

"Der Preiszerfall hat sich verlangsam, DSLR boomen"

Autor(en): **Zweifel, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **14 (2007)**

Heft 1

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-978741>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

fotointern

5. Januar 2007

1

digital imaging

14-tägliches Informationsmagazin für Digitalprofis. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

2007, ein neues Jahr mit neuen Chancen. Blickt man auf das Jahr 2006 sowie auf das Weihnachtsgeschäft zurück, so dürfte sich das neue Jahr recht positiv präsentieren. 2007 werden sich im Bereich der günstigen Digitalkameras Anzeichen einer leichten Marktsättigung zeigen, die teilweise auch durch die Konkurrenz der Fotohandys mit höherer Auflösung gefördert werden. Das wäre die schlechte Botschaft gewesen. Die gute Nachricht besagt, dass vor allem Digitalkameras des oberen Preis-/Leistungsverhältnisses weiterhin deutlich im Trend liegen. Hinzu kommt eine steigende Nachfrage nach Zubehör. Die TIPA-Leserbefragung unterstützt diese Aussage mit der Tatsache, dass 24 Prozent der befragten Fotointern-Leser innerhalb des nächsten Jahres mindestens ein Wechselobjektiv kaufen werden. Zudem entwickelt sich die Konsumentenstimmung positiv, was sich im Fotohandel mit stärkerer Nachfrage niederschlagen dürfte. Wir freuen uns, mit dieser Ausgabe unseren 14. Jahrgang eröffnen und Sie ein weiteres Jahr durch die Schweizer Imagingszene begleiten zu dürfen und wünschen Ihnen viel Glück und Erfolg.

Urs Tillmanns

iha-gfk «Der Preiszerfall hat sich verlangsamt, DSLR boomen»



Das Jahr 2006 ist zu Ende. Zeit, zusammen mit Jürg Zweifel vom Forschungsinstitut IHA-GfK, Rückschau auf die Entwicklungen des Fotomarkts zu halten und einen Blick in das Jahr 2007 zu wagen.

Wie war das Jahr 2006 für den Fotohandel? Hat es die Erwartungen erfüllt?

Jürg Zweifel: Im Verlaufe des Jahres 2006 wurde erwartungsgemäss der Höhepunkt der digi-

talen Fotografie erreicht. Gegenüber dem Vorjahr besagen die neuesten Jahreszahlen zwar, dass mehr Kameras verkauft wurden, wertmässig sind wir dem Nullwachstum aber schon

sehr nahe. Einen eigentlichen Boom gab es bei den digitalen Spiegelreflexkameras. Sie konnten sogar wertmässig zweistellig zulegen. Ohne diesen Boom wäre der gesamte Kamera-Markt im roten Bereich.

Können Sie das noch etwas präzisieren?

Im Verlaufe des Jahres 2006 wurde jeder vierte Franken für eine DSLR ausgegeben. Vor zehn Jahren – dem Höhepunkt der analogen SLR – wurden weit weniger Modelle abgesetzt als jetzt digitale. Ausserdem wird hochwertiger, teurer eingekauft. Trotzdem erachten wir das Potential als nahezu ausgeschöpft. Für 2007 rechnen wir stückzahlenmässig noch mit einem einstelligen Wachstum, wertmässig sehen wir aber nur ein sehr dünnes Plus. **Was war die Enttäuschung im vergangenen Jahr?**

Nun, überrascht hat uns sicher der im Jahresverlauf stagnierende Markt der kleinen Fotodrucker. Zwar wurden zur letzten Weih-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Bilderverwaltung: Seite 6 Software gegen Chaos

samsung nv

Mit entweder MP3-Player, oder 7fach-Zoom oder 10 MPix spricht Samsung gezielt die Jugend an.

Seite 9

erno

Seit bald 40 Jahren produziert Erno Foto-Zubehör wie Alben und Rahmen.

Seite 18

scanfilm

Ein Vergleich zwischen dem neuen Rollei Scanfilm und High-End Digitalaufnahmen.

Seite 20



Stellen Sie sich vor – eine NEUE VISION



NV 7 OPS

Erschütterungsfreie Stabilität OPS (Optical Picture Stabilization) hält die Motive ruhig, auch wenn Sie es nicht sind. Dazu Smart Touch – die intuitive, neue und benutzerfreundliche Bedienoberfläche.



NV 10

10,1 Megapixel optische Brillanz Die ultimative erschütterungsfreie Auflösung ermöglicht es Ihnen, Details festzuhalten wie niemals zuvor. Ebenfalls mit Smart Touch.



NV 3

Multifunktionale Vielseitigkeit Eine Kamera, gebaut für alle Sinne – Genießen Sie Musik und Filme in reinstem Stereoklang.



www.samsungnv.ch www.samsungcameras.ch



Fortsetzung von Seite 1

nachtszeit fast 10'000 Geräte verkauft, die Monate danach fielen aber recht ernüchternd aus.

Apropos Ernüchterungen: Wie dramatisch war der Preiszerfall bei den Kompaktdigitalkameras wirklich?

Selbstverständlich sind die fallenden Preise nach wie vor ein Thema. Es gibt aber auch Positives zu vermeiden: Der Preiszerfall hat sich eindeutig verlangsamt. Im Jahr 2006 gingen die Preise im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent zurück. Ein Jahr zuvor betrug der Preisrückgang bei den DSLR aber 12 Prozent, bei den Kompaktkameras sogar 18 Prozent. Trotz dieses positiven Trends werden auch im Jahr 2007 die Durchschnittspreise kaum steigen.

Kann der Preiszerfall allenfalls mit Zubehörprodukten und Peripheriegeräten aufgefangen werden?

Grundsätzlich können wir hier von positiven Verkaufsprognosen ausgehen. In der Schweiz sprechen wir von einer sehr hohen Digitalkamera-Penetration von über 65 Prozent. Also haben auch Zubehörprodukte ein robustes Potential im kommenden Jahr. **Gilt das auch für Speicher- und Backupmedien?**

Die immer höheren Auflösungen der Kameras sind natürlich auch für diese Sparte positiv. Denn das bedeutet auch immer mehr Speicherbedarf. Leider unterliegen die Speicher- und Backupmedien auch einem recht dramatischen Preiszerfall. Somit sprechen wir in

diesem Bereich im Jahr 2007 wohl von einem Null-Summen-Spiel. **Welchen Einfluss haben die Fotohandys auf den Kameraverkauf der unteren Leistungsklasse?**

Im Hobby- oder Einsteigerbereich haben die Fotohandys bestimmt einen Einfluss auf die Kameraverkäufe. Immerhin gehen wir in der Schweiz für das Jahr 2007 von



«Im Jahr 2006 gingen die Preise im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent zurück. Ein Jahr zuvor betrug der Preisrückgang aber weit über zehn Prozent.»

Jürg Zweifel, IHA-GfK, Hergiswil

1,5 Millionen Handys mit einer Auflösung von über zwei Megapixeln aus. Und auch deren Bildqualität wird immer besser. Solange sich die Hersteller jedoch genügend gegen oben abgrenzen, wird sich auch im Jahr 2007 die High-End-Kamera gut behaupten können.

Einmal als Ganzes betrachtet: Wie sehen Sie die wirtschaftliche Gesamtentwicklung für 2007 und wie für den Fotohandel und die Fachmärkte?

Im Jahr 2006 hat sich die Schweizer Wirtschaft bekanntlich sehr stark entwickelt. Gingen wir Anfang Jahr noch von einem Wachstum des BIP von 1,5 bis 2 Prozent aus, so wird diese Zahl per Ende Jahr noch massiv übertroffen. Inzwischen rechnen wir mit mindestens 2,5 Prozent in diesem Jahr und einem moderaten

Rückgang, also einer sanften Landung, im Jahr 2007. Davon profitieren wird sowohl der Fachhandel als auch die Massen- oder Internetkanäle.

Wie hoch ist denn der Anteil des Internethandels am Fotomarkt?

Der Internethandel floriert sowohl bei den Kompakt- wie auch den Spiegelreflexkameras. Im vergangenen Jahr 2006 wurden etwa 13

der Fotohandel übrigens prozentual am stärksten durch den Internethandel bestimmt.

Schlechte Zeiten also für den Foto-Fachhandel?

Nein. Nicht unbedingt, wenn man die Erkenntnisse einer neuen Studie einbezieht. Der Kanal «Internet» wird nämlich nicht nur von Händlern ohne Ladengeschäft besetzt. Über dreissig Prozent der Fotospezialisten setzen ihre Ware – zumindest teilweise – ebenfalls über das Internet ab. Tendenz steigend.

Trotzdem: Ist der Foto-Fachhandel mit zeitintensiver, persönlicher Beratung in der heutigen Zeit nicht ein Auslaufmodell?

Das würde ich keinesfalls unterschreiben. Gerade in der Schweiz stellen wir eine sehr interessante Entwicklung fest – wir nennen dies die «Preis-Polarisierung». Diese sagt uns, dass zwar ein bestimmtes Kundensegment stark auf den Preis achtet, es gibt aber auch die entsprechende Gegenbewegung. Diese möchte sich preislich und auch imagemässig abgrenzen. Für dieses Käuferpotential wird der hochwertige Mar-

kenartikel und die Beratung im Fachhandel zum Käuferlebnis gehören. Prozent aller Verkäufe im Foto-Sektor über das Internet getätigt. Für das Jahr 2007 rechnen wir mit einem Anstieg auf 15 Prozent, also wird beinahe jede sechste Foto-Kamera im World Wide Web eingekauft werden. Oder: Bei einem Foto-Handels-Markt von zirka 400 Millionen CHF werden im Internethandel ungefähr 60 Millio-



«2007 wird beinahe jede sechste Foto-Kamera im World Wide Web eingekauft werden. Etwa ein Drittel der Fotofachhändler verkauft auch über Internet.»

Jürg Zweifel, IHA-GfK, Hergiswil

nen CHF umgesetzt. Gegenüber anderen Märkten, wie zum Beispiel Unterhaltung oder IT, wird

kenartikel und die Beratung im Fachhandel zum Käuferlebnis gehören.

