

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 16

Artikel: Die grösste Fotomesse Frankreichs lockte über 48'000 Besucher
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978836>

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: 23.12.2025

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

salon de la photo **Die grösste Fotomesse Frankreichs lockte über 48'000 Besucher**

Jedes zweite Jahr findet alternierend zur Photokina der «Salon de la Photo» in Paris statt. Es ist für Frankreich die wichtigste Fotomesse, die fünf Tage dauert und sowohl für Berufsleute als auch für ein breites Publikum konzipiert ist. Organisiert wird der Salon de la Photo von der SIPEC (Syndicat des entreprises de l'image, de la photo et en Communication), die alle wichtigen Firmen des Bild-

Neue Leitung, neues Konzept – der «Salon de la Photo» in Paris war nicht nur Neuheitenschau für ein begeistertes Publikum, sondern auch die Aussteller – und erstmals die Verkäufer – waren rundum zufrieden. Auch zeigte die Messe deutlich, dass sich die Interessen von Profis und Amateuren insbesondere bei digitalen Produkten immer näher kommen.

rechten Boom geführt, sondern auch zu einem wachsenden Interesse an der Bildkommunikation überhaupt.

Der Boom hält an, wenn man bedenkt, dass rund ein Viertel der Kamerabesitzer Frankreichs ihre Digitalkamera nach zwei Jahren durch eine Neue ersetzen. Im Jahre 2006 waren rund 18 Millionen Digitalkameras in Frankreich im Gebrauch; hinzu kamen rund 450'000 Handys,



Die kostenlose Reinigung von digitalen Spiegelreflexkameras war ein zusätzlicher Anreiz, um den «Salon de la Photo» zu besuchen.



schaffens, der Bildver- und -bearbeitung sowie des Druckbereiches Frankreichs umfasst. Was die Registrierung über das Internet, die Information über die Homepage und das Eintritts-prozedere anbelangt, darf man den Organisatoren ein Kränzchen winden – alles verlief auch bei grossem Publikumsandrang reibungslos.

Über 100 Aussteller und rund 20 Fachmedien waren in der Halle 4 der «Paris Expo» in Porte de Versailles während fünf Tagen vertreten, um über 48'000 Besuchern ihre Produkte und Neuheiten zu zeigen. «Der Salon

de la Photo soll aber nicht nur eine Neuheitenschau sein» sagt Boudouin Prové, Präsident der SIPEC, «sondern er soll ebenso der Begegnung, dem Meinungsaustausch und der Kommunikation zwischen Industrie und Endabnehmer einerseits und zwischen Berufsleuten und Amateuren andererseits dienen».

Panorama der Fotobranche Frankreichs

Im Rahmen des Salon de la Photo wurden einige interessante Zahlen sowie Trends über den Imaging- und Fotomarkt Frank-

reichs bekannt, die auf Untersuchungen von GfK und der SIPEC basieren. Man geht davon aus, dass 60 Prozent der Haushalte Frankreichs eine Digitalkamera besitzen und schätzt dieses Jahr mit dem Verkauf von 4,8 bis fünf Millionen Kameras, was gegenüber 2006 eine Steigerung von zehn Prozent darstellt. Gemäss GfK soll der Umsatz mit Digitalkameras von 1,2 Milliarden Euros rund sechs Prozent des gesamten Elektronikgeräteumsatzes (ca. 20 Milliarden Euros) betragen. Digitalkameras haben in den letzten fünf Jahren nicht nur zu einem regel-

mit denen fotografiert werden kann. Fotohandys, so zeigen Marktuntersuchungen in Frankreich, haben bislang den Verkauf von qualitativ überlegenen Digitalkameras nicht beeinflusst. Das wohl umsatzstärkste Wachstum für 2007 liegt bei den digitalen Spiegelreflexkameras. Wurden 2006 rund 255'000 Stück verkauft, rechnet man dieses Jahr mit rund 700'000 Gehäusen und einem Durchschnittspreis von über 1000 Euros pro Ausrüstung. Hinzu kommt, dass sich viele Käufer mit neuen Objektiven (363'000 Stück 2006), Blitzgeräten (45'200 Stück 2006) oder

anderem Zubehör eindecken werden. Von Speicherkarten dürften dieses Jahr mehr als zehn Millionen Stück verkauft werden, was einer Zunahme von 25 Prozent entspricht.

Aber auch das Geschäft mit den digitalen Kompaktkameras ist nicht zu unterschätzen: Wurden davon im letzten Jahr rund 3,88 Millionen Stück in Frankreich verkauft, so rechnet man für 2007 mit einem Zuwachs von rund acht Prozent, wobei rund 80 Prozent davon in der Qualitätsklasse von fünf bis sieben Megapixel liegen.

Insgesamt geht die SIPEC davon aus, dass die digitalen Spiegelre-

oske. Der Trend von Kompaktdruckern ist deutlich sichtbar, wurden davon letztes Jahr bereits 408'000 Stück verkauft. Abgesehen davon sind in Frankreich 3'500 Minilabs und 10'400 Fotokioske im Einsatz, wobei die Zunahme bei den letzteren 2007 37 Prozent betrug. Auch trendige Produkte legen in diesem Jahr deutlich zu: Man rechnet für 2007 mit einer halben Million digitaler Bilderrahmen und erwartet für 2008 nochmals eine Verdoppelung. Ähnliches gilt für die Fotobücher, von denen dieses Jahr 1,5 Millionen Exemplare an den Verkaufspunkten in ganz Frankreich erstellt wurden.

gen – vom Heimbereich über den Grafikbedarf bis hin zum Grossformatdruck – entsprachen dem Interesse des breiten Publikums. Abgerundet wurde die Messeaktivität durch Vorträge und Bilderschauen, die von Zeitschriftenverlagen und Berufsverbänden organisiert waren.

Zeitschriften nehmen in Frankreich – trotz Internet – eine unverändert wichtige Rolle ein. Man informiert sich dort nicht nur über die Neuheiten, sondern man verfolgt akribisch die Tests und die kritischen Bemerkungen. Kein Wunder, dass rund 20 (!) Verlage am Salon de la Photo präsent waren.

ches an diesem Salon zum ersten Mal umgesetzt wurde. Die Kunden sind begeistert, und für uns macht es auf diese Weise Sinn am Salon präsent zu sein». Auf die Frage, ob hier die gleichen Preise verlangt würden wie in den Geschäften, wollte der Befragte keine verbindliche Antwort geben ...

Der Direktverkauf wurde nicht nur von Fotogeschäften gepflegt, sondern auch von zwei grossen Buchhandlungen (La Photo Librairie de Paris und Librairie Larcelet, Saint-Dizier), die ein grosses und sehr gepflegtes Sortiment an Fachbüchern und Bildbänden verkauften.



Erstmals wurden im «Village de la vente» auch Kameras, Zubehör und Bücher direkt an die Endabnehmer verkauft. Das dieses Jahr erstmals praktizierte Konzept war ein durchschlagender Erfolg: Aussteller, Händler und Kunden waren rundum damit zufrieden.



flexkameras dieses Jahr um 51 Prozent, die Wechselobjektive um 44 Prozent und die Blitzgeräte um 19 Prozent wertmässig zulegen.

Die Nachfrage nach Analogkameras ist von 125 Millionen Stück in 2001 auf nur noch 25 Millionen Stück und 18 Millionen Filmen im Jahr 2006 zurückgegangen.

Übrigens schätzt man, dass in Frankreich dieses Jahr 2,4 Milliarden Papierbilder gemacht werden, 30 Prozent davon im Heimbereich, 48 Prozent auf klassische Weise am Verkaufspunkt, 15 Prozent via Internet und nur 7 Prozent über Fotoki-

Neue Produkte zum Anfassen

Logisch, dass sich das Neuheitenangebot, vor allem im Bereich der Kameras, kaum von unserem unterschied. Renner waren die neuen Kameramodelle von Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax, Samsung und Sony, während im professionellen Bereich vor allem interessante Zubehöre und neues Verbrauchsmaterial zu entdecken war. Zunehmend waren auch die Vorführungen neuer Software, wobei vor allem vor den Ständen von Apple und Adobe zeitweise kein Durchkommen mehr war. Auch alle Arten von Drucklösun-

Neuheitenmesse mit Verkaufsständen

Erstmals (und für unsere Marktverhältnisse kaum denkbar) präsentierten sich fünf grosse Verkaufsketten (Camera/SAPC, Cirque Photo Video, FNAC Digitale, La boutique Nikon und Photo Prony Canon) in der gleichen Halle und verkauften jene Neuheiten an die Endabnehmer, die an den Ständen der Markenvertretungen präsentiert wurden. «Der Erfolg übertrifft unsere Erwartungen bei weitem» sagt Serge Touzet, Abteilungsleiter Image et Son von FNAC Odeon Digitale. «Das ist ein völlig neues Konzept, wel-

Fazit

Der neu organisierte Salon de la Photo war ein grosser Erfolg, und bereits überlegen sich die entsprechenden Gremien, diesen nicht nur alternierend zur Photokina, sondern eben jährlich durchzuführen. «Noch steht nichts fest» sagt Jean-Pierre Bourgeois, Generalkommissar des Salons, «doch der rasche Produktzyklus und die enorme technische Entwicklung könnten den Schritt zur jährlichen Durchführung rechtfertigen». Jedenfalls hat der neue Salon de la Photo den Zuspruch des Publikums ...