



Pixum Halbjahresbilanz 2001: Überproportionale Zuwachsraten in allen Bereichen

Köln, Juli 2001

Für die ersten sechs Monate des Jahres 2001 kann die Pixum AG, eines der führenden Online Photo Service Unternehmen Deutschlands, eine hervorragende Bilanz ziehen. Die Zahl der Neukunden und der Gesamtumsatz hat die hochgesteckten Ziele des Unternehmens bei weitem übertroffen. Auch im Hinblick auf die Gesamtzahl der online abgelegten Bilder und der Besuche auf der Homepage www.pixum.de liegt Pixum über Plan. Ausschlaggebende Faktoren für den Erfolg waren neben dem ungebremsen Boom der Digitalfotografie vor allem eine umfassende Marketingkampagne, zahlreiche Auszeichnungen in diversen Testberichten und eine ausgesprochen hohe Printqualität.

Imposante Zahlen aus sechs Monaten

Im Zeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2001 besuchten ca. 1 Million Internet-User die Pixum Homepage. Die Zahl der Pageimpressions betrug mehr als 11 Millionen. In dieser Zeit stieg die Zahl der neuregistrierten Kunden um bemerkenswerte 520% (im Verhältnis zum gesamten Vorjahr). Pixum verwaltet derzeit über 60.000 Online-Fotoalben. Die neu hochgeladenen Bilder verzeichneten im ersten Halbjahr ein Wachstum von ca. 50 %. Ein erheblicher Teil dieser Bilder wurde zudem auch als Foto auf echtem Fotopapier bestellt. 93 % aller User, die auch selbst Bilder zu Pixum hochladen, ordern gleichzeitig den überwiegenden Teil Ihrer Bilder als Prints.

Ein entscheidendes Indiz für Serviceniveau und Fotoqualität ist die Zahl der „returning customers“: 41% aller Kunden, die bei Pixum Prints bestellt haben, ließen der Erstbestellung einen oder mehrere Aufträge folgen.

Auch das Pixum Affiliate Programm – die Bereitstellung des gesamten Online Photo Services für Geschäftspartner in deren eigenem „Look and Feel“ – hat sich 2001 weiter durchgesetzt. Erst vor wenigen Wochen konnte einer der führenden Online Buchhandelsfirmen buch.de als inzwischen neununter Affiliate Partner gewonnen werden.

Da der noch junge Online Photo Service Markt von Marktforschungsinstituten derzeit noch nicht dezidiert gescannt wird, ist eine fundierte Aussage zum Gesamtmarkt schwierig. Aufgrund intensiver Wettbewerbsbeobachtung und nach Aussage von Branchenkennern wie Laborbetreibern und Fachjournalisten wird der Marktanteil rein digitaler Fotoentwicklungen von Pixum auf ca. 10 bis 15% geschätzt.

Nach Ansicht von Pixum CEO Daniel Attallah haben eine breit gefächerte Werbe- und PR-Kampagne in den einschlägigen Foto- und PC-Fachtiteln sowie aktuelle Testsiege selbst im TV (Neues ... – Die Computershow auf 3Sat) maßgeblichen Anteil am positiven Ergebnis: „Wir konnten unsere Präsenz in den Medien signifikant steigern und somit unseren Bekanntheitsgrad deutlich erhöhen. Dies und die mehrfach prämierte Pixum Printqualität sind wesentliche Säulen des Erfolges im ersten Halbjahr. Wir sind sehr optimistisch, unsere ehrgeizigen Ziele für dieses Jahr erreichen zu können.“

Über Pixum

Die Pixum AG bietet ihren Online Photo Service seit August 2000 an. Im Bereich Finishing kooperiert das Unternehmen mit Europas führendem, Hersteller-unabhängigen Großlabor CeWe Color. Dank dieser engen Zusammenarbeit kann Pixum seinen Service künftig europaweit anbieten. In der zweiten Jahreshälfte 2001 erfolgt die Einstellung des Services ins Web in englischer und niederländischer Sprache; weitere Sprachen werden bis zum Ende des Jahres folgen. Pixum hat sich zum Ziel gesetzt, Ende 2002 Europas führender Online Photo Service für digitale Fotografie zu sein.

Pixum AG
Gottesweg 64
50969 Köln

www.pixum.de

Presse:
Daniel Attallah (Vorstand/CEO)
fon: +49 (221) 65 00 40-4010
fax: +49 (221) 65 00 40-99
eMail: data@pixum.de

PM-01/7
Seite 1