

HP Frühstück mit Alexandra Mihajlovic

Druckfrisch-Frühstück, Ausgabe 4: Alexandra Mihajlovic spricht mit Eva Kamper über die Zukunft der digitalen Fotografie. Fotos am Kiosk selbst ausdrucken und bezahlen, Poster selbst produzieren – alles keine Zukunftsmusik mehr.

Die Lösungen von HP holen den Kunden dort ab, wo er sich selbst sehen möchte: Fotos kann man mit HP im Internet austauschen, zu Hause drucken, oder im Einzelhandel selbst produzieren lassen – und bei der Qualität muss man damit auch keine Abstriche mehr machen. Alexandra Mihajlovic erklärt Eva Kamper die Möglichkeiten, die sich mit HP-Fotodruck-Technologie für jeden einzelnen Nutzer ergeben.

Eva Kamper:

Ich begrüße Sie ganz herzlich zu unserer brandneuen Ausgabe des Druckfrisch-Frühstücks mit HP. Eva Kamper ist mein Name und ich darf Sie auch heute wieder durch die Sendung begleiten. Heute morgen an meiner Seite ist Frau Alexandra Mihajlovic, Consumer Business Managerin und verantwortlich für sämtliche Consumer Belange bei HP Österreich. Guten Morgen!

Alexandra Mihajlovic:

Guten Morgen!

Eva Kamper:

Heute wird's besonders spannend. Wir wagen heute gemeinsam einen Blick in die Zukunft – und zwar in die Zukunft der digitalen Fotografie. Wir starten gleich die erste Frage: HP ist weltweit der einzige Anbieter, der in der digitalen Fotografie alles aus einer Hand anbietet. Warum hat das Unternehmen sich schlussendlich für diese Strategie entschieden?

Alexandra Mihajlovic:

HP ist sehr kundenorientiert – wir wollen da sein, wo uns der Kunde gerne haben möchte. Das heißt, wenn der Kunde gerne Onlineshopping betreiben möchte und seine Fotos online entwickeln möchte, dann möchten wir das auch anbieten. Genauso schauen wir, dass wir alles bieten können, was der Kunde braucht, um seine Fotos zuhause zu entwickeln und zu bearbeiten. Es gibt auch Kunden die gerne in den Retail-Store gehen und dort ihr Service bekommen – und auch das möchten wir anbieten.

Eva Kamper:

Was genau umfasst denn dieser Begriff? Welche Lösungen, Produkte und Accessoires kann man sich da als Endkonsument quasi herauspicken?

Alexandra Mihajlovic:

Wir haben bei HP ein Drei-Säulen-Modell. Auf der einen Seite gibt es den Bereich Fotodruck zuhause, das ist quasi das HP Fotolabor für den Heimwerker, wo der Kunde mit den Fotolösungen, die wir anbieten, seiner Kreativität freien Lauf lassen kann. Auf der anderen Seite gibt's da noch den Onlinebereich. Sprich man kann über die „HP Snapfish“-Lösung seine Fotos ins Internet bringen und ausgedruckt wieder zurückbekommen. Oder es gibt dann die HP Retail Kiosk Lösungen, das sind dann die HP Lösungen, die wir für die Einzelhändler im Geschäft anbieten.

Eva Kamper:

Beginnen wir einmal mit dem Fotodruck zuhause. Welche Vorteile gibt es denn hier gegenüber der Entwicklung z.B. in einem herkömmlichen Labor, wie wir es alle aus den letzten Jahrzehnten kennen?

Alexandra Mihajlovic:

Also, ein ganz wesentlicher Vorteil für mich ist, dass ich da 24 Stunden lang tun und lassen kann was ich möchte und meiner Kreativität freien Lauf lassen kann. Ich kann die Fotos schon auf der Kamera selber bearbeiten, ich kann die Fotos auf den Druckern bearbeiten. Wir haben da ganz viele Funktionen. Es gibt auch eine eigene Software, die HP Real Life Technologie – mit der kann ich ganz einfach meine Fotos bearbeiten. Da gibt's witzige Funktionen wie z.B. eine Slimmingfunktion - damit kann man z.B. ein Foto so gestalten, dass man darauf dünner aussieht. Das ist speziell bei den Damen im Frühling sehr beliebt – Also da gibt's unterschiedliche Dinge. Zum Beispiel auch ein Red-Eye-Removal. Das heißt, man kann die roten Augen automatisch entfernen. Also ganz, ganz viele Dinge, die man ganz einfach, unkompliziert und schnell selber gestalten kann.

Eva Kamper:

Sie haben jetzt einige Dinge genannt, die schon mit der Bildbearbeitung zu tun haben. Wie sieht den hier die Sache – vor allem schlussendlich die Qualität mit der Bildbearbeitung aus? Hat hier das Labor nicht noch ein bisschen die Nase vorn?

Alexandra Mihajlovic:

Das ist mittlerweile kein Thema mehr. Es gibt unabhängige Tests die zeigen, dass die Qualität besser ist oder auf jeden Fall der Qualität vom Labor entspricht und gleichzeitig ist der große Vorteil bei der Heimentwicklung – wenn man sich selber seine Fotos ausdrückt – ist die höhere Lichtbeständigkeit. Das ist heutzutage auch ein Kriterium wonach die Qualität der Fotos beurteilt wird.

Eva Kamper:

Was würden Sie empfehlen, welche Geräte braucht man als Endkonsument um Perfektion im Ausdruck zu erreichen?

Alexandra Mihajlovic:

Das ist eigentlich wieder die Strategie, die ich vorher erwähnt habe. Wir versuchen dem Kunden alles anzubieten, was er gerne haben möchte. Sprich, wir haben versucht für alle Kundenbedürfnisse die richtigen Geräte zu finden. Es gibt die All-In-One Geräte, mit denen kann man drucken, scannen und kopieren, die haben auch Kartenslots für alle Kartenformate von den gängigen Kameras, da kann man ganz einfach und unkompliziert ohne PC Fotos ausdrucken. Dann gibt's Fotodrucker, die speziell für diese Funktion geeignet sind – mit Touchscreens, die sehr intuitiv funktionieren. Da kann ich ganz einfach meine Fotos gleich zuhause bearbeiten. Ich kann vor Ort, z.B. bei einem Fest, meine Fotos ausdrucken. Hier gibt es wirklich für jedes Bedürfnis das richtige Gerät.

Eva Kamper:

Welchen Einfluss haben jetzt schlussendlich die ganzen Accessoires rund herum auf einen guten Fotoprint?

Alexandra Mihajlovic:

Um die perfekte Qualität zu erreichen, ist es ganz wichtig, dass das Zubehör abgestimmt ist. Es gibt bei HP eine Art goldenes Dreieck: Wenn man den HP Drucker verwendet ist dies ganz genau abgestimmt mit dem Papier und den Patronen oder mit der Tinte. Wenn man diese drei Sachen zusammen verwendet, dann bekommt man die perfekte Qualität, dann bekommt man die lange Lichtbeständigkeit – und deswegen ist das ganz wichtig, dass die Dinge abgestimmt verwendet werden.

Eva Kamper:

Wenn ich jetzt als Privatanwender aber trotz aller genannten Vorteile, trotzdem sage, ich möchte nicht zuhause drucken, welche Möglichkeit habe ich da?

Alexandra Mihajlovic:

Da haben Sie zum Beispiel die Möglichkeit, das Onlineservice „HP-Snapfish“ in Anspruch zu nehmen. Hier können Sie ihre Fotos hinaufladen und bekommen sie in dem Format, das Sie gerne hätten, wieder zurück.

Eva Kamper:

Stichwort „Snapfish“ – wir haben’s schon einige Male gehört: Ende des letzten Jahres wurde das von HP akquirierte deutsche Onlinefotoservice Pixaco in die weltweit bereits sehr erfolgreiche Marke überführt. Wie hat es sich seither entwickelt?

Alexandra Mihajlovic:

Das Service hat sich sehr, sehr gut entwickelt. Es ist wirklich ein wachsender Markt und wir haben etwa eine Million zusätzliche User jedes Monat.

Eva Kamper:

Wo genau liegt denn das Snapfish-Geheimnis? Man ist ja nicht der einzige Anbieter am Markt.

Alexandra Mihajlovic:

Das tolle an Snapfish ist, dass es hier eine zusätzliche Sharing-Funktion gibt. Das heißt, Snapfish bietet die Möglichkeit an, dass ich meine Fotos kostenlos und in unbegrenzter Anzahl auf dem HP Snapfish-Server liegen lassen kann. Hier kann ich mir die Fotos permanent anschauen. Ich kann meinen Freunden z.B. Zugriff geben und die können sich die Fotos auch anschauen. Wenn man sich einmal überlegt wie viel Datenmenge so Fotos nach einem Urlaub haben und man verschickt das alles, dann ist das schon sehr, sehr viel und das ist glaube ich der ganz, ganz große Vorteil von Snapfish, dass ich da die Serverkapazitäten von Snapfish nutzen kann.

Eva Kamper:

Sie haben es vorhin schon ganz kurz erwähnt, die dritte Säule sind Retail-Fotolösungen von HP. Wie sehen diese Lösungen bzw. wie sieht hier das Angebot aus? Können Sie uns da einen kleinen Einblick geben?

Alexandra Mihajlovic:

HP bietet hier zwei Lösungen an: Zum einen das HP Fotosmartexpress. Das ist eine komplett eigenständige Fotolösung. Da kann man innerhalb von 5 Sekunden Fotos in 10 x 15, in Inkjet-Qualität entwickeln. Diese Fotos sind sehr, sehr gut und das geht ganz einfach und unkompliziert. Die andere Lösung ist das HP Fotostudio. Das ist mit zusätzlicher Einbindung des Retailers. Hier kann man zusätzlich Services bekommen. Also da kann ich mir den kreativen Teil meiner Fotoentwicklung vom Retailer machen lassen, wie Poster, Kalender, Postkarten usw.

Eva Kamper:

Um noch ganz kurz beim Fotosmartexpress zu bleiben – das hört sich ein bisschen an, wie ein komplett eigenständiger Fotokiosk. Heißt das, die Kunden drucken hier nicht nur, sondern sie können auch quasi in Selbstbedienung bezahlen?

Alexandra Mihajlovic:

Ja, das funktioniert so, die Möglichkeit gibt es so schon in Amerika, in Europa ist das noch eine Frage dessen, ob der Retailer das gern haben möchte oder nicht, aber das Gerät kann das grundsätzlich. Das heißt, ich kann wirklich meine SD-Karte in den Kiosk reinstecken und kann dann auch sofort an dem Kiosk meine Rechnung begleichen, indem ich meine oder meine Bankomat-Kreditkarte verwende.

Eva Kamper:

Das klingt ja schon alles sehr erfolgversprechend – warum gibt es dann eigentlich mit HP Photosmart eigentlich noch eine zweite personalunterstützte Lösung?

Alexandra Mihajlovic:

Die personalunterstützte Lösung bietet den zusätzlichen Vorteil, dass man hier mehr der Kreativität Raum geben kann. Und dass der Kunde da die Möglichkeit hat, seine Geschichte zu erzählen, Poster zu erstellen, und einfach noch mehr zusätzliche Ausarbeitungsfunktionen in Anspruch nehmen kann. Das ist eine Sache, die beim Express nicht so das Thema ist, da will ich wirklich einfach, schnell, günstig 10x15 Fotos haben, und beim Studio kann ich dann mehr mein eigenes Thema draus machen – mein Poster, meine Grußkarte usw. Zusätzlich bietet das Fotostudio dem Retailer auch mehr Kundenfrequenz, und er kann auch ein zusätzliches Service verkaufen, was für den Retailer einfach sehr schön ist.

Eva Kamper:

Sie haben's vorhin so hübsch formuliert: „Fotos, die eine Geschichte erzählen“. Liegt darin Ihrer Meinung nach der Zukunftstrend in der digitalen Fotografie?

Alexandra Mihajlovic:

Ja, da liegt das meiner Meinung nach. Der Vorteil ist, dass der Kunde früher in seinen technischen Möglichkeiten limitiert war, und heute hat der Kunde jede Möglichkeit, seiner Kreativität freien Lauf zu lassen – und das mit einfachen, unkomplizierten und sehr schnellen Lösungen. Und das, glaube ich, ist die Zukunft im Bereich digitale Fotografie.

Eva Kamper:

Letzte Frage: Welche der HP-Innovationen wird unter Ihrem Weihnachtsbaum liegen, für Ihre Liebsten?

Alexandra Mihajlovic:

Das ist der HP Photosmart Pro 9180, das ist ein Fotodrucker, der auch A3 drucken kann. Wir sind in unserer Familie alle Foto-Freaks – wir fotografieren sehr gerne, sind jetzt auch umgezogen und dekorieren unsere Wohnung gerne mit Fotos. D.h. mit dem Drucker kann man A3-Ausdrucke auf allen Materialien machen, und das in enorm hoher Geschwindigkeit zu einer großartigen Qualität. Das ist genau das, was wir gut brauchen können.

Eva Kamper:

Ich bedanke mich sehr für das Gespräch und für die Zeit, die Sie sich genommen haben. Und Ihnen zuhause wünsche ich mit Ihren schönsten Erinnerungen einen guten Start in den neuen Tag. Ich bin mir sicher, es war wieder etwas für Sie dabei. Schalten Sie auf jeden Fall wieder ein, schon in zwei Wochen – zur nächsten Ausgabe des Druckfrisch-Frühstücks mit HP. Machen Sie's gut, ich freu mich auf Sie. Bis dann!