

HAPPYFOTO

Marlene Kittel: „Auch in Krisen muss man einen kühlen Kopf bewahren“

FREISTADT. Marlene Kittel (35) ist seit drei Jahren die alleinige Geschäftsführerin von HappyFoto. Mit fast 100 Mitarbeitern ist das Unternehmen einer der größten Arbeitgeber im Bezirk Freistadt.

Tips: Sie sind seit Februar 2020 alleinige Geschäftsführerin von HappyFoto. Welche Projekte haben Sie bereits umgesetzt?

Kittel: Das größte Projekt, welches ich seit der Übernahme verwirklicht habe, war der Launch unserer HappyFoto-smart-moments-Designer-Programme. Der Startschuss fiel im November 2020, als wir eine Software auf den Markt gebracht haben, die unsere Kunden dabei unterstützt, mit der Hilfe von künstlicher Intelligenz ein Fotobuch in nur wenigen Minuten zu gestalten. Die smart-moments-Software erledigt vieles für unsere Kunden. Seit dem Launch hat sich viel getan und wir veröffentlichen in regelmäßigen Zyklen Updates der Programme und das Produktportfolio umfasst bereits die gesamten Fotobücher, Fotokalender, Wandbilder und Fotogeschenke.

Tips: Was waren bisher und sind die größten Herausforderungen in Ihrem Unternehmen?



HappyFoto-Geschäftsführerin Marlene Kittel
Foto: HappyFoto

Kittel: Die vergangenen drei Jahre waren sicherlich durch die Corona-Pandemie sowie den Russland-Ukraine-Krieg eine sehr herausfordernde Zeit für uns. Während in den Anfangszeiten von Corona viele Kunden noch ihre Festplatten gesichtet und alte Fotobuchprojekte bestellt haben, kam es mit Sommer 2020 sowie auch in der Zeit danach zu einem Einbruch bei den Bestellungen. HappyFoto lebt vom Festhalten der glücklichen Momente wie Feste und Lieblingsurlaubs motive. Aufgrund der Einschränkungen und Reisebeschränkungen waren kaum „frische“ Fotos am Markt verfügbar. Auch die Russland-Ukraine-Krise geht nicht spurlos an HappyFoto vorbei. Wie viele andere Firmen musste HappyFoto ebenfalls enorme

Preissteigerungen bei den Roh- und Hilfsstoffen verbuchen (z.B. plus 70 Prozent bei den Papierpreisen und weitere hohe Preisanstiege beim Verpackungsmaterial, Leim etc.). Auch unsere Kunden kämpfen mit den Teuerungen bei Wohnen und Leben und haben daher weniger Einkommen für andere Dinge zur Verfügung. Daher wird dieses Jahr sicherlich auch wieder kein einfaches werden. Dennoch bin ich zuversichtlich, dass wir wiederum viele Fotobücher für unsere HappyFoto-Kunden fertigen dürfen, da die Reiselust bei vielen nach der coronabedingten Pause noch sehr hoch ist.

Tips: Sie haben das Unternehmen eine Zeit lang gemeinsam mit Ihrem Vater geführt. Was haben Sie sich von ihm abschauen können?

Kittel: Eine Lebensweisheit, die ich von meinem Vater gelernt habe, ist „Geht nicht, gibt's nicht“. Auch wenn die Zeiten nicht einfach sind, man findet doch immer einen Weg, diese Herausforderungen zu meistern und es bringt nichts, den Kopf in den Sand zu stecken. Apropos Kopf: Was mir auch vor allem in den vergangenen, turbulenten Jahren geholfen hat, ist es, selbst in Krisensituationen einen kühlen Kopf zu bewahren und zu versuchen, mit Ruhe an die Sache heranzugehen. Das ist etwas, was ich mir sowohl von meinem Vater als auch meiner Mutter abgeschaut habe.

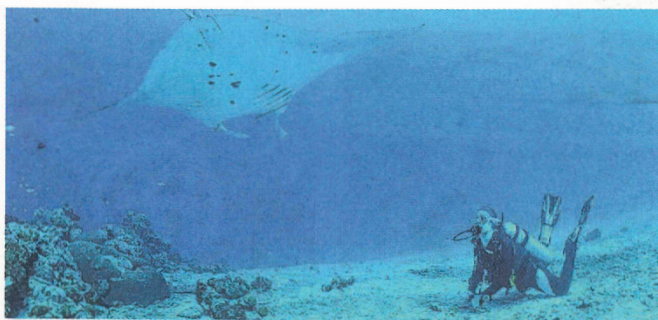
Tips: Was machen Sie zum Ausgleich zur Arbeit? Was gibt Ihnen Kraft?

Kittel: In meiner Freizeit bin ich sehr gerne in der Natur unterwegs – man könnte sagen, am

liebsten hoch hinaus (in den Bergen wandern oder klettern) oder tief hinunter (im Meer tauchen). Wenn dies, wie zum Beispiel unter der Woche, nicht möglich ist, dann bin ich gerne laufen, um den Kopf freizubekommen.

Tips: Welche Projekte stehen aktuell auf dem Programm?

Kittel: Aktuell ist sicherlich die Verbesserung unserer Designer-Programme weiter im Fokus. Für unsere Kunden ist es wichtig, dass sie so einfach und rasch wie möglich, ihre Erinnerungen in einem Fotobuch festhalten können. Gleichzeitig müssen die Designer-Programme dennoch auch genügend Möglichkeiten für die Individualisierungswünsche unserer Kunden bieten. Hierbei kommen laufend weitere Anforderungen hinzu, daher ist es essenziell, dass HappyFoto „am Ball bleibt“. Dies ist nicht immer einfach, da die IT-Entwicklung durch die verschiedensten Betriebssysteme und -versionen sehr komplex geworden ist. Früher machten die IT-Kosten im Hause HappyFoto zwei Prozent des Umsatzes aus – mittlerweile sind es knapp 20 Prozent. ■



Krafttanken beim Mantarochen-Tauchen

Foto: Richard Barnden

- HappyFoto beschäftigt je nach Saison circa 80 bis 100 Mitarbeiter
- Umsatz: circa 25 Mio. Euro
- 500.000 Stammkunden
- Marktführer für personalisierte Fotoprodukte per Postversand in Österreich, Tschechien und der Slowakei
- Knapp 70 Prozent des Umsatzes mit Fotobüchern
- An einem starken Tag in der Hochsaison werden mehr als drei Millionen Bilddaten zu Foto, Fotobüchern und anderen Fotoprodukten verarbeitet, mehr als 17.000 Fotobücher und rund 15.000 Fotokalender produziert.