

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 11 (2004)
Heft: 13

Artikel: Die digitale Kamera als Säule des Foto- und Imagingmarktes
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979448>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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

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 ungebrochen 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.

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.



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.

In der digitalen Einstiegsklasse 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-

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

sem Bereich bislang nur wenige Hersteller, die im unteren Preissegment der DSLR-Kameras Produkte anbieten, 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 jünge-



Lösen die Fotohandys die unteren Klassen der Digitalkameras ab?

ren 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-Funktiona-

lität» 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.

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) verwahrt oder in digitalen Fotoalben im Internet gespeichert und veröffentlicht werden.

Last, but not least ist davon auszugehen, dass die digital archivierte 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.

Bildkompetenz hautnah

Führend in der Konzeption und Lieferung
von Systemen und Verbrauchsmaterialien
zur digitalen Bild- und Datenverarbeitung.



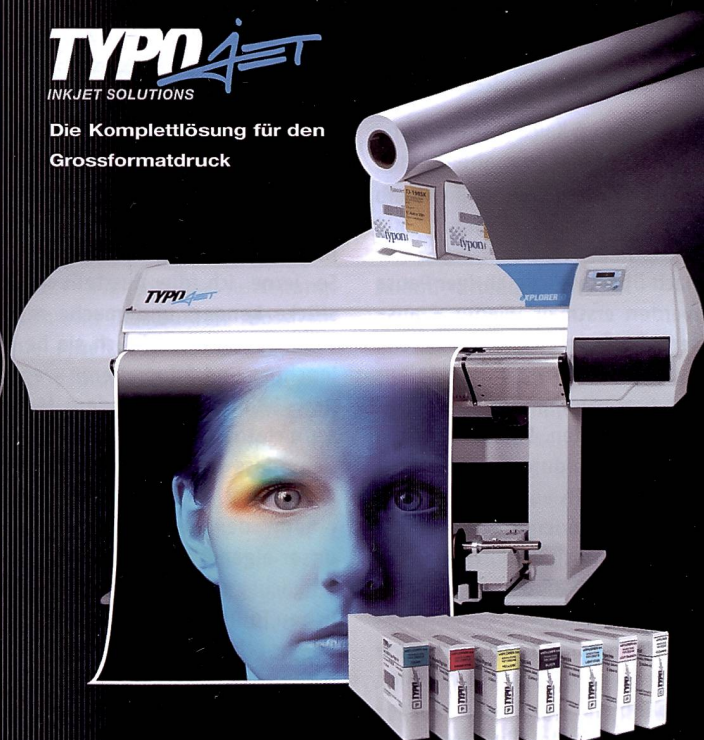
Typon Imaging AG

imaging@typon.ch

www.typon.ch

TYPO
INKJET SOLUTIONS

Die Komplettlösung für den
Grossformatdruck



Neu mit **ECO Solvent Plus Tinten** für lichtechte

Aussenanwendungen – alles aus einer Hand,

um Sie bei Ihrer täglichen Arbeit zu beflügeln.

Rufen Sie uns an, wir sind für Sie da.

Telefon +41 (0)34 411 81 11