

Verfügt 2009 jeder Haushalt über eine Digitalkamera?

Autor(en): **Zweifel, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 20

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979625>

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

Grosse TIPA-Leserumfrage.
50 Superpreise zu gewinnen

15. Dezember 2008 20

digital imaging

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

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Das Jahr 2008 geht seinem Ende entgegen. Es hat es gut mit uns gemeint, und es war eigentlich auch gar nicht schlecht gelaufen, bis dann die dunkle Wolke aus Amerika auch Europa erreichte und die Konsumentenstimmung auch in der Schweiz absacken liess. Bleibt zu hoffen, dass das Weihnachtsgeschäft fünf vor zwölf doch noch zulegt – letztes Jahr war es auch so – sonst sind die vollen Lager bei den Händlern eine schlechte Voraussetzung für einen guten Jahresstart. Dass die Fotobranche die Wirkung der Krise unmittelbar zu spüren bekam, liegt an der Marktsättigung, welche auf die weltweite Überproduktion und den dadurch bedingten Preiszerfall zurückzuführen ist, denn jeder, der bereits für 149 Franken eine Digitalkamera gekauft hat, kauft in den nächsten drei Jahren keine mehr für 799. Was wir brauchen, sind bessere, längerlebige und eigenständige Produkte, die zu einem realistischen und gesicherten Preis verkauft werden können. Für das verbleibende Weihnachtsgeschäft drücken wir Ihnen die Daumen. Wir danken Ihnen für Ihre Lesetreue im vergangenen Jahr und wünschen Ihrer Firma viel Erfolg und Ihnen schöne Feiertage und alles Gute im neuen Jahr.

Urs Tillmanns

iha-gfk **Verfügt 2009 jeder Haushalt über eine Digitalkamera?**



Wie hart trifft die Finanzkrise den Schweizer Fotofachhandel? Die IHA-GfK, eines der grössten Marktforschungsunternehmen der Welt, beobachtet den Fotomarkt genau. Wir befragten Jürg Zweifel, welche wirtschaftlichen Entwicklungen die GfK für den Schweizer Fotomarkt prognostiziert.

Herr Zweifel, das Jahr 2008 hat sich wohl etwas anders entwickelt als Sie es voraussagen konnten. Wie ist es nach Ihrer Einschätzung gelaufen?

Ein akzeptables Weihnachtsgeschäft vorausgesetzt, ist unsere ursprüngliche Absatz-Prognose für 2008 von 790'000 Stk. bei den Kompaktkameras, immer

noch in Reichweite. Aufgrund des zweistelligen Preiszerfalls, wird allerdings der Umsatz auf CHF 253 Mio. zurückgehen. Und auch im Markt der Spiegelreflexkameras hat sich das bis anhin erfreuliche Wachstum bereits etwas abgeschwächt. Wir gehen aktuell noch von einem Absatz von 105'000 Stück – gegenüber 96'000 Stück im Vorjahr – und einem Jahresumsatz von 150 Mio. CHF aus.

Inwieweit hat die Finanzkrise den Fotomarkt beeinflusst?

Die Finanzkrise hat den Detailhandel Schweiz (Food und Non-Food) bis Ende Oktober noch nicht erfasst. So erwirtschafteten die 21 grössten Händler von Januar bis Oktober 08 ein Wachstum von 4,7%.

Insgesamt betrachtet, gehen wir für das Weihnachtsgeschäft jedoch von einem eher vorsichtigen Konsumenten aus. Gerade der Bereich Foto ist für die «Verschiebungen des Kaufes auf bessere Zeiten» recht anfällig.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Die Nikon D3x in einem ersten Test

Seite 6

umfrage

Wie gestaltet sich Ihre Fotopraxis und wie informieren Sie sich? Es gibt tolle Preise zu gewinnen.

Seite 11

pentax

Die neue Einsteiger-DSLR Pentax K-m mit ihren zwei leichten Objektiven im Test.

Seite 14

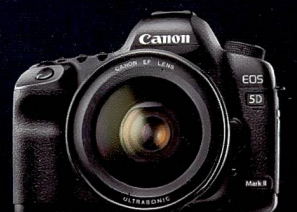
harcourt

Besuch in den berühmten Harcourt-Studios in Paris. Dort werden zeitlose Porträts geschaffen.

Seite 16

you can
Canon

Bewegung neu
einfangen.



Entdecken Sie die nächste Dimension der Bewegung – zum ersten Mal bietet eine digitale Spiegelreflexkamera von Canon Full-HD-Video. Lassen Sie sich inspirieren: www.canon.ch/newEOS

EOS 5D^{II} Mark II
Fotografie neu entdecken.

Fortsetzung von Seite 1

Wie hat sich der Fachhandel entwickelt?

Während der Fachhandel bei den kompakten Geräten leicht Marktanteil verloren hat, kann er bei den beratungsintensiveren SLR den Anteil recht gut halten. Für den Spezialisten ist dies erfreulich, da dieser Bereich eine hohe Wertschöpfung pro Verkaufsakt und dazu noch Zusatzgeschäfte verspricht.

Wie ist es den anderen Kanälen ergangen, wie den Fachmärkten, den Grosshandelsketten und dem Online-Handel?

Erstaunt sind wir über die langsame oder gar stagnierende Weiterentwicklung des Online-Kanals. Dies hat verschiedene Gründe: Zum einen ist der Online-Anteil im Fotomarkt im Vergleich zu anderen Bereichen, z.B. Haushaltgeräte, bereits jetzt sehr hoch. Zum anderen ist das Internet nur dann attraktiv, wenn es um höhere Preise geht. Das bedeutet, je tiefer der Preis fällt, desto weniger spart der Kunde pro Kauf in absoluten Zahlen ein. Und letztendlich geht das Einkaufserlebnis, das ja gerade jetzt wieder mit neu eröffneten Einkaufspalästen – z.B. dem Westside – zelebriert wird, vor dem Computer verloren.

Wie steht die Schweiz im europäischen Umfeld da?

Obwohl die Schweiz, gemessen an den Haushaltungen, mit fast 90% die höchste Penetration an Kameras in Westeuropa aufweist, hält sich der Schweizer

Markt überdurchschnittlich gut. Die Kunst wird es nun sein die Kamera-Penetration, zumindest bei den Kompakten, nicht nur auf den Haushalt, sondern auf den einzelnen Konsumenten runter auszudehnen. Konkret



«Der Fachhandel konnte seinen Anteil bei den beratungsintensiven DSLR recht gut halten.»

Jürg Zweifel, Vizedirektor IHA-GfK, Hergiswil

gesagt könnten in einer vierköpfigen Familie auch vier Digitalkameras plus – im Idealfall – eine DSLR im Einsatz sein.

Wie sah die Marktentwicklung in anderen Bereichen, wie beispielsweise dem der Camcorder aus?

High-Definition boomt, Standard-Definition schrumpft! Der Absatz von HD-Camcordern konnte im Oktober 08 im Vergleich zum Vorjahr gleich verdoppelt werden. Trotzdem konnte der Umsatz von Camcordern total nicht auf Vorjahreslevel gehalten werden. Es grüsst der Preiszerfall!

Wie hat sich der Handymarkt in der Schweiz entwickelt?

In den ersten zehn Monaten wurden 700'000 Geräte mit einer eingebauten Kamera von mindestens drei Megapixeln verkauft. Im Oktober 08 verfügten bereits 20% aller Handys über eine fünf MPix-Kamera

und die ersten 8 MPix-Geräte sind auf dem Markt.

Welche Prognosen stellen Sie für 2009?

Bis anhin zeigte sich der Schweizer Konsument krisenresistent. Jedoch zeigen einige

meisten auch real etwas hängen bleibt.

Aufgrund dieser gegensätzlichen Signale und der dadurch entstehenden Verunsicherung des Konsumenten, gehen wir für 2009 von einem zurückhaltenden Kaufverhalten aus.

Und wie sieht das konkret für die Kamerasparte aus?

Es ist recht sicher, dass der Markt der Digitalkameras im kommenden Jahr rückläufig sein wird. Bei den kompakten Geräten gehen wir von 745'000 Stück, bei den DSLRs von 95'000 Stück aus. Leider wird der Preiszerfall den Rückgang im Umsatz weiter beschleunigen.

Die weitere Entwicklung – über 2009 hinaus – hängt von einigen Fragen ab: Kann die Haushalts-Penetration auf über 100% ausgeweitet werden, respektive ist es möglich, diese in eine hohe «Personen-Penetration» umzuwandeln? Inwieweit gelingt es uns, Ersatzkäufe zu forcieren und

Indikatoren auf Sturm. So ist die Konsumentenstimmung bereits im Keller, die Arbeitslosenzahlen werden in den kommenden zwei bis drei Jahren deutlich ansteigen. Und viel Ersparnes der zweiten und dritten Säule ging direkt oder indirekt durch die Finanzkrise verloren.

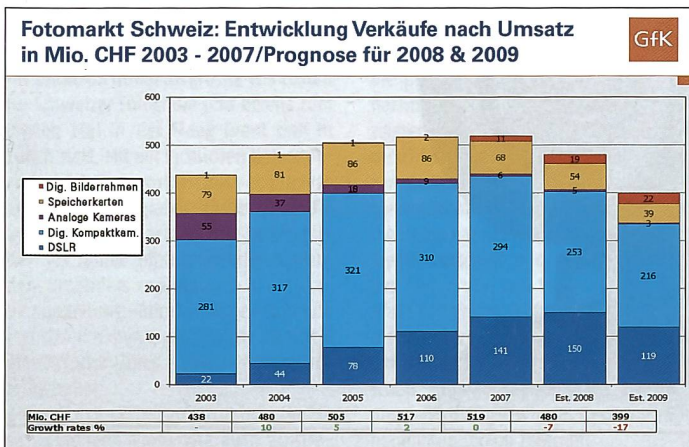


«Wir sind erstaunt über die langsame oder gar stagnierende Weiterentwicklung des Online-Kanals.»

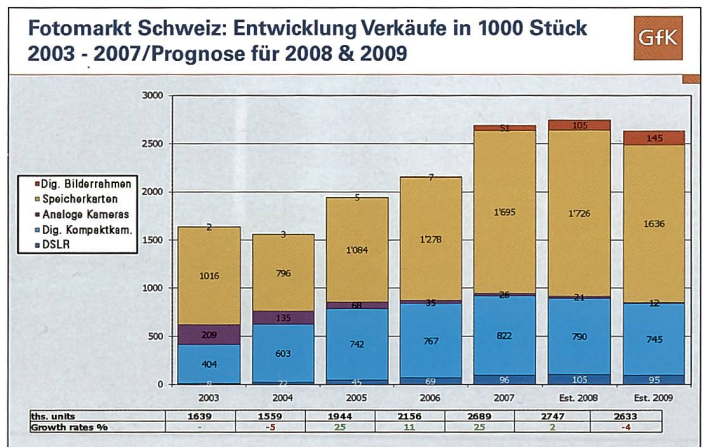
Jürg Zweifel, Vizedirektor IHA-GfK, Hergiswil

Andererseits gab es kürzlich auch positive Zeichen: So haben wir eine zurückgehende Teuerung, stark sinkende Hypothekenzinsen und ein Teuerungsausgleich bei dem für die

den Gebrauch von Kompaktkameras auf unter zwei, denjenigen von SLRs auf unter vier Jahre zu drücken? Und wann kommt die nächste echte Innovation, der Megatrend, bei den Kameras?



Der Markt im gesamten Fotomarkt Schweiz ist rückläufig. Zulegen konnte er (neben den Displays) einzig im Sektor der Spiegelreflexkameras – gemäss Prognose wird der Umsatz aber auch hier zurückgehen.



Trotz sinkendem Umsatz wurde mehr verkauft – der Zuwachs entspricht allerdings nur zwei Prozent. Der Kompaktkameraverkauf ist 2008 rückläufig, der DSLR-Verkauf hat laut Voraussagen den Höhepunkt erreicht.