

Pressemitteilung

Hochwertige und innovative Produkte gefragt

GfK Ergebnisse zum globalen Fotomarkt – erstes Halbjahr 2015

2. September 2015

Heribert Tippenhauer
T +49 911 395 3197
heribert.tippenhauer@gfk.com

Corina Kirchner
Corporate Communications
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

Weitere Informationen:



Nürnberg, 2. September 2015 – Die Nachfrage im Markt für Imaging-Hardware konzentriert sich weiterhin auf hochwertige und innovative Produkte, die im Vergleich zu Smartphones einen fotobezogenen Mehrwert erkennen lassen. Insbesondere spiegellose System-Kameras und Kompaktkameras mit großem Sensor oder hohem Zoomfaktor sind erfolgreich. Ein ungebrochen dynamisches Wachstum zeigen zudem die Action-Cams. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen Foto-Markt anlässlich der IFA 2015 in Berlin.

Das weltweite Marktvolumen wird zum Jahresende bei etwa 21 Milliarden Euro liegen.

Einfache Kompaktkameras verlieren – hochwertige Kameras gewinnen

Der Umsatz mit Digitalkameras und Objektiven sank im ersten Halbjahr weltweit um 10 Prozent. Dies ist in erster Linie der Entwicklung im Massenmarkt der einfach ausgestatteten Kompaktkameras geschuldet, deren Funktionen auch von Smartphones erfüllt werden. Dieses Kamera-Segment verlor 35 Prozent seines Umsatzes. Auf der anderen Seite des Produktspektrums finden sich verschiedene Wachstumssegmente, die zwar den Rückgang bei den Low-End-Kompaktkameras nicht ganz kompensieren, aber dem Kameramarkt eine nachhaltige Zukunftsperspektive eröffnen. Wesentlich dafür ist, inwieweit Smartphone-Nutzer motiviert werden können, auf eine „echte“ Kamera umzusteigen. Die Hersteller müssen daher den kameratechnischen Vorsprung gegenüber den Smartphones immer wieder neu erarbeiten.

Wechselobjektivkameras stehen für über 68 Prozent des gesamten Umsatzes bei Digitalkameras. Der größte Anteil entfällt hierbei mit 75 Prozent nach wie vor auf die Spiegelreflexkameras. Ihr Absatz sank um 18 Prozent, der Umsatz aber nur um 10 Prozent, da der Durchschnittspreis gleichzeitig um 71 Euro auf 768 Euro stieg. Dies lag vor allem an Modellen aus dem High-End-Bereich, die mit einem Vollformat-Sensor ausgestattet sind und im Durchschnitt 2.155 Euro kosten. Weitere 25 Prozent entfallen auf spiegellose System-Kameras (Compact-System-Kameras), deren Umsatz sich um 4 Prozent erhöhte. Doch auch hier gingen die verkauften Stückzahlen um 11 Prozent zurück. Der Durchschnittspreis dagegen stieg um 79 Euro auf 565 Euro.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Kompaktkameras generieren 64 Prozent ihres Umsatzes mit High-End-Modellen. Besonders gefragt sind handliche Geräte mit einem sehr starken optischen Zoom (größer als 20fach), die sich ideal für den Urlaub eignen. Außerdem sind Modelle beliebt, die über ein kleines Gehäuse verfügen, aber mit einem großen Sensor ausgestattet sind. Hier zeigen die Konsumenten eine hohe Zahlungsbereitschaft und geben mit durchschnittlich 504 Euro knapp 125 Euro mehr dafür aus als noch im vergangenen Jahr.

Wechselobjektive verkaufen sich besser als Kameras

Einzel verkaufte Wechselobjektive entwickeln sich besser als die Kameras selbst. Der Erfolg hochwertiger Kameras im Spiegelreflex- und Spiegellos-Bereich bewirkt eine höhere Nachfrage nach zusätzlicher Ausstattung mit passenden Objektiven. Im ersten Halbjahr 2015 bleibt der Umsatz in Europa mit einem Minus von 3 Prozent daher fast stabil.

Action-Cams bieten eindrucksvolle Wachstumschancen

Das weltweite Marktvolumen der Action-Cams ist im ersten Halbjahr um etwa 55 Prozent gewachsen. Die Prognosen für 2016 laufen auf ein weiteres starkes Wachstum hinaus. Die verkauften Stückzahlen von traditionellen Camcordern gingen dagegen global um 23 Prozent zurück.

Die Marktveränderung hin zu Action-Cams geht mit einer deutlichen Verschiebung zwischen den Nutzergruppen einher: Die Konsumenten zeigen ein zunehmendes Interesse daran, ihre Erlebnisse und Aktivitäten in spektakulären und authentischen Videos mit Hilfe kleiner und cleverer Gerätelösungen festzuhalten.

Featureanalysen für den europäischen Markt zeigen, dass die 4K-Auflösung ein Wachstumsmotor ist: 36 Prozent der im ersten Halbjahr verkauften Action-Cams waren bereits damit ausgestattet. Darüber hinaus erzielten 4K-Camcorder einen Umsatzanteil von 16 Prozent im Segment der traditionellen Camcorder und trugen zu einer deutlichen Erhöhung des Durchschnittspreises auf 379 Euro bei.

Quadrocopter und Drohnen entwickeln sich spektakulär

Drohnen definieren den Umgang mit Technik neu. Experimentierfreudige Konsumenten zeigen bereits Spaß an vielen neuen Features, wie beispielsweise der intelligenten „follow me“-Funktionalität. In Deutschland sind bereits 14 Prozent aller Geräte damit ausgestattet.

Ein neues GfK-Panel erhebt Daten zu dieser Warengruppe in elf europäischen Ländern. Erste Ergebnisse zeigen beeindruckende Wachstumsraten und einen ständigen Zustrom von neuen Anbietern und Modellen.

Zur Methode

GfK erhebt im Rahmen ihres Handelstrackings regelmäßig Point-of-Sales-Daten in mehr als 70 Ländern weltweit zur Foto-Hardware. Der Analyse liegen aktuelle Entwicklungen der Verbrauchernachfrage des weltweiten und europäischen Fotomarkts im ersten Halbjahr 2015 zu Grunde.

Weitere Informationen:

Heribert Tippenhauer, +49 911 395 3197, heribert.tippenhauer@gfk.com

GfK-Aktivitäten auf der IFA 2015:

1. Der GfK Info Point beim IFA Pressezentrum stellt alle Informationen zur Verfügung, die GfK während der IFA publiziert
2. Im GfK-Büro auf der IFA (VIP Raum 2, Großer Stern) finden Sie unsere Experten für Gespräche vor Ort. Hier der exakte Standort von GfK auf dem Messeplan: <http://www.gfk.com/documents/ifa-map-2015.jpg>
3. GfK-Konferenz „Beyond smart – relevance is key“ am 3. September, 13-15 Uhr, IFA, Marshall Haus Messegelände Berlin. Die Agenda können Sie hier downloaden: <https://publish.gfk.com/de/news-und-events/events-und-webinars/Seiten/GfK-auf-der-ifa-2015.aspx>
4. GfK-Vortrag auf der Veranstaltung “The Opening Ceremony of China Brand Show” der China Chamber of Commerce for Machinery and Electronic Products (CCCME) am 4. September, 12-14 Uhr, Halle 29. GfK-Sprecher: Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics, Thema: "Chinese continuous growth in Global Markets of Digital World and Home Appliances"

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com