



## Pressemitteilung

---

### Deutscher Foto- und Imagingmarkt 2014

---

Entsprechend seines weiter zunehmenden Facettenreichtums entwickelte sich der Foto- und Imagingmarkt 2014 uneinheitlich mit klaren Wachstumspeaks, aber auch Absatzrückgängen. In weiten Teilen präsentiert sich der Foto- und Imagingmarkt als Spiegelbild der gesamtwirtschaftlichen Konjunktur für Deutschland in 2014 - nach einer Stagnationsphase mit moderat aufwärtsgerichteter Konjunktur im vierten Quartal, ausgelöst durch die photokina im September 2014. Hochpreisige Produkte des gesamten Foto- und Imagingworkflow betreffend lagen 2014 in der Gunst der Konsumenten. Klare Wachstumsbereiche im zurückliegenden Jahr stellten in Deutschland hochwertige Kompaktkameras, kompakte Systemkameras und Action Cams, Smartphones, Tablets, die Bildausgabe in Form von Fotobüchern sowie Foto-Mehrwertprodukten, Fotozubehör für Smartphones sowie Action Cams und Video- sowie Bildspeicherlösungen dar. Auf weiterhin hohem Niveau bewegte sich in 2014 der Foto- und Video-Zubehörbereich mit Objektiven, Stativen/Rigs, Blitzgeräten, Bild- und Videosoftware, Drucklösungen über Multifunktionsgeräte sowie die Bildausgabe auf FineArt-Papiere. Weiter an Breite gewann in 2014 die Vielfalt der angebotenen Aufnahmegерäte.

### **Aufnahmegерäte - Action Cams, hochwertige Kompaktkameras, kompakte Systemkameras gefragt**

**Smartphones**, die als „Immer-Dabei-Kameras“ gelten, erfreuten sich in 2014 einer weiter gestiegenen Nachfrage zu 2013 um 7,8 Prozent auf 24,1 Millionen Stück. Auszumachen ist, dass Smartphones an Displaygröße gewinnen, die Geräte zunehmend flacher werden und sie sich in der Ausstattung stärker unterscheiden.

.../2



Das Geschäft mit **Action Cams** zeigte auch in 2014 wiederholt starkes Wachstumspotenzial. In Deutschland nahm der Absatz zu 2013 um 38,5 Prozent auf 540.000 Stück zu. Der Umsatz wuchs in der gleichen Periode um etwa denselben Prozentsatz auf 129,06 Millionen Euro. Das Erfolgsmodell Action Cam basiert auf hervorragender Produktausstattung und Einsetzbarkeit. Absatzfördernd wirkt sich zudem der Aspekt „user-generated-content“ aus. Action Cams schaffen es, coole Erinnerungen in lebhaften und anschaulichen Details aufzuzeichnen, wo Kameras (Kompaktkameras, kompakte System- und Spiegelreflexkameras) und Camcorder zu unhandlich bzw. Smartphones zu zerbrechlich sind.

Das Segment der **Kompaktkameras** ist von einer Breite hinsichtlich seiner Modelle gekennzeichnet die sich sowohl in Bezug ihrer Größe als auch Ausstattung sehr stark voneinander abheben. Für 2014 ist festzustellen, dass der Kompaktkameramarkt zweigeteilt ist. Hochwertige Kompaktkameras erfuhren in 2014 eine starke Nachfrage, während eine weiterhin einschneidende Kaufzurückhaltung bei den Kompaktkameramodellen mit geringer Ausstattung auszumachen ist. In der Verbrauchergunst standen Kompaktkameras mit hohem optischen Zoom (größer als 20-fach) und schmaler Bauweise.

Ausgesprochen erfreulich verlief in 2014 in Deutschland das Geschäft mit **kompakten Systemkameras**. Sie schlossen in 2014 dank einer um 17,4 Prozent lebhafteren Nachfrage zu 2013 mit 26,2 Prozent höheren Erlösen. Die schwungvolle Umsatzentwicklung ist nicht zuletzt auf einen Anstieg des Durchschnittspreises zurückzuführen. Hochwertigen Modelle, die in 2014 auf dem Markt eingeführt wurden, haben die Attraktivität des Segments für Hobbyfotografen deutlich erhöht und für Absatzimpulse gesorgt.

Das Kamerasegment der **Spiegelreflexkameras** ist nach Jahren des immensen Wachstums in 2014 erstmals von Absatzrückgängen in der Menge und im Wert gekennzeichnet. Diese Entwicklung war nach den enorm absatzstarken zurückliegenden Jahren vorhersehbar. Spiegelreflexkameras waren in 2014 mit 720.000 Exemplaren trotz der Rückgänge überaus begehrte

.../3



Aufnahmegерäte - dies macht der Vergleich mit dem Jahr 2001 deutlich, als 208.000 Stück verkauft wurden. Das Segment der Spiegelreflexkameras hat sich trotz der Rückgänge und des gestiegenen Wettbewerbs mit kompakten Systemkameras und hochwertig ausgestatteten Fixed-Lens-Kameras (mit großem Bildsensor) in 2014 gut behaupten können.

### **Aufnahmegерäte - Analyse und Prognose 2015**

„Die Analyse des Kameramarktes ist komplex“, so Christoph Thomas Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes. Erfreulich ist, dass in 2014 eine Millionen Neueinsteiger, also Personen, die erstmalig eine Kamera anschafften, gewonnen werden konnten. Auch, wenn in der Menge deutliche Absatzrückgänge im „klassischen“ Kameramarkt auszumachen sind, so heißt dies nicht, dass Kameras an Begehrlichkeit verlieren. Die seit Jahren gestiegene Nachfrage nach höherwertigen und damit hochpreisigen Kameras hat zur Folge, dass diese einer längeren Nutzung unterliegen, die nach aktueller Analyse bei weit über fünf Jahren liegt. Dies hat nachgelagert zwangsläufig einen Absatzrückgang im „klassischen Kameramarkt“ zur Folge.

Auszumachen ist, dass die Vielfalt an Aufnahmegерäten weiter an Breite gewinnt - dieser Trend wird sich in 2015 unter anderem mit den Wearables oder auch rund um die Luftbildfotografie mit Multicoptern weiter fortsetzen. Dass Konsumenten für jede Situation das passende Aufnahmegерät in ihrem Besitz haben wollen, ist ein weiterer Trend - dies erklärt auch die deutliche Zunahme unterschiedlicher Aufnahmegерäte in den Haushalten.

Smartphones, Action Cams, hochwertige Kompaktkameras und kompakte Systemkameras werden in 2015 ebenso weiter an Bedeutung gewinnen wie Lifestylekameras.

### **Foto- und Videozubehör - Ein Markt, der weiter an Bedeutung und Facettenreichtum gewinnt**

Insgesamt zeichnet sich beim Foto- und Videozubehör wie bei der Hardware ein Trend zur besseren und damit höherwertigen Ausstattung ab. Der Absatz der einzelnen Warengruppen (Taschen, Objektive, Stative etc.) steht

.../4



weitestgehend in Korrelation mit dem Absatz der Aufnahmegeräte. Die Luftbildfotografie mit Multicoptern gewinnt an Breite sowie Relevanz und ist eines der Trendthemen von wachsender wirtschaftlicher Bedeutung.

Weiterhin klar im Aufwind befindet sich das **Fotozubehör für Action Cams**, das an Vielfalt weiter gewinnt und durch das ihr Einsatz immer vielfältiger wird. Mit weiter steigendem Smartphone-Absatz wächst proportional der Absatz an **Smartphone-Fotozubehör**. Nach Angaben des Beratungshauses ABI Research gibt jeder Smartphonebesitzer durchschnittlich € 40,- für Zubehör aus. Nicht alles entfällt dabei mit Schutzhüllen, Ladegeräten, Kopfhörern auf das Smartphone-Fotozubehör, das jedoch in 2014 an Bedeutung weiter gewonnen hat. Kassenschlager im zurückliegenden Jahr war der Selfie-Stick - über 900 verschiedene Hersteller wurden in 2014 registriert. Weitere sehr gefragte Produkte sind Aufstecklinsen, Stative und Lichtaufsätze.

Der Markt für **Fototaschen und -rucksäcke** zeigt in 2014 eine analoge Entwicklung des Kameramarktes auf. Kamerataschen für kleine Kompaktkameras sind dementsprechend in 2014 stark rückgängig, während sich Fototaschen/-rucksäcke für Kameras mit Wechseloptik einer erwarteten guten Nachfrage erfreuten.

Die Nachfrage nach **Wechselobjektiven** ging - nach Jahren des anhaltenden Wachstums in 2014 um 16 Prozent zu 2013 zurück. Dieser Trend wurde maßgeblich vom Verlauf im Segment SLR-Objektive bestimmt, das bei einem Umsatzanteil von über 80 Prozent auch für das Gros der Verkäufe verantwortlich ist. Objektive für kompakte Systemkameras waren mit Zuwächsen von 18 Prozent und 34 Prozent in Menge bzw. Wert in 2014 zu 2013 entsprechend des Kameraabsatzes stark gefragt.

**Stative und Video-Rigs** erfreuten sich, wie in den Jahren zuvor, in 2014 einer anhaltend hohen Nachfrage mit 860.000 verkauften Exemplaren. Ebenso erfreulich entwickelte sich der Absatz von Blitzgeräten in 2014 mit 185.000 Stück. Damit pendeln sich beide Segmente auf hohem Niveau ein.

.../5



### **Speicherlösungen - Der Bilderflut begegnen**

Einen Wachstumsbereich von immenser Wertschöpfung, die sich aufgrund der Heterogenität nicht beziffern lässt, stellen die vielfältigen Bild- und Video-Speicherlösungen dar. Unternehmen der Foto- und Imagingbranche sind mit ihrem Know-how verstärkt in diesem Marktsegment aktiv und bieten Konsumenten moderne Speicherlösungen zum Verwalten, Bearbeiten und Teilen ihrer Videos und Bilder. Im Fokus stehen verstärkt Systeme, die automatisch jedes Bild analysieren sowie bewerten und mehreren Kriterien zuordnen. Weiter an Bedeutung gewinnen werden von der Industrie angebotene Cloud-Lösungen für die private Nutzung.

### **Fotobücher - Formate A3 und quadratisch gewinnen an Bedeutung**

Der Fotobuchmarkt wächst in 2014 auf 8,5 Millionen Exemplare, die über die Bilddienstleister gefertigt wurden. Auszumachen ist, dass der Trend klar zu höherwertigen Fotobüchern geht. Dabei gewinnen insbesondere die Formate A3 mit inzwischen 19 Prozent Anteil und das quadratische Format mit 17 Prozent weiter an Bedeutung. Dementsprechend sank in 2014 die Anzahl der Fotobücher im A4-Format auf weniger als 50 Prozent und die im A5-Format auf 16 Prozent. Ein weiterer Trend, der sich in 2014 abzeichnete, ist, dass die Zahl der Buchseiten im Schnitt weiter steigt und die Konsumenten durchschnittlich 1,8 Bilder pro Fotobuchseite präsentieren. Neue Features, wie der QR-Code oder der USB-Anschluss, mit dem Videos in Fotobücher eingebunden werden, finden Anwendung - jeder 20. Fotobuchkunde hat den Nutzen dieser innovativen Features bereits für sich erkannt.

### **Fotomehrwertprodukte - Vergrößerungen, Grußkarten sowie Tassen und Co.**

Einen deutlichen Wachstumsmarkt stellen die Fotomehrwertprodukte mit Vergrößerungen, Grußkarten sowie Tassen und Co. dar. Laut Bundesverband der Photo-Großlaboratorien (BGL) und Futuresource stieg in 2014 der Umsatz um 5,4 Prozent von 166 auf 175 Millionen Euro. Besonders im Trend liegen

.../6



Vergrößerungen hinter Acrylglas, auf Alu-Dibond oder auf Keilrahmen, Foto-Grußkarten sowie Fotokalender. Insgesamt auszumachen ist, dass das Foto- und Imagingsegment Fotomehrwertprodukte durch steigende Möglichkeiten weiter an Breite gewinnt. PIV

Die veröffentlichten Foto- und Imagingmarktdaten 2014 für Deutschland wurden, sofern nicht anders ausgewiesen, von der Prophoto GmbH, in Abstimmung mit Marktforschern aus Unternehmen der Foto- und Imagingindustrie, zu einem Jahreswert verdichtet und um die von der GfK nicht erfassten Vertriebswege ergänzt.

**Über Photoindustrie-Verband e.V.:** Der Verband mit Sitz in Frankfurt am Main ist die Interessenvertretung der Foto- und Imagingindustrie in Deutschland wie auch weltweit. Das Verbandskürzel P I V steht für Photo Imaging Verband. Der PIV sieht sich als Dienstleister im Sinne der Absatzförderung im Amateur- und Profimarkt und veröffentlicht hierzu regelmäßig Marktdaten. Mit seinen über 50 Mitgliedern vertritt der PIV mehr als 90 Prozent des Umsatzes des Foto- und Imagingmarktes in Deutschland. Der PIV ist Mitveranstalter der photokina World of Imaging, in Köln. Die erste photokina fand 1950 statt. Die 34. Weltmesse des Bildes wird im Kölner Messegelände vom 20. bis 25. September 2016 stattfinden. Der Photoindustrie-Verband e.V. ist der Gesellschafter der Prophoto GmbH, deren Geschäftszweck die Förderung der Fotografie und der photokina vornehmlich in Presse, Hörfunk, Fernsehen und den neuen Medien ist.

Abdruck honorarfrei  
Belegexemplar erbeten

---

3/II/2015 - 23. Februar 2015