

Korrigierte Fassung

Bei der Prüfung des Anbieters dm-Drogerie Markt ist uns ein Fehler unterlaufen: Wir wählten die falsche mobile App aus. Deshalb haben wir alle Noten und Angaben korrigiert, die sich ganz oder teilweise auf die App beziehen. Das Qualitätsurteil lautet nun „Nicht vergeben“ statt „Mangelhaft“ (siehe korrigierte Tabelle auf S. 39). Ein vergleichbarer Nachttest ist leider nicht möglich, da die App inzwischen auf einem anderen Stand ist als im Prüfzeitraum. Wir bedauern den Fehler und entschuldigen uns bei dm sowie unseren Leserinnen und Lesern.

Mehr Schutz für Ihre Fotos



Fotobücher Sieben* von zwölf Anbietern hatten Sicherheitslücken: Sie schickten uns Fotos fremder Kunden oder machten es Hackern relativ leicht, private Bilder zu klauen. Erst nach unserem Eingreifen stärkten einige ihren Diebstahlschutz.

Wir hätten Ihnen gern folgende Geschichte erzählt: Die Bildqualität von Fotobüchern ist bei acht der zwölf Anbieter im Test durchweg gut. Auch in den Gestaltungs- und Bestellprozessen fanden wir kaum Probleme. Und das Beste: Mit Lidl liegt einer der günstigsten Anbieter vorn.

Das alles stimmt. Doch leider gibt es eine noch wichtigere Botschaft: Sechs* der zwölf Anbieter hatten Sicherheitslücken, die Hackern und Stalkern das Handwerk erleichtern. Cewe, FotoInsight, Myposter, Pixum, PosterXXL und Tchibo kassierten deshalb die Note Mangelhaft*. Wir informierten die genannten Firmen vorab über die Lücken, damit sie diese stopfen und ihre Nutzer besser schützen können.

Einen anderen Fehltritt leisteten sich Fujifilm und Myposter: Beide schickten uns in je einem Fall Fotos fremder Kunden. Ein Versehen – keine Frage. Aber eben eines, das nicht passieren darf und das wir deshalb ebenfalls mit Mangelhaft bewerteten. Mit einer Recherche auf Google, Facebook oder Instagram wäre es unter Umständen möglich gewesen, Name, Wohnort und weitere Infos über die Kunden zu ermitteln.

Doch es gibt auch gute Nachrichten: Fuji hat laut eigenen Angaben inzwischen Versandprozesse automatisiert, die zuvor manuell abliefen – das soll menschliche Fehler vermeiden. Auch die sechs* anderen mangelhaften Dienste reagierten positiv auf unsere Hinweise und versprachen, ihre Sicherheitsmaßnahmen rasch zu stärken. Unsere Nachttests ergaben, dass Cewe, FotoInsight, Pixum und PosterXXL bereits nachgebessert haben.* Myposter und Tchibo arbeiteten zu Redaktionsschluss noch daran.

in der Informationstechnik definiert eine Mindestlänge von acht Zeichen als aktuellen Standard. Im Testzeitraum war es aber in der Windows-Software von Cewe, FotoInsight und PosterXXL möglich, Passwörter mit nur einem Zeichen zu vergeben. Profi-Hacker knacken so etwas in Sekunden. Tchibo erlaubte drei Zeichen, bei Pixum waren es sechs und bei Myposter sieben Zeichen.*

Kein Schutz gegen Angriffe

Das Zulassen schwacher Passwörter allein hätte noch kein Mangelhaft bedeutet. Doch wir stießen auf ein weiteres Manko: Mit Ausnahme von dm setzte kein ▶

Unser Rat

Den Testsieg holt **Lidl** (14,90 Euro, Standard-Buch) knapp vor **Aldi** (14,95 Euro) und **Saal** (34,99 Euro, nur Premium-Buch erhältlich). Insgesamt noch etwas bessere Bildqualität liefern Pixum, Cewe und FotoInsight – wegen Sicherheitslücken bewerteten wir die drei aber mit Mangelhaft. Inzwischen haben sie ihren Schutz verbessert, Nutzer können ihnen wieder ruhigen Gewissens private Fotos anvertrauen.

Zu kurze Passwörter

Fotos können persönliche Daten und sehr intime Momente enthalten: seien es nackt planschende Kinder, Hochzeiten oder Beerdigungen. Da die Bilder nach der Bestellung oft noch mehrere Wochen auf den Servern des Fotobuch-Anbieters lagern, sollten sie gut vor dem Zugriff Fremder geschützt sein. Entscheidend dafür ist unter anderem ein starkes Passwort (siehe Kasten S. 35). Das Bundesamt für Sicherheit



*Korrigiert am 12. August 2020.



Fotos in Gefahr.
Das Abfischen privater
Bilder wäre bei sechs*
Fotobuch-Anbietern recht
einfach gewesen.

Gute Passwörter

Lang und sinnfrei. Nutzen Sie für jedes Konto ein anderes Passwort mit mindestens acht Zeichen. Meiden Sie Trivial-Kennwörter wie „12345678“ oder „Passwort“ und leicht ermittelbare Daten wie Geburtstag. Gut sind lange, sinnfreie Kombinationen aus Buchstaben, Ziffern und Sonderzeichen: etwa „mURm3I-tiEr_L@KriTz3“, eine veränderte Schreibweise der Wortschöpfung „Murmeltier-Lakritze“. Sie können auch einen Satz bilden, zum Beispiel „Unser erstes Kind Alex wohnt in Hamburg“. Nehmen Sie von jedem Wort den ersten Buchstaben, aus „erstes“ machen Sie „1.“ Ihr Passwort wäre dann „U1.KAwIH“. Noch sicherer ist es, sich – falls möglich – per Fingerabdruck statt per Passwort einzuloggen oder die Zwei-Faktor-Authentifizierung zu verwenden, bei der zum Passwort etwa ein Pin-Code hinzukommt, den Sie auf Ihrem Handy empfangen. Sehr praktisch ist alternativ auch ein Passwortmanager (siehe test.de/pwm).

FOTOS: ADOBE STOCK, WESTENDIG, STIFTUNG WARENTEST (M); ILLUSTRATIONEN: SHUTTERSTOCK, GETTY IMAGES



Anbieter im Test auf allen Zugangswegen einen Schutz gegen häufige Anmeldeversuche ein. Das wäre aber wichtig, da Hacker bei sogenannten Brute-Force-Angriffen (Englisch für „rohe Gewalt“) automatisiert Tausende mögliche Passwörter ausprobieren.

Anbieter können Kunden schützen, indem sie etwa nach fünf falschen Kennwörtern weitere Eingaben verzögern oder den Nutzer per E-Mail auffordern, ein neues Passwort einzurichten. Solche Schutzmaßnahmen verwendeten die meisten geprüften Dienste aber nur auf einzelnen Zugangswegen – zum Beispiel im Browser, aber nicht in der Windows-Software.*

Auch dieses Defizit hätte allein nicht zum Qualitätsurteil Mangelhaft geführt. Doch die Kombination aus schwachen Passwort-Anforderungen und fehlendem Schutz gegen Angriffe bringt private Daten in Gefahr: seien es die hochgeladenen Fotos oder im Nutzerkonto gespeicherte Angaben wie Klarname und Adresse des Kunden. Zahlungsdaten waren in den Konten zum Glück nicht einsehbar.

Künftig überall acht Zeichen

Wir informierten die von den Sicherheitslücken betroffenen Anbieter rund sieben Wochen vor unserer Veröffentlichung. Alle sagten zu, künftig mindestens acht Zeichen als Passwort zu fordern. Bis auf Myposter und Tchibo setzten das alle innerhalb von 32 Tagen um, sodass Nutzer ihre Fotos wieder ruhigen Gewissens an zehn der zwölf Firmen übertragen können. ▶

*Korrigiert am 12. August 2020.



Nicht optimal. Im unteren Buch zerschneidet der Falz ein Boot. Im oberen passiert das dank flacher Bindung nicht – dafür hat der Sonnenrand einen Grünstich und Kanten.



Sonderfall Google: Quadratisch, praktisch, nicht so gut

Googles Fotobücher prüften wir außer Konkurrenz, da sie sich kaum mit den anderen vergleichen lassen: Die Gestaltungsmöglichkeiten sind sehr eingeschränkt, und es gibt nur zwei Formate – beide sind quadratisch. Das Angebot eignet sich primär für Kunden, die auf Schnelligkeit statt auf Qualität und Kreativität Wert legen.

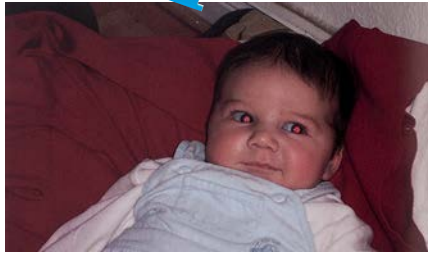
Ab 18 Euro. Nutzer verwenden entweder die App „Google Fotos“ oder arbeiten im Browser auf photos.google.com/photobooks. Samt Lieferkosten geht es ab rund 18 Euro los – laut Google ist das Bezahlen nur per Kredit- oder Debitkarte möglich. Unsere Bestellungen kamen im Schnitt nach vier Tagen an. Persönliche Daten sind befriedigend geschützt.

Flaue Farben. Google bietet nur Standard-Fotobücher, keine Premium-Varianten. Die Bildqualität ist unterdurchschnittlich: Wir sahen oft flaue Farben und störende Artefakte wie Streifen und Raster. Nutzer sollten ihre Fotos im Voraus bearbeiten – in der Google-Software lässt sich nur vergleichsweise wenig anpassen.

FOTO: STIFTUNG WARENTEST / RALPH KAISER; ILLUSTRATIONEN: SHUTTERSTOCK, GETTY IMAGES

Darauf achteten unsere Fotoexperten

Die Bildqualität wurde von drei erfahrenen Fotoexperten bewertet. Sie prüften unter anderem, wie farbtreu die Fotos sind, wie sie Farbabstufungen und Farbübergänge darstellen. Sie achteten darauf, wie kontrastreich die Bilder wirken und wie gut sich Details erkennen lassen. Wichtig war ihnen auch, ob und wie gut die Anbieter Fotos optimierten – etwa bei zu dunklen Bildern oder roten Augen. Artefakte wie Streifen, Raster oder Treppeneffekte flossen negativ in die Bewertung ein.



Große Unterschiede. Rote Augen wurden nicht immer korrigiert. Manche Bilder fielen durch eine Rasterung negativ auf.

So haben wir getestet

Im Test: 12 Anbieter, die online Fotobücher für Privatkunden verkaufen und per Post zusenden. Die Auswahl erfolgte nach Google-Ranking mit der Suchphrase „fotobuch“ sowie unter Berücksichtigung folgender Marktsegmente: Labore/Druckereien, Drogerien, Lebensmittel-Händler, Konsumgüter-Händler und Online-Spezialisten. Zusätzlich wurde Google ausgewählt, das sein Produkt prominent in das mobile Betriebssystem Android integriert (Stand: Januar 2020). Wir bestellten je acht hochformatige Hardcover-Fotobücher in Din-A4-ähnlicher Größe: vier in Standard-Ausführung (meist Digitaldruck auf dünnerem Papier mit herkömmlicher Klebebindung) und vier in einer teureren Premium-Ausführung (meist Ausbelichtung auf dickerem Papier mit Lay-Flat-Bindung). Die Namen der ausgewählten Produkte haben wir online aufgelistet unter test.de/fotobuch-namen.

Untersuchungen: Falls möglich, aktivierten wir jeweils bei der Hälfte der Bücher die automatische Bildoptimierung oder deaktivierten sie nicht, wenn sie voreingestellt war. Bei der anderen Hälfte ließen wir sie inaktiv oder deaktivierten sie, falls möglich. Wir gestalteten die Fotobücher mit der Anbieter-Software für Windows, bei Google nutzten wir den Desktop-Browser Chrome. Zudem erfassten wir die Gestaltungsoptionen per Browser und iOS-App. Die Datenerhebung lief von März bis Juli, eine Anbieterbefragung samt Erfassung der Preise erfolgte von Mai bis Juli 2020.

Fotobuch Standard/Premium: je 20 %

Drei Fachgutachter aus dem Bereich Fotografie prüften die anonymisierten Fotobücher unter standardisierten Lichtverhältnissen und mit einem kalibrierten Computerarbeitsplatz. Die **Bildqualität** wurde unter anderem anhand von Kriterien wie Farbverlauf, Farbeindruck, Kontrast, Schärfe und Artefakten beurteilt. Zudem floss ein, ob Bilder offensichtlich optimiert wurden, obwohl die automatische Bildoptimierung deaktiviert oder nicht aktiviert wurde. Die **Verarbeitungsqualität** bewerteten wir zum Beispiel anhand von Schäden und Fehlern auf dem Cover, auf den Innenseiten oder bei der Bindung.

Abwicklung: 35 %

Beim **Gestalten** bewerteten wir unter anderem Möglichkeiten der Bildbearbeitung und Seitengestaltung, den Einsatz von Automatismen (etwa Bildoptimierung, Bildplatzierung und -anordnung) sowie vorhandene Hilfen und Informationen. Das **Bestellen** beurteilten wir unter anderem über die Warenkorbfunktion, die Speicher- und Zahlungsmöglichkeiten, Informationen zu und Einhalten von Preisen und Lieferzeiten sowie über die Beantwortung von Supportanfragen.

Vielseitigkeit des Angebots: 10 %

Wir bewerteten unter anderem die Anzahl lieferbarer Formate und Größen, die Wahlmöglichkeiten bei Papier und Materialien sowie die Vielfalt akzeptierter Dateiformate und unterstützter Zugangswege fürs Gestalten und Bestellen.

Basisschutz persönlicher Daten: 15 %

Bei **Sparsames Erheben von Nutzerdaten** prüften wir, welche Daten beim Registrieren erfasst werden. Zudem protokollierten wir per Man-in-the-middle-Attacke den Datenverkehr zwischen Nutzer und Anbieter und untersuchten, welche personenbezogenen Daten wohin gesendet werden und welche weiteren Daten eine Identifikation des Nutzers oder seiner Geräte ermöglichen und zur Profilbildung beitragen könnten.

Schutz von Nutzerkonto und Datenübertragung

bewertet etwa Passwortpolitik, Transportverschlüsselung und Schutz gegen häufige Anmeldeversuche per Windows-Software (alternativ: Desktop-Browser), Android- und iOS-App. Ein Jurist prüfte die zu einem Stichtag heruntergeladene **Datenschutzerklärung**.

Mängel in den AGB: 0 %

Ein Jurist prüfte die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf unzulässige Klauseln.

Abwertungen

Abwertungen führen dazu, dass sich Produktmängel verstärkt auf das test-Qualitätsurteil auswirken. Sie sind mit Sternchen *) gekennzeichnet. Folgende Abwertungen setzten wir ein: Das Urteil Basisschutz persönlicher Daten konnte bestenfalls befriedigend sein, wenn der Schutz von Nutzerkonto und Datenübertragung nur ausreichend war – es lautete mangelhaft, wenn der Schutz von Nutzerkonto und Datenübertragung mangelhaft war. In diesem Fall lautete auch das test-Qualitätsurteil Mangelhaft.



Fotobücher: Lidl liegt vorn,

Produkt	Lidl Picanova Fotobuch
Website	lidl-fotos.de
Preis für Standard-Fotobuch (Euro)/Minimale Seitenanzahl	14,90/24
Preis für Premium-Fotobuch (Euro)/Minimale Seitenanzahl	19,90/26
Zusätzliche Versand- und Bearbeitungskosten (Euro)	4,99
test - QUALITÄTSURTEIL	100 % GUT (2,0)
Standard-Fotobuch	20 % gut (2,4)
Bild-/Verarbeitungsqualität	+/+
Premium-Fotobuch	20 % gut (1,7)
Bild-/Verarbeitungsqualität	+/++
Abwicklung	35 % gut (1,9)
Gestalten/Bestellen	+/+
Vielseitigkeit des Angebots	10 % befried. (2,9)
Basisschutz persönlicher Daten	15 % gut (1,6)
Sparsames Erheben von Nutzerdaten	++
Schutz von Nutzerkonto und Datenübertragung	+
Mängel in der Datenschutzerklärung	sehr gering
Mängel in den AGB	0 % keine
Angebotsmerkmale	
Produktion der Fotobücher durch ¹⁾	Picanova
Mittlere Lieferzeit im Test: Standard-/Premium-Fotobuch (Werktage) ²⁾	7/3
Letzter Bestelltag mit Liefer-Garantie vor Weihnachten 2020 ¹⁾	18.12.2020
Abholung vor Ort/Rückgabe bei Nichtgefallen ¹⁾	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>
Nutzung mit Software für Windows/MacOS/Linux	<input checked="" type="checkbox"/> / <input checked="" type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>
Nutzung mit Browser/Android-App/iOS-App	<input checked="" type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>
Bildoptimierung laut Anzeige in der Windows-Software auswählbar/voreingestellt	<input checked="" type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>
Bildoptimierung wurde vom Anbieter eingesetzt, obwohl vom Nutzer nicht gewünscht	<input type="checkbox"/>
Mindestlänge des Passworts im Testzeitraum ³⁾	8
Schutz vor häufigen Anmeldeversuchen im Testzeitraum ³⁾	<input type="checkbox"/>

Bewertungsschlüssel der Prüfergebnisse: +++ = Sehr gut (0,5–1,5). + = Gut (1,6–2,5). ○ = Befriedigend (2,6–3,5). ⊖ = Ausreichend (3,6–4,5). — = Mangelhaft (4,6–5,5). Bei gleichem Qualitätsurteil Reihenfolge nach Alphabet.
 *) Führt zur Abwertung (siehe „So haben wir getestet“ auf Seite 37).
 = Ja. = Nein. = Eingeschränkt. N. b. = Nicht bewertet.
Mängel in der Datenschutzerklärung/den AGB (allgemeine Geschäftsbedingungen): keine, sehr gering, gering, deutlich, sehr deutlich.

Große Auswahl. Wir bestellten Bücher im A4-Hochformat. Kunden können aber zum Beispiel auch kleinere, breitere oder quadratische Formate ordern.

Beste Bildqualität bei Pixum

Ohne Mängel bei der Passwortlänge hätte die Tabelle anders ausgesehen: Cewe, FotoInsight und Pixum – das die insgesamt beste Bildqualität liefert – hätten sich qualitativ zum Sieger-Trio um Lidl, Aldi und Saal gesellt. Dass Cewe, FotoInsight und Pixum bis in Einzelurteile hinein sehr nah beieinanderliegen, hat damit zu tun, dass die Produktion der Bücher bei allen dreien über Cewe läuft.

Größere Patzer bei der Bildqualität leisteten sich nur Myposter und PosterXXL: Im Standard-Buch von Myposter waren öfter Streifen und Farbstiche zu sehen. Die Bilder im Premium-Buch von PosterXXL wirkten häufig flau und zu dunkel – und bei einem Babyfoto behob die aktivierte Bildoptimierung den Rote-Augen-Effekt nicht.

Optimierung gegen den Nutzerwillen

Eine solche automatische Bildoptimierung ermöglichen alle geprüften Dienste. Meist ist die Funktion voreingestellt – sie soll etwa dafür sorgen, dass zu dunkle Fotos aufgehellt und Unschärfen nachgeschärft werden. An sich ein guter Service, doch künstlerisch ambitionierte Fotografen dürften sich ärgern, wenn absichtlich eingesetzte Stilmittel unterdrückt oder verfälscht werden. Wichtig ist deshalb, dass

Kunden die Funktion deaktivieren können – und der Anbieter sich auch an diese Vorgabe hält. Myposter, dm und PosterXXL ignorierten den Nutzerwunsch im Test.

Von Leder bis Lay-Flat

Mit der besten Angebotsvielfalt punkteten Cewe, FotoInsight und Pixum. Deren Kunden haben etwa eine große Auswahl an Formaten und Materialien. A4-, Breitwand- und Quadrat-Formate sowie sechs verschiedene Papierarten gehören zu den Optionen. Das Cover lässt sich unter anderem mit Gold oder einer Lederhülle veredeln.

Wir bestellten je vier Standard-Bücher – in der Regel Digitaldruck auf dünnerem Papier – und vier Premium-Varianten, meist mit Ausbelichtung auf dickerem Papier und der sogenannten Lay-Flat-Bindung, die sich dank ihrer flachen Form vor allem für doppelseitige Panorama-Bilder eignet. Saal bietet ausschließlich Premium-Bücher.

Premium kostete 3 bis 10 Euro mehr als Standard und war – außer im Fall von PosterXXL – stets besser. Bei Cewe, FotoInsight und Pixum fielen die Unterschiede aber so gering aus, dass Kunden sich die Mehrausgaben auch sparen und beim Standard-Buch bleiben können. Nur bei der Passwortlänge sollten sie keinesfalls sparen. Da gilt: Viel hilft viel. ■

FOTO: STIFTUNG WARENTEST / RALPH KAISER; ILLUSTRATIONEN: GETTY IMAGES, SHUTTERSTOCK



sieben¹⁶⁾ Anbieter mit Sicherheitslücken

Aldi Foto Fotobuch	Saal Digital Fotoservice Fotobuch ⁴⁾	Rossmann Fotowelt Fotobuch	Pixum Pixum Foto-buch	Cewe Cewe Fotobuch	FotoInsight Cewe Fotobuch	PosterXXL Fotobuch ¹²⁾	Tchibo Foto Fotobuch	ip.Labs Fujifilm Fotobuch	Myposter Fotobuch	dm-Drogerie Markt Paradies-Fotobuch
aldifotos.de	saal-digital.de	rossmann-fo-towelt.de	pixum.de	cewe.de	fotoinsight.de	posterxxl.de	foto.tchibo.de	myfujifilm.de	myposter.de	foto-paradies.de
14,95/24	Entfällt	17,99/24	26,95/26	26,95/26	26,95/26	24,99/24	19,95/24	25,99/24	26,99/24	17,95/24
19,95/26	34,99/26	21,99/26	35,95/26	35,95/26	35,95/26	34,99/24	29,95/26	35,99/24	29,99/26	21,95/26
3,95	4,99	2,59	4,99	4,49	3,99	5,99	4,99	4,99	5,99	2,59
GUT (2,1)	GUT (2,1)	GUT (2,3)	MANGELHAFT (4,7)	MANGELHAFT (4,8)	MANGELHAFT (4,8)	MANGELHAFT (4,9)	MANGELHAFT (5,0)	MANGELHAFT (5,5)	MANGELHAFT (5,5)	NICHT VERGEBEN¹⁶⁾
gut (2,3)	Entfällt ⁵⁾	gut (2,3)	gut (2,0)	gut (2,0)	gut (2,1)	befried. (3,3)	gut (2,3)	befried. (3,2)	ausreich. (4,2)	befried. (3,1)
+ / + +	Entfällt	+ / + +	+ / + +	+ / + +	+ / + +	○ / +	+ / + +	○ / + +	⊖ / + +	○ / + +
gut (1,9)	gut (1,8)	gut (1,9)	gut (1,7)	gut (1,8)	gut (1,8)	ausreich. (3,8)	gut (1,8)	gut (2,1)	gut (2,0)	gut (2,1)
+ / + +	+ / + +	+ / + +	+ / + +	+ / + +	+ / + +	⊖ / + +	+ / + +	+ / + +	+ / +	+ / + +
gut (2,3)	gut (2,1)	gut (2,3)	gut (1,9)	gut (2,0)	gut (2,0)	gut (2,2)	befried. (2,6)	gut (1,7)	befried. (3,0)	N. b. ¹⁶⁾
+ / +	+ / +	○ / +	+ / + +	+ / +	+ / +	+ / +	+ / ○	+ / +	○ / ○	N. b. ¹⁶⁾ / +
gut (2,3)	befried. (3,3)	gut (2,1)	gut (1,7)	sehr gut (1,5)	sehr gut (1,5)	befried. (3,5)	befried. (3,3)	gut (2,2)	befried. (3,1)	befried. (3,2)
gut (1,6)	gut (1,8)	befried. (2,7)	mangelh. (4,7) [*]	mangelh. (4,8) [*]	mangelh. (4,8) [*]	mangelh. (4,9) [*]	mangelh. (5,0) [*]	mangelh. (5,5) [*]	mangelh. (5,5) [*]	N. b. ¹⁶⁾
+ +	+	+ +	+	+ +	+ +	+	+ +	+ +	+	N. b. ¹⁶⁾
○	Entfällt ⁶⁾	⊖ [*]	- [*] 10)	- [*] 10)	- [*] 10)	- [*] 10)	- [*] 10)	- [*] 14)	- [*] 10)14)	N. b. ¹⁶⁾
keine	sehr gering	keine	keine	sehr gering	sehr gering	keine	sehr gering	gering	sehr gering	keine
keine	keine	keine	keine	keine	keine	sehr gering	keine	keine	keine	sehr gering
Orwo	Keine Angabe ⁷⁾	Orwo	Cewe	Cewe	Cewe	PosterXXL	Orwo	Fujifilm	Myposter und Orwo	Allcop
6/8	Entfällt/3	4/8	5/6	6/6	5/5	7/8	8/7	4/3	6/7	6/3
Keine Angabe	Keine Angabe	Keine Angabe	17.12.2020	17.12.2020	17.12.2020	19.12.2020	Keine Angabe	17.12.2020	20.12.2020	Keine Angabe
□ / □	Keine Angaben ⁷⁾	■ ⁸⁾ / □	□ / ■	□ / ■	□ / ■	□ / ■	□ / □	□ / ■	□ / ■	■ ⁸⁾ / ■
■ / ■ / □	■ / ■ / □	■ / ■ / □	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ ¹²⁾ / ■ / □	■ / ■ / □	■ / ■ / □	■ / ■ / □	■ / □ / □
■ / ■ / ■	□ / ■ ⁴⁾ / ■ ⁴⁾	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ / □ / ■	■ / □ / □	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■	■ / ■ / ■
■ / ■	■ / □	■ / ■ ⁹⁾	■ / ■	■ / ■	■ / ■	■ / □ ¹³⁾	■ / ■	■ / ■	□ / □ ¹⁵⁾	■ / ■ ¹¹⁾
□	□	□	□	□	□	■ ¹³⁾	□	□	■ ¹⁵⁾	■
10	Entfällt ⁶⁾	8	6	1	1	1	3	8	7	8 ¹⁶⁾
□	Entfällt ⁶⁾	□	□	□	□	□	□	□	□	■ ¹⁶⁾

1) Laut Anbieter. 2) Jeweils vier Bestellungen. 3) Bezieht sich auf den anfälligsten der folgenden Zugangswege: Windows-Software, Android-App oder iOS-App. 4) Mobile Apps waren erst nach Beginn der Prüfungen verfügbar. 5) Kein Standard-Fotobuch erhältlich. Die 20 Prozent Gewichtung teilen sich proportional auf die anderen Urteile auf. 6) Abwicklung erfolgt ohne Nutzerkonto. Der Auftragsstatus kann mit E-Mail-Adresse und Auftragsnummer abgefragt werden. Die Datenübertragung erfolgte im Test verschlüsselt. 7) Anbieter reagierte nicht auf unsere Anfragen. 8) Versand- und Bearbeitungskosten entfallen. 9) Keine Optimierung einzelner Bilder, aber Optimierung des Fotobuchs insgesamt. 10) Im Testzeitraum war die Mindestlänge des Passworts nicht auf allen Zugangswegen lang genug – zudem bestand nicht auf allen Zugangswegen ein Schutz vor häufigen Anmeldeversuchen. 11) Optimierung einzelner Bilder, aber keine Optimierung des Fotobuchs insgesamt. 12) Laut Anbieter Windows-Software inzwischen durch eine neuere Version ersetzt. 13) Der Anbieter vermittelt den Eindruck, die Bildoptimierung sei nicht voreingestellt und der Nutzer könne wählen, ob er sie verwenden will oder nicht. Tatsächlich setzt der Anbieter die Bildoptimierung aber selbst dann ein, wenn der Nutzer sich gegen diese Funktion entscheidet. 14) Wir erhielten eine Fehllieferung fremder Fotos mit Einblicken in das Leben einer Familie. 15) Der Anbieter zeigt nicht an, dass die Bildoptimierung standardmäßig eingesetzt wird. Der Nutzer kann die Funktion nicht abwählen. 16) Korrigiert am 12. August 2020. Das „Paradies-Fotobuch“ haben wir über die Windows-Software bestellt. In die Bewertung floss auch eine mobile App ein: Dafür wählten wir die falsche dm-App aus („Foto-Paradies“ statt „1-Klick-Buch“). Deshalb haben wir alle Urteile und Angaben, die sich ganz oder teilweise auf die App beziehen, korrigiert.