. Er soll in Westeuropa 2018 erstmals auf über 1 Mrd. Euro steigen und in Deutschland 332 Mio. Euro (2017: 302 Mio. Euro) erreichen. Das ist vor allem der starken Nachfrage nach Wanddekorationen zu verdanken. Hier rechnet der BGL für Deutschland in diesem Jahr mit einem Plus von fast 12 Prozent auf 5,7 Mio. Stück; der Umsatz soll um 15 Prozent auf 138 Mio. Euro zulegen. Auch die Nachfrage nach Kalendern steigt; für

Die Zahl der in den BGL-Betrieben verarbeiteten Bilder nimmt weiter ab, aber die Wert-schöpfung entwickelt sich positiv.



dieses Jahr wird eine Menge von 6,2 Mio. Stück (plus 6,9 Prozent) erwartet. Der Umsatz soll bei 78 Mio. Euro (plus 8,3 Prozent) liegen.

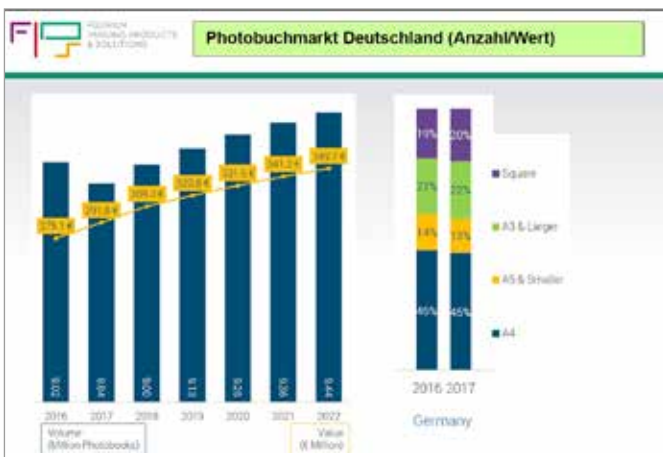
Auch bei den Bildprodukten dominiert der E-Commerce: Fast drei Viertel wurden im Jahr 2017 online bestellt und direkt ausgeliefert, 21 Prozent der Aufträge gelangten über den Einzelhandel zum Kunden. Im Geschäft bestellt und vom Einzelhandel ausgeliefert wurden wie bei den Fotobüchern rund 6 Prozent.

Für die kommenden Jahre rechnet der BGL bei Fotobüchern und Bildprodukten mit weiterem Wachstum. Wenn die Prognosen zutreffen, wird sich der Umsatz mit Wanddekorationen von 2016 bis 2022 fast verdoppelt haben und in Europa nahezu 500 Mio. Euro erreichen, von denen 199 Mio. Euro

in Deutschland ausgegeben werden sollen.

Wachstum durch Smartphones

Trotz des positiven Ausblicks sieht der BGL die Potentiale auf dem Bildermarkt noch längst nicht als ausgereizt. Impulse werden vor allem von der Smartphone-Fotografie erwartet. Derzeit sei der Gestaltungs- und Bestellprozess für die Mobilgeräte noch zu kompliziert, erklärte Nuiten. Allerdings arbeitet die Branche intensiv an neuen Lösungen, die diese Prozesse deutlich einfacher machen. Dann könne man die Emotionalität persönlicher Fotos direkt am Ort der Aufnahme nutzen, um noch mehr Kunden für haptische Bildprodukte zu begeistern, stellte Nuiten fest.



Bei Fotobüchern und Bildprodukten erwartet der BGL für die nächsten Jahre weiteres Wachstum.