

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 12 (2005)

Heft: 19

Artikel: "2005 wurden die Erwartungen im Fotomarkt weit übertroffen"

Autor: Zweifel, Jürg

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979376>

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: 13.01.2026

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

fotointern

1. Dezember 2005 19

digital

imaging

editorial



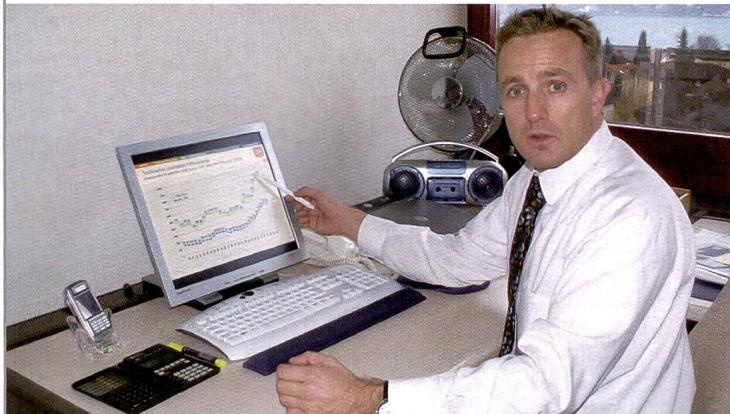
Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Das Jahr 2005 scheint doch noch mit einem blauen Auge davon zu kommen. Gemäss IHA-GfK ist sowohl stückzahl- als auch wertmässig noch eine leichte Steigerung zu erwarten, doch beklagen sowohl die Lieferanten als auch die Händler den starken Margenzerfall. Eigentlich ist es ein Phänomen, dass unsere Branche an den trendigen und äusserst beliebten Produkten nichts verdient. Man sollte meinen, dass wirklich gute Produkte auch ihren Preis haben dürfen, denn der begeisterte Konsument ist gerne bereit diesen zu bezahlen. Gerade die digitalen Spiegelreflexmodelle, die auch nächstes Jahr für alle in unserer Branche wohl die interessantesten Verkaufsprodukte sein dürften, sind eine grosse Chance, um den Ertragsbarometer wieder etwas nach oben zu schrauben. Es sind dies Kameras für mittlere und höchste Ansprüche, die durchaus ihren Preis haben dürfen. Denn auch der Käufer kennt die alte Weisheit: «Was wenig kostet, ist wenig wert!». Bleibt zu hoffen, dass die Preise nächstes Jahr mit anspruchsvolleren Produkten stabiler bleiben als sie es 2005 waren, damit die Branche nicht nur Umsatz sondern auch Ertrag erzeugt. Nicht billiger, sondern besser sein ist die Kunst!

Urs Tillmanns

Fotointern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

iha-gfk «2005 wurden die Erwartungen im Fotomarkt weit übertroffen»



Der starke Wandel hat im Fotohandel viele Fragen und Unsicherheiten gebracht. Doch die Zahlen zeigen: Auch bei sich wandelndem Markt gab es 2005 positive Trends. Welche dies waren und wie es weiter gehen soll, zeigt uns Marktforschungsguru Jürg Zweifel der IHA-GfK in Hergiswil auf.

Wie jedes Jahr stellt sich auch heuer wieder die Frage: Wie war das Jahr 2005 – bis jetzt und hochgerechnet mit dem Dezember für den Fotofachhandel?

Jürg Zweifel: Allen Unkenrufen

zum Trotz hat sich der Gesamtmarkt Foto im 2005 um einiges besser entwickelt als von der Branche erwartet. Die DSC-Sättigung und die damit einhergehende Abflachung der Zahlen hat sich (glücklicherweise) verzögert.

So gehen wir per Ende 2005 von einem zweistelligen Wachstum in Menge und Wert aus. Weiter verschoben haben sich auch die Absatzkanäle. Bei den Kompakt-Kameras haben die Internetkanäle sowie die Massenkanäle weiter zugelegt, bei den beratungsintensiven Spiegelreflexkameras konnte sich der Fachhandel trotz des auch hier anhaltenden Preiszerfalls überaus gut behaupten.

Wenn Sie Ihre Prognosen für 2005 anschauen, wo denken Sie ist am Meisten anders gelau- fen, welche Erwartung hat sich tatsächlich erfüllt und welche Prognose wurde sogar noch übertroffen?

Dank Produkteinnovationen konnte der Höhepunkt des Digital-Booms zeitlich weiter hinauszögert werden. Überrascht hat uns vor allem die tolle Entwicklung der digitalen Spiegelreflexkameras. Ihr wertmässiger Anteil hat sich nun seit einigen Monaten bei 20 Prozent einge-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

geschenktipps

Viele Produkte rund um die Fotografie – die Empfehlung für unter den Weihnachtsbaum.

Seite 10

D200 und 5D: Profi-Liga Seite 6 oder Top-Amateurmodelle?

winoncd 8

Die umfassende Software für Verwaltung und Bearbeitung von Videos, Bildern und Musik.

Seite 17

vfs romande

Der VFS Zürich hat dem Röschti-graben den Kampf erklärt – mit Erfolg und auch Genuss.

Seite 18

Opus est.



Pro815 – 15x Zoom, 8,9cm Farbdisplay

Tiefer Sehen

- der Welt erste 8 Megapixel High-End-Digitalkamera mit optischem 15fach-Zoom
- Schneider-Kreuznach-Optik mit zwei asphärischen Linsen und vier ED-Gläsern
- Professionelle manuelle Einstellmöglichkeiten
- Integrierter Blitz

Klarer Sehen

- der Welt grösster TFT-Farbmonitor mit 8,9cm Bilddiagonale und 235'000 Bildpunkten
- der Welt erster 3,66cm TFT-Farbmonitor (115'000 Bildpunkte) auf der Oberseite für das Fotografieren in jeder Aufnahmesituation
- TFT-Sucher mit 1,12cm Bilddiagonale und 235'000 Bildpunkten sowie Dioptriausgleich

Länger Sehen

- der Welt grösste Kraftreserve – Lithium-Ionen-Akku (1'900 mAh/7,4 Volt) – bis zu 500 Aufnahmen mit einer Akkuladung möglich

www.samsungcameras.ch

SAMSUNG

Fortsetzung von Seite 1

pendelt. Das ist einiges höher als von uns erwartet. Die Gründe dafür liegen hauptsächlich in den neuen Features (z.B. Bildstabilisator), den nun attraktiven Preisen und der Wiederverwendbarkeit der alten Objektive aus der «Analogzeit».

Die Margen sind gesunken, wie wir es ja auch am ISFL-Marketingforum gehört haben. Ist der Handel mit Kameras noch rentabel?

Wenn wir gewisse Preisaktionen mit sogenannten «kompakten Schnellrehern» anschauen, dann ist Ihre Frage durchaus berechtigt und die Antwort darauf lautet «Nein». Wenn wir aber die ganze Warengruppe inkl. Peripherie und Zubehör betrachten, kann man auch heute noch Geld verdienen. Gewisse Fachhändler, die mit den digitalen Spiegelreflexkameras grossen Erfolg haben, machen es uns vor!

Was sind die wichtigsten Produkte für den Fotofachhandel?

Das zentrale Produkt ist die digitale Spiegelreflexkamera. Zudem sind viele Peripheriegeräte noch weit weg von «Plug-and-Play» und eine übergreifende Beratung, die der Massenmarkt nur beschränkt bieten kann, ist gefragt.

Haben die Fotohandys schon die Schnappschusskameras abgelöst?

Auf das Weihnachtsgeschäft 2005 hin bestimmt noch nicht. Den Fotohandys fehlen aktuell noch die hohe Auflösung und gewisse, bei den Kompakt-Kameras selbstverständliche, Features wie opti-

scher Zoom oder Blitz. In den kommenden 9 bis 18 Monaten könnten wir uns eine Kannibali-



«Der Digitalboom hat sich dank innovativer Produkte dieses Jahr noch nicht abgeschwächt, aber die Marktsättigung ist nahe – mit einem leichten Wachstum 2006.»

Jürg Zweifel, IHA GfK, Hergiswil

sierung der «Schnappschusskameras» jedoch vorstellen. Dies wird sich aber auf den Einsteigerbereich beschränken.

Kann man bei den digitalen Spiegelreflexkameras mit einem andauernden Boom rechnen?

Es ist ein Boom, der möglicherweise nur kurz anhält! Viele Besitzer einer analogen Spiegelreflexkamera wechseln (Zubehör kann teilweise übernommen werden) auf die digitale Schwester. Hat dieses «SLR-Potential an Kunden» einmal eingekauft, so könnte mittelfristig ein überraschender Rückgang des SLR-Marktes eintreten.

Was sind die top-drei Trendprodukte im Kamerasektor und Zubehör?

Der Schweizer Konsument empfindet hohe Qualität grundsätzlich als «trendy» und «in». Ebenfalls stark gefragt sind Speicher-



«Speicherkarten mit hoher Kapazität, DVD-Player mit integrierter Harddisk – der Schweizer Konsument bevorzugt nach wie vor Qualität und trendige Produkte.»

Jürg Zweifel, IHA GfK, Hergiswil

karten mit einer hohen Kapazität, die neue Generation der Foto-printer und die digitalen, porta-

blen Videoplayer mit integrierter Festplatte.

Wie sehen die Prognosen für die Gesamtwirtschaft 2006 aus?

Wir gehen für 2006 von einer weiteren leicht positiven Entwicklung der Schweizer Wirtschaft aus. Quartale mit negativer Entwicklung, wie wir das im 4. Quartal 2004 gesehen haben, erwarten wir mittelfristig nicht mehr. Das BIP wird sowohl per Ende 2005 wie auch im kommenden Jahr im Bereich 1,5 – 2,0 Prozent wachsen. Ein stärkeres Wachstum (ab 2,0 Prozent) wäre aber gerade für den Rückgang der aktuell recht hohen Arbeitslosenzahl sehr wichtig.

Wie würden Sie die Trends im Fotohandel prognostizieren im nächsten Jahr?

Der Fotomarkt wird sich 2006 auf aktuell hohem Niveau stabilisieren. Gehen wir im Jahr 2005 noch von einer zweistelligen Wachstumsrate aus, so sehe ich das kommende Jahr wertmässig kaum mehr wachsen. Die Marktsättigung ist nahe und auch die Stärke der digitalen Spiegelreflexkamera kann dies nicht ändern. Wahrscheinlich ist auch eine Stabilisierung des Strebens nach immer mehr Auflösung (Pixel), wodurch die Durchschnittspreise weiter ins Rutschen geraten.

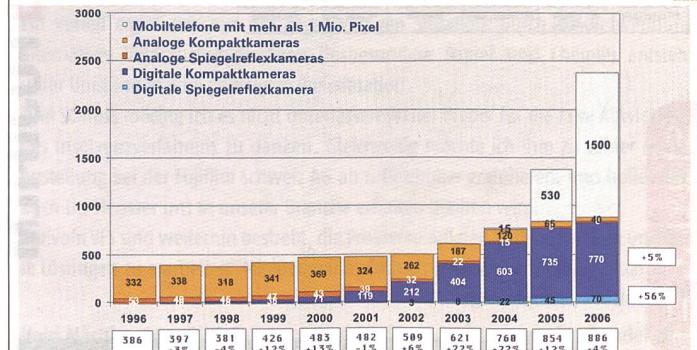
Konsumentenstimmungsindex Schweiz

In welcher Stimmung sind die Schweizer Konsumenten?

**Kameramarkt Schweiz in Stückzahlen**

GfK

2

**Kameramarkt Schweiz Umsatz in Franken**

GfK

3

