

PRESSEINFORMATION

Trends 2013: Was und wie fotografieren die Deutschen im Urlaub?

CEWE und forsa veröffentlichen repräsentative Umfrageergebnisse

*+++ Fotobücher fast gleichauf mit Bestellung von Bildabzügen +++
Handyfotografie erfreut sich immer größerer Beliebtheit +++ Smartphones
weiter auf dem Vormarsch +++ Festplatte für Urlaubsbilder attraktivster
Verwahrungsplatz +++ Jüngere bevorzugen Fotos per Sofortdruck +++*

Oldenburg, 24. Juni 2013. Jährlich vor Beginn der Reisezeit möchte CEWE – Europas führender Foto-Dienstleister – von den Deutschen wissen, wie und was sie im Urlaub fotografieren. Bereits zum zweiten Mal befragte CEWE in Kooperation mit forsa (Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen) in einer repräsentativen Umfrage¹ mehr als 1.000 Deutsche zum Thema Reisefotografie.

Nicht ohne meine Kamera

Reisezeit ist Fotozeit: Im Urlaub halten 93 Prozent aller Befragten ihre Eindrücke in Form von Bildern fest. Ob Profi oder Hobbyfotograf: Die Mehrheit (67 Prozent) fotografiert grundsätzlich selbst. 75 Prozent der Deutschen greifen für eigene Aufnahmen auf einen Fotoapparat zurück. Aber auch Handyfotografie erfreut sich immer größerer Beliebtheit: 25 Prozent benutzen inzwischen eine im Mobiltelefon eingebaute Kamera – im letzten Jahr waren dies nur 20 Prozent. Besonders geschätzt ist die Handykamera bei jungen Leuten. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) der 18- bis 29-Jährigen fotografiert auf diese Art und Weise. 27 Prozent der Gesamtbefragten nutzen darüber hinaus auch die Video-Funktion des Fotoapparats oder Handys. Diese Funktion wird überwiegend von den unter 45-Jährigen genutzt (39 Prozent).

Per App aufs Papier

Der Trend geht weiter zu mobilen Endgeräten: Fast jeder zweite Deutsche besitzt inzwischen ein Smartphone mit Internetzugang (45 Prozent). Besonders häufig sind die 18- bis 29-Jährigen mit dem Handy im Netz unterwegs (77 Prozent). 15 Prozent aller Smartphone-Besitzer nutzen bereits eine App, um aus ihr Fotoprodukte zu erstellen.

¹ Repräsentative forsa-Umfrage im Auftrag von CEWE, 1.002 Befragte über 18 Jahre, bundesweit, Befragungszeitraum Mai 2013

Landschaftsmotive sind am beliebtesten

Die mit Abstand beliebtesten Urlaubsmotive sind, wie bereits im letzten Jahr, Landschafts- und Naturaufnahmen – die 72 Prozent aller Befragten bevorzugen. Auf Platz zwei und drei folgen Sehenswürdigkeiten (46 Prozent) und Urlaubsbegleiter (41 Prozent). Aber auch Land und Leute nehmen die Deutschen gerne vor ihre Linse (36 Prozent).

Tiere, die sich im letzten Jahr mit nur 6 Prozent mittlerer Beliebtheit erfreuten, sind 2013 mit 18 Prozent ein deutlich mehr gefragtes Motiv. Fotomotive wie das Hotel oder der Flughafen spielen für die Befragten im Osten (13 Prozent) eine größere Rolle als für die im Westen (8 Prozent).

Interessant: Das Fotografieverhalten der 18- bis 29-Jährigen deckt sich stark mit dem der Älteren (ab 60 Jahre). Beide Altersgruppen begeistern sich gleichermaßen für Landschafts- und Naturaufnahmen (75 Prozent) und fotografieren weniger Sehenswürdigkeiten (38 und 34 Prozent).

Facebook oder Fotobuch?

Wieder zuhause angekommen stellt sich meist die Frage, wohin mit den Fotos. Der bevorzugte Verwahrungsplatz für Urlaubsbilder ist für die Deutschen, wie bereits im Vorjahr, der Computer – 82 Prozent aller Befragten legen ihre Fotos auf der Festplatte ab.

30 Prozent bestellen auf ganz herkömmliche Art und Weise Fotoabzüge. Vor allem junge Menschen bevorzugen dabei zunehmend den Sofortdruck: 36 Prozent der 18- bis 29-Jährigen drucken die Urlaubsbilder direkt in einem Geschäft aus. Diese Altersgruppe teilt ihre Fotos auch gerne in sozialen Netzwerken (31 Prozent).

23 Prozent der Bevölkerung kleben die Urlaubsfotos noch in ein Fotoalbum. Immer beliebter in allen Altersgruppen werden aber auch Fotobücher: 27 Prozent aller Befragten entscheiden sich für diese langlebige Art der Präsentation. Das sind inzwischen fast genauso viele wie diejenigen, die klassisch Abzüge entwickeln lassen.

Innovativ und vielseitig lassen sich Urlaubserinnerungen in einem CEWE FOTOBUCH mit 26 bis 154 Seiten aufbereiten. Vom Format Mini bis zur XXL-Panorama-Variante mit Hochglanz-Veredelung ist das CEWE FOTOBUCH in über 40 unterschiedlichen Produktausführungen erhältlich. CEWE hat auf den wachsenden Trend zur Videoerstellung per Handy oder Kamera bereits mit einer Innovation reagiert: Auf den Seiten lassen sich

mittels eines QR-Codes auch Videos integrieren. Videos können neben den Bildern als QR-Code oder Filmstreifen platziert werden. Im fertigen CEWE FOTOBUCH kann man sie dann über den QR-Code jederzeit und überall mit einem Smartphone oder Tablet abspielen.

Mehr Informationen zum CEWE FOTOBUCH und zu weiteren Produkten von CEWE unter www.cewe-fotobuch.de und www.cewe.de

Pressekontakt für Rückfragen:

CEWE COLOR AG & Co. OHG

Dörte Lehne,
Public Relations
Tel.: +49 441 404-2679
Fax: +49 441 404-113
E-Mail: presse@cewecolor.de
Internet: www.cewecolor.com

Harald H. Pirwitz,
Vorstand Marketing & Vertrieb
+49 441 404-1339
+49 441 404-421

Über CEWE COLOR: Der Foto- und Online-Druckservice CEWE COLOR ist mit 13 hoch technisierten Produktionsstandorten und ca. 3.300 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie- und Marktführer präsent. CEWE COLOR lieferte im Jahr 2012 rund 2,5 Mrd. Fotos, 5,6 Mio. CEWE FOTOBÜCHER sowie Foto-Geschenkartikel an über 34.000 Handelskunden und erzielte damit einen Konzernumsatz von 503,3 Mio. Euro. CEWE COLOR ist in der Fotobranche „First Mover“ bei der Einführung neuer digitaler Technologien und Produkte. Im neuen Geschäftsfeld Online-Druckservice werden Werbedrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE-PRINT.de, saxoprint und viaprinto vermarktet. CEWE COLOR feierte 2011 sein 50-jähriges Firmenjubiläum: 1961 von Senator h. c. Heinz Neumüller gegründet, wurde CEWE COLOR 1993 von Hubert Rothärmel als Aktiengesellschaft an die Börse gebracht. Die CEWE COLOR Holding AG ist im SDAX gelistet.
