Die digitale Kamera als Säule des Foto- und Imagingmarktes

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **11 (2004)**

Heft 13

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979448

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

fototrends 2005 Die digitale Kamera als Säule des Foto- und Imagingmarktes

Im Jahr 2004 werden mindestens 70 Millionen Digitalkameras weltweit verkauft, 8 Mpix Auflösung haben in den Amateurbereich Einzug gehalten, während 3 Mpix Standard wurden. Digitale Spiegelreflexkameras wurden erschwinglich. Wohin führt uns dieser Trend? Die photokina, Weltmesse der Fotografie in Köln, zeigt den Weg.

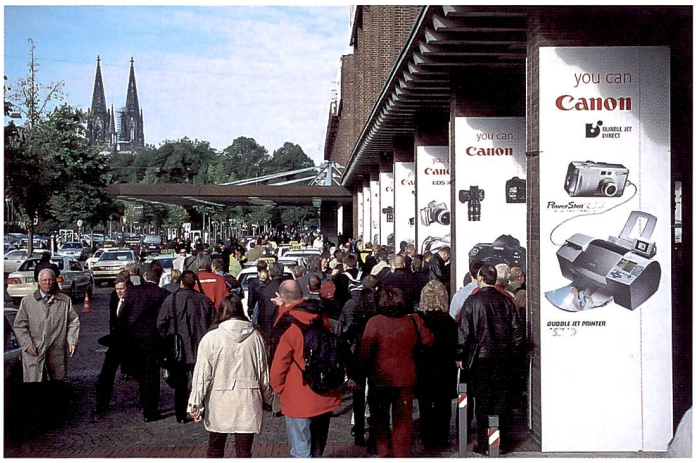
Immer leistungsfähiger, immer innovativer, immer kompakter, immer design-orientierter: Auf allen Ebenen legen Digitalkameras weiter zu und sind auch in diesem Jahr der Motor der Foto- und Imaging-Industrie. Allein in Deutschland wurden im vergangenen Jahr 4,9 Millionen Digitalkameras verkauft. Ihr Anteil am deutschen Gesamtkameramarkt liegt damit bei über 70 Prozent. Im ersten Quartal 2004 nahm der Verkauf um rund 50 Prozent zu. Nach Schätzungen auf der Basis der GfK-Daten könnten in diesem Jahr weltweit mehr als 70 Millionen digitaler Fotoapparate verkauft werden – Fotohandys nicht mitgerechnet, deren Stückzahl die 100 Millionen-Marke erreichen dürften.

Hält der Pixelboom weiter an?

Für den Amateurbereich gilt: Der Trend zu einer immer höheren Auflösung ist im Bereich der Digitalkameras für den ambitionierten Hobbyfotografen noch immer ungebrochen. Die aktuellen Modelle in dieser Kategorie sind bereits mit 8 Megapixel-Sensoren bestückt. Diese Auflösung reicht aus, um Abzüge in Postergrösse anfertigen zu können, doch die Entwicklung hin zu Chips mit noch mehr Bildpunkten geht ungebremst weiter.

Die Kameras können aber noch mehr als nur Fotos aufzunehmen. Genauso wie digitale Camcorder heute schon Fotos in einer Qualität speichern können, die für Ausdrucke im Postkartenformat geeignet sind, geht der Trend bei den digitalen Fotoapparaten dazu, immer längere Videosequenzen in immer besserer Qualität aufzuzeichnen.

Etwas im Verborgenen spielen sich die Verbesserungen der Bildverarbeitungssoftware in den Kameras ab, eine notwendige Folge der hohen Leistung der Aufnahmechips, die entsprechend schnell und sauber ausgelesen werden müssen.



Alle zwei Jahre findet in Köln die weltgrösste Messe für Fotografie, Video und Filmbedarf, die photokina, statt. Die Messe zeigt nicht nur alle aktuellen Neuheiten, sondern ermöglicht auch einen Blick in die Zukunft.

Objektive müssen mithalten

In dem gleichen Masse, in dem sich die Zahl der Bildpunkte auf den Sensoren erhöht, steigt auch der Anspruch der Anwender an die Objektive der Geräte. Insbesondere Kameras mit starken Zoomobjektiven sind gross im Kommen. War vor drei Jahren noch das optische Dreifach-Zoom Mass der Dinge, so sind heute Kameras mit Zehnfach-Zoom oder noch grösseren Brennweiten keine Seltenheit mehr. Um im hohen Telebereich oder auch bei wenig Licht noch verwacklungsfreie Bilder machen zu können, werden in den digitalen Zoom-Boliden Bildstabilisatoren eingebaut, die einwandfreie Schnappschüsse unter schwierigen Bedingungen ermöglichen.

Wichtigstes in Kürze

Termin:	Dienstag, 28. September bis Sonntag, 3. Oktober 2004		
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr		
Eintrittspreise:	Dauerkarte:	Vorverkauf Fr. 83.-,	Tageskasse € 57.00
	3 Tageskarte:	Vorverkauf Fr. 64.-,	Tageskasse € 43.00
	Tageskarte:	Vorverkauf Fr. 29.-,	Tageskasse € 18.00
	Wochenendkarte:	Vorverkauf Fr. 19.-,	Tageskasse € 12.00
Katalog:	Sfr. 43.- (inkl. Porto, im Vorverkauf erhältlich)		

Besucher aus der Schweiz

Bestellung von Eintrittskarten und Katalogen sowie Vorregistrierung:
Handelskammer Deutschland-Schweiz, Tödistrasse 60, 8002 Zürich
Tel. 01 283 61 11, Fax 01 283 61 21, *www.koelnmesse.ch*, info@koelnmesse.ch

In der digitalen Einsteigerklasse gehören Geräte mit einer Auflösung von 3 Millionen Pixeln längst zum Standard. Es wird interessant sein zu beobachten, wie weit diese Geräteklasse in Zukunft durch Fotohandys mit entsprechender Leistung ersetzt werden wird.

Ende der Auslöseverzögerung

Die digitale Mittelklasse bietet dem Nutzer zur Zeit Geräte mit einer Auflösung zwischen drei und sechs Millionen Pixel. Diese Digitalkameras unterscheiden sich von einander vor allem durch unterschiedliche Brennweitenbereiche, ihre Grösse und das Design. Grössere und brillantere Displays gehören ebenfalls zu den innovativen Features in dieser Klasse. Ebenso wie die Forderung nach besseren Objektiven ist der Ruf der Fotografen nach einer immer kürzeren Auslöseverzögerung der Kameras in allen Segmenten immer lauter geworden – die Hersteller haben reagiert. In nahezu allen Preisklassen gibt es Geräte, die nach einer sehr kurzen Einschaltzeit einsatzbereit sind und mit einer geringen Auslöseverzögerung glänzen. Ergänzt wird dieser Trend durch immer schnellere Speicherkarten, die den Anforderungen der neuen Kameras an die Geschwindigkeit auch bei der Bildspeicherung gerecht werden.

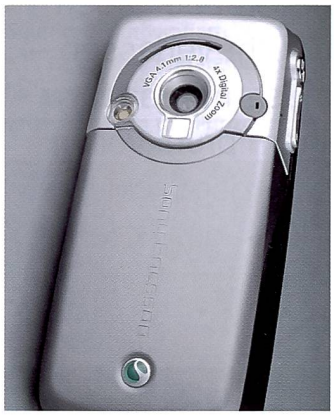
Digitale Spiegelreflex als Massenprodukt

Auch im digitalen Zeitalter ist das Wechseln der Objektive eines der Hauptargumente für Spiegelreflexkameras. Seit geraumer Zeit auf dem Markt, haben sich die DSLR-Modelle von teuren Spezialgeräten für Berufsfotografen zu erschwinglichen Massenprodukten entwickelt, deren Zuwachsraten zurzeit überproportional hoch sind. In diesem Jahr sollen allein europaweit mehr als 800'000 digitale SLR-Kameras verkauft werden. Gab es in die-

sem Bereich bislang nur wenige Hersteller, die im unteren Preissegment der DSLR-Kameras Produkte anboten, so werden noch vor Ende des Jahres nahezu alle Hersteller entsprechende Geräte im Programm haben.
Diese digitalen, semiprofessionellen Spiegelreflexkameras sind nicht nur für Fotografen erste Wahl, die mehr als Schnappschüsse machen wollen, sondern diese Klasse bedeutet auch für den Fotohandel grosse Potenziale für weiteren Zubehörverkauf und zusätzliche Dienstleistungen. Damit setzt sich vor allem ein Trend weiter fort: Die digitalen Kameras werden auch in den nächsten Monaten und Jahren die «Wirbelsäule» des Foto- und Imagingmarktes bilden.

Der Trend 2004: Mobile Imaging

Es ist davon auszugehen, dass in diesem Jahr mehr als 100 Millionen Foto-Handys verkauft werden. 2003 waren es bereits 70 Millionen Stück. In der Implementierung der Kamerafunktionen ins Handy liegt noch ein grosses Entwicklungspotenzial, zudem steckt der drahtlose «Bild-Verkehr» über die Telefonnetze weltweit gesehen noch in den Kinderschuhen. Der Enthusiasmus insbesondere der jüngeren Käuferschichten für die neue Technik geben den Herstellern Anlass zur Freude. So werden in Japan bereits annähernd 100 Prozent aller Handys mit Kamerafunktion verkauft. Die Produkte selbst werden weiter verbessert und auf «Bild-Funktionalität» getrimmt. Konnte man noch vor einem Jahr nicht guten Gewissens wirklich von Fotos sprechen, die mit den Handys aufgenommen wurden, so sind heute bereits Megapixelhandys auf dem Markt, deren Bilder ein echtes Fotogefühl vermitteln.



Lösen die Fotohandys die unteren Klassen der Digitalkameras ab?

Vielfältige Wege zum Papierfoto

Eine der wesentlichen Fragen des neuen Imaging Marktes bezieht sich auf die potentiellen Prints: Werden die Consumer von ihren Aufnahmen Papierabzüge wie früher von ihren Filmen machen lassen? Wenn ja, wo wird das geschehen und in welcher Menge? Schon jetzt wird deutlich, dass sich wohl mehrere «Wege zum Print» im Markt durchsetzen werden. Zum einen wird die Zahl der privat gedruckten Bilder ansteigen. Viele Druckerhersteller reagieren auf diesen Trend bereits seit einiger Zeit damit, deutlich mehr für den Fotodruck optimierte Geräte anzubieten. Aber auch der «klassische» Weg über das Fotolabor wird in Zukunft weiter genutzt werden. Hier werden verschiedene Systeme – vom Abzug im Grosslabor, der im Geschäft um die Ecke oder übers Internet bestellt wird, bis hin zu Kiosksystemen, die die Bilder mittels Bluetooth empfangen – gleichberechtigt nebeneinander existieren. Ausserdem bleibt dem Verbraucher auch die Möglichkeit, Bilder nur digital zu archivieren – gleich, ob sie nur auf einem Speichermedium (digitale Speicherkarten, direkt im PC oder auf CD-Rom/DVD) verewigt oder in digitalen Fotoalben im Internet gespeichert und veröffentlicht werden.
Last, but not least ist davon auszugehen, dass die digital archivierten Bilder und die zu druckenden Fotos vorab nicht selten mit geeigneter Software nachbearbeitet und optimiert werden. Experten rechnen damit, dass der Bereich der Software für digitale Bildbearbeitung ebenso einen Aufschwung erleben wird wie Software für die moderne Form des Dia-Abends, die Präsentation einer Photo-CD am heimischen TV-Bildschirm.