

AMAZON: EINSTIEG IN DAS FOTOBUCH-BUSINESS

Seit Mitte September ist Amazon Prints online und hat für mächtig Aufregung gesorgt. Was steckt dahinter? Bernd Zipper hat sich das mal genauer angesehen.



Amazon ist nun zusätzlich zum Online-Handel, dem Cloud-Service und den Streaming-Angeboten auch im Bereich Druck personalisierter Fotobücher und Fotos aus ihrer Cloud tätig, bisher aber nur in den USA. Amazon Prints heißt die Eintrittskarte des Onlinegiganten in den lukrativen Fotodruck-Markt.

Der Zeitpunkt für den Einstieg am 21.09., also kurz vor dem beginnenden Weihnachtsgeschäft, scheint sinnvoll gewählt zu sein. Etabliert sich Amazon im Online-Fotodruck, dann haben einige andere Marktteilnehmer mit deutlichen Einbußen zu rechnen. Wie aber die Hintergründe dazu sind, und ob Amazon in Verbindung mit seinen bisherigen Diensten und trotz vergleichsweise niedriger Preise ein rundes und qualitativ überzeugendes Gesamtpaket liefern wird, damit werde ich mich in der Folge beschäftigen.

Zunächst aber mal zu dem, was in den letzten Tagen passiert ist. Ohne Presseankündigung hat Amazon seinen Fotodruckservice online geschaltet. Zunächst beschränkt sich das Angebot aber auf drei Standard-Fotoformate und zwei verschiedene Konfigurationen an Fotobüchern. Gut, das ist jetzt noch nicht vergleichbar mit den Angeboten von Cewe oder Shutterfly. Hat aber schon für mächtig Wirbel gesorgt.

WETTBEWERB REAGIERTE PROMPT

Shutterfly steht derzeit als größter Produzent von Fotos und Fotobüchern in den USA mit einem Umsatz (2015) von etwa 1 Milliarde Euro in direkter Konkurrenz zu dem neuen Angebot von Amazon. Der Vorteil des Internet-Giganten ist natürlich die immense Marktdurchdringung im E-Commerce, die einem guten Start für die Aufnahme des neuen Geschäftsfelds sicherlich dienlich ist. Ernst zu nehmend ist der Einstieg in den Fotodruck seitens des Anbieters aus Seattle definitiv, denn am Tag der Einführung von Amazon Prints sank der Wert der Shutterfly-Aktie abrupt um mehr als 10% im Vergleich zum Vortageswert – daran hat sich in den letzten Tagen auch



„Der Einstieg von Amazon ins Fotobuch-Business ist letztlich konsequent. Das Unternehmen bietet die Infrastruktur und muss seinen (Prime-)Anwendern klare Mehrwerte liefern. Wie sich Amazons Engagement auf den europäischen Markt auswirkt, bleibt noch unklar.“ – Bernd Zipper

nichts mehr geändert. Und ernst nehmen die Drucker von Shutterfly das Ganze auch, denn nach dem Einstieg reagierten sie prompt mit einem Nachlass von 40% (!) auf alle Artikel.

Wahrscheinlich wollte Shutterfly Prints damit etwas Schwung nehmen und den merklichen Preisunterschied abmildern, dazu aber später mehr.

Glaubt man den Prognosen, so soll das Bestellvolumen an Fotoartikeln in den USA für dieses Jahr etwa 1,8 Milliarden Euro betragen. Ein großer Kuchen, von dem Amazon nun seinen Teil beanspruchen will. Welche Vorteile bieten sich für den Kunden, wenn er seine Fotos bei Amazon bestellt? Unbegrenzten Onlinespeicher für Fotos bietet z. B. Shutterfly auch. Bei Amazon muss man aber Prime-Mitglied sein und einen jährlichen Obolus zahlen, um Amazon Drive als Cloud-Speicher nutzen zu können. Wohlgermerkt ermöglichen es beide, auch von mobilen Endgeräten aus auf den Speicher zuzugreifen.

GEWOHNT EINFACHE ABLÄUFE

Der Grund für einen Wechsel von einem beliebigen Fotodruck-Anbieter zu Amazon Prints muss dann wohl woanders zu suchen sein – ich denke da an die Menge der Prime-Mitgliedschaften und die Bequemlichkeit beim Bestellvorgang.

Gewohnt einfache Abläufe, günstiger als bei der Konkurrenz und am besten alles aus einer Hand. Aktuell sind mehr als 60 Millionen US-Amerikaner Prime-Kunden und nutzen damit schon die bestehenden Dienste, zu denen sich jetzt noch

die Option Online-Fotobestellung gesellt. Das Prinzip bei Prints ist das gleiche wie bei anderen Printern mit Cloud-Service auch: Fotos hochladen, Druckdaten auswählen, Bestellung konfigurieren und bestellen – nichts Neues, sondern eher gewohnte Abläufe für die meisten Kunden, die ihre Fotos beim Onlinedrucker bestellen.

Da Amazon Prints direkt mit Kampfpreisen an den Start gegangen ist, kann man davon ausgehen, dass Amazon diesen Schritt sicherlich nicht nur testweise macht, sondern dass es um eine ersthafte Absicht zur Erhöhung der Anzahl an Prime-Kunden und auch ein entschiedenes Etablierungsbegehren im Online-Fotodruck geht.

ANGEBOTSUMFANG SPRICHT FÜR DIE ETABLIERTEN

Hier lohnt sich ein kurzer Preisvergleich zum Angebot von Prints mit Shutterfly, da das Unternehmen in den USA maßgebend für den Online-Fotodruck ist. Amazon selbst wirbt mit dem Schlagwort „erschwinglich“ für seinen Druckdienst und bietet den Fotodruck in der Größe 10 x 15 cm für umgerechnet 0,08 Euro, die Größe 13 x 18 cm für 0,52 Euro und Fotos in der Größe 20 x 25 cm für 1,60 Euro an. Prints liegt damit bei allen derzeit verfügbaren Größen mindestens 40% und beim Fotobuch in der günstigsten Konfiguration 33% unter den Preisen von Shutterfly. Der Angebotsumfang und die Auswahl an Fotoartikeln aber spricht aktuell jedenfalls für Shutterfly und die andere Etablierten. Und in Anbetracht der ordentlichen Qualität, die Shutterfly und die meisten anderen Online-Fotodrucker in den USA derzeit bieten, muss Amazon mit Prints und seinen niedrigen Preisen erst mal beweisen, dass es den Qualitätsansprüchen der Kunden gerecht wird. Damit kommen wir dann zu der Frage: Wer druckt denn eigentlich für Amazon Prints?

WER DRUCKT FÜR AMAZON?

Es gibt eine Reihe von Gerüchten, dass Mimeo als Druckdienstleister für Amazons Foto-Business agiert. Mit zwei Standorten in den USA (Memphis, Tennessee und Newark, New Jersey), einem Werk in Huntington (GB) sowie dem seit 2014 zur Gruppe gehörenden Werk in Berlin ist Mimeo auf zwei Kontinenten aktiv. Als Spezialisten für On-demand-Cloud-Printing würden sie sich zumindest gut für diesen Job eignen. Recherchiert man das Produktportfolio von Mimeo, stößt man kaum auf die Wörter „Foto“ oder „Fotodruck“; das Kerngeschäft bildet nämlich neben der Entwicklung und dem Vertrieb von Software für Dokumentmanagement und Bestellsystemen für Drucksachen, die Produktion von Handbüchern, Präsentationsmappen, Broschüren, Plakaten, Katalogen und Postkarten. Alles wird im Digitaldruck gefertigt, wobei Mimeo zudem über ein Netzwerk von Druckpartnern verfügt, mit dem sie auch andere Aufträge als solche im Digitaldruck abfertigen können.

Produktionskapazitäten bringen sie auch ausreichend mit, denn zusätzlich zu den eigenen fotodruckfähigen Digitaldruckmaschinen hat Mimeo erst zur letzten Jahreswende die HubCast Inc. in den USA übernommen, die über eine Flotte von HP Indigo 10000 verfügen, welche sich auch für den großformatigen Fotobuchdruck eignen. Zu einer Kooperation mit Amazon hat sich Mimeo bislang aber noch nicht geäußert; bis es darüber nähere Informationen gibt, müssen wir uns

anscheinend noch etwas gedulden. Naja, Gerüchte eben – es würden sich in den USA aber auch noch weitere Partner anbieten. District Photo (bedient auch Snapfish und andere) wäre ebenfalls ein geeigneter Partner.

AUSWIRKUNGEN FÜR DEN MARKT DER DACH-REGION

Ob man nun den Gerüchten glaubt oder nicht, die Frage für uns in Europa ist, welche Auswirkungen hat Amazons Fotobuch-Aktivität auf den Markt in der DACH-Region? Hier ist Cewe der klare Marktführer. Allein in Sachen Fotobuch haben die Oldenburger 2015 knapp eine halbe Milliarde Euro Umsatz generiert. Aber wie wird es laufen, wenn Prints sich in den USA etablieren kann und auch auf dem europäischen Markt angeboten wird? Für Deutschland kann ich schon mal feststellen, dass Mimeo durch die Übernahme von Koebecke GmbH 2014 in Deutschland einen Produktionsstandort erworben hat.

Ist dieser irgendwann für die Produktion von Fotobüchern optimiert, wäre Amazon bei Einführung von Prints und einer Kooperation mit Mimeo Deutschland schon mal gut aufgestellt. Und 17 Millionen Prime-Kunden gibt es immerhin auch in Deutschland. Vom Branchenprimus Cewe jedenfalls kam kein Kommentar – man lies mich lediglich wissen das „Kooperationen prinzipiell nicht kommentiert werden“. Auch eine Haltung.

Ich glaube aber, dass in Oldenburg und auch bei Cimpress und anderen Foto- und Merch-Anbietern so langsam die Spannung steigt. Mit Amazon Custom, einer Plattform für personalisierte Geschenke – man könnte es auch Mass Customization nennen – kommt Amazon in Kürze auf den Markt.

MEINE EINSCHÄTZUNG

Jetzt heißt es erstmal abwarten, wie sich Amazon mit Prints in den USA behaupten kann. Durch die Verknüpfung mit Vorteilen aus der Prime-Mitgliedschaft werden sich sicherlich einige Kunden für das neue Geschäftsfeld von Amazon finden lassen, nicht zuletzt aufgrund der doch recht niedrigen Preise im Ver-



Im Buchbereich soll Amazon bereits ein jährliches Druckvolumen von rund 6 Milliarden Seiten abwickeln. Täglich werden so bis zu 250.000 Bücher von Amazon produziert.

gleich zu anderen Anbietern. Was man aber nicht vergessen sollte: Die Auswahl von Fotos und die Erstellung bzw. Editierung von Fotobüchern ist nicht nur eine rein zweckdienliche oder wirtschaftliche Entscheidung, sondern auch zeitintensiv und hat teilweise eine emotionale Komponente. Sollten Prime-Kunden also mit anderen Online-Fotodruckern bereits zufrieden sein, muss Prints schon noch Überzeugungsarbeit leisten. Und: Sollte das Konzept von Amazon aufgehen, dann ist es mit einem Launch für den europäischen Markt bestimmt nicht mehr lange hin. Ich glaube, da ist ein Riese aufgewacht ... ●

beyond-print.de