

Marktpotenzial Imaging

Der Foto-Markt boomt. Nicht etwa, dass mehr Kameras abgesetzt würden, es wird einfach mehr fotografiert. 120 Mal in der Sekunde sei in den Zeiten der analogen Fotografie eine Kamera hierzulande ausgelöst worden, heute sollen es mindestens 2.000 sein. Das sind in der Stunde schon einmal 7,2 Mio. Bilder, am Tag 172,8 Mio. und in einem Jahr 63 Mrd. Fotos.

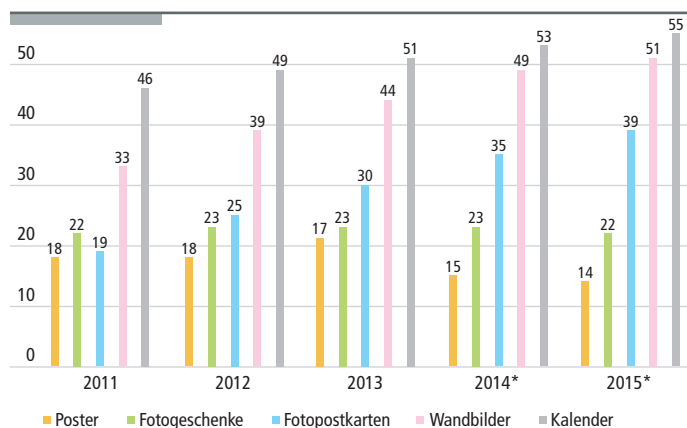
Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es ist naheliegend: Kamerahandys und Smartphones, die «Immer-dabei-Kameras», sind die Auslöser für den aktuellen Foto-Boom. Weltweit dürften derzeit über 4,4 Milliarden solcher Aufnahmegeräte und Digitalkameras in Gebrauch sein, in Europa etwa eine Milliarde.

Die starke Präsenz der Smartphones im Fotomarkt lässt in der Folge allerdings den Absatz klassischer Kameras sinken. Verkauft werden 2014 voraussichtlich 5,26 Mio. Fotoapparate nach 6,05 Mio. im Vorjahr, teilt der Photoindustrie-Verband mit. Dass der Umsatz mit 1,45 Mrd. € (Vorjahr: 1,52 Mrd. €) nicht im gleichen Masse sinkt, ist der Nachfrage nach höherwertigen Modellen zu verdanken. Denn von der Konkurrenz der Smartphones sind vor allem preiswerte Kompaktkameras mit geringer Ausstattung betroffen. Aber auch für die digitalen Spiegelreflexkameras rechnet der Verband nach starken Jahren jetzt mit einem Absatzzrückgang von 6%. Ursache sei unter anderem eine längere Nutzungsdauer der Kameras.

Doch der Foto-Markt besteht nicht nur aus dem Kameraverkauf, wie aus den Zahlen deutlich wird. So wird der Foto- und Imagingmarkt in Deutschland 2014 nach Angaben des Photoindustrie-Verband erneut ein Volumen von über 20 Mrd. € erreichen. Etwa 17 Mrd. € davon entfallen auf den consumer-nahen Bereich. Allein der Markt für Objektive ist 606 Mio. € gross, der für Speicherkarten 336 Mio. €. Dazu kommen

FOTO- UND IMAGINGMARKT DEUTSCHLAND IN MIO. EURO



*2014 und 2015 Prognose. Quelle: Photoindustrie-Verband; Prophoto. Druckmarkt-Grafik 9/2014.

die vielfältigen (und zum Teil neuen) Dienstleistungen in Bereichen wie etwa dem Cloud Computing, bei Bildvermarktungen, bei Heimdekoration, Apps, Archivierung etc., die aufgrund ihrer Heterogenität nur sehr schwer zu erfassen und zu beziffern sind. Aber es ist Ausdruck des

enormen Facettenreichtums und Wertschöpfungspotenzials, das vom Foto- und Imaging-Markt ausgeht. Und dieser hat auch massive Auswirkungen auf den Druck – und das im positiven Sinne.

Ausgabe gewinnt weiter

Denn neben der Zunahme unterschiedlicher Aufnahmegeräte gibt es eine parallele Entwicklung bei den Ausgabeformen. Im Aufwind ist dabei generell das Segment der Bildausgabe auf allen nur denkbaren Materialien und Drucksystemen.

Bereits seit einigen Jahren ist festzustellen, dass Verbraucher nicht nur in Deutschland in verstärkter Masse die Liebe zu grossformatigen Bildern und Postern, Fotos auf Leinwand und Fotokaschierungen auf Hart-schauplatten etc. für sich und die eigenen vier Wände entdeckt haben.

Und das nicht zuletzt dadurch, dass es mit Large-Format-Printern nicht nur möglich, sondern für die Kunden auch bezahlbar wurde. Grosse Akzeptanz erfahren die FineArt-Papiere, die zu analogen Zeiten vorwiegend Profifotografen als Ausgabe-medium für ihre Fotografien vorbehalten waren. Nachdem die Auswahl an Bedruckstoffen im Bereich des Large-Format-Printings inzwischen erheblich zugenommen hat, ist nahezu alles gefragt, was sich für Dekorationszwecke einsetzen lässt.

Ein noch recht junges Segment der Imagingbranche ist in diesem Zusammenhang der sogenannte Wallpapermarkt. Individuell bedruckte Tapeten (ob mit vorgegebenen oder eigenen Fotografien) liegen absolut im Trend.

Neben diesem Markt wächst ebenso der der Fotopostkarten, Bildkalender und Fotobücher. Auch wenn sich die Wachstumskurve langsam abflacht, wird erwartet, dass 2014 alleine in Deutschland etwa 8,1 Mio. Fotobücher produziert werden. Der europäische Markt wird auf rund 30 Mio. Fotobücher geschätzt.

Erhebliches Marktpotenzial

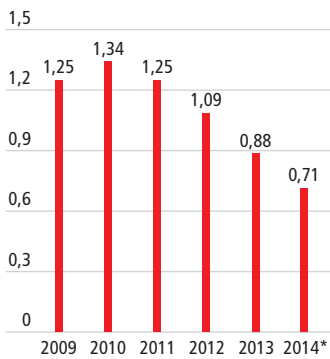
Die nie da gewesene Vielfalt und die unglaubliche Bandbreite des technisch Machbaren innerhalb des Segments der Fotoprodukte (zu dem auch Fotogeschenke wie mit Fotos bedruckte T-Shirts oder Tassen gehören), wird durch Web-Shops im Internet weiter beflügelt.

20 MRD. EURO GROSS IST DER FOTO- UND IMAGING-MARKT IN DEUTSCHLAND. DAZU KOMMEN NOCH FOTO-NAHE DIENSTLEISTUNGEN.

15% DAVON ENTFALLEN AUF DEN PROFI-SEKTOR, DIE RESTLICHEN 17 MRD. EURO ENTFALLEN AUF DEN CONSUMER-MARKT.

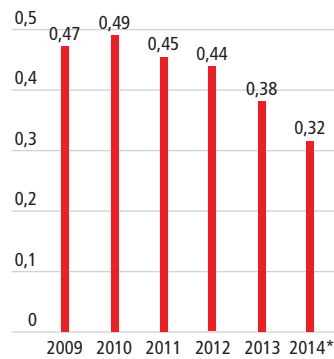
Quelle: Photoindustrie-Verband; Prophoto.

KAMERA-ABSATZ SCHWEIZ
IN MIO. STÜCK



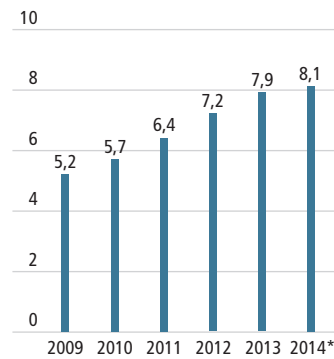
*2014 Prognose. Druckmarkt-Grafik 9/2014.
Quelle: GfK.

KAMERA-UMSATZ SCHWEIZ
IN MRD. CHF



*2014 Prognose. Druckmarkt-Grafik 9/2014.
Quelle: GfK.

FOTOBÜCHER DEUTSCHLAND
IN MIO. STÜCK



*2014 Prognose. Druckmarkt-Grafik 9/2014.
Quelle: Photoindustrie-Verband; Prophoto.

Auch wenn der Kamera-Absatz rückläufig ist (siehe Grafik ganz links), wächst der Markt der Fotoanwendungen. Prominenter Vertreter dieser Gattung ist das Fotobuch. Auch wenn sich die Wachstumskurve etwas abflacht, wird erwartet, dass 2014 alleine in Deutschland etwa 8,1 Mio. Fotobücher produziert werden. In Europa soll das Volumen 2014 etwa 30 Mio. Fotobücher betragen. Für die Schweiz liegen uns für Fotoanwendungen, wie etwa Fotobücher, leider keine Zahlen vor.

Foto und Druck, beides gerne zusammenfassend auch als Foto- und Imaging-Markt bezeichnet, gehören längst untrennbar zusammen. Das belegen auch die statistischen Daten zu den Produkten, die einmal durch die Vielzahl an Fotografien an sich geprägt sind, andererseits durch Techniken wie den Digitaldruck erst möglich wurden.

Wenn auch viele glauben, ein Display reiche als Präsentationsform für Bilder aus, erlebt das Bild zum Anfassen eine Renaissance. Man denke nur an Fotobücher, personalisierte Fotokalender, Fotopuzzles, Poster oder Wandbilder in den verschiedensten Grössen, Tassen und Becher, Textilien aller Art (und nicht nur T-Shirts) etc. Und eben der neue

(alte) Trend der Fototapeten oder auch individuelle Verkleidungen in Küchen, an Türen, Garagen und Verklebungen an Autos. Hier können auch Druckereien noch ordentlich mitmischen. Der Markt ist riesig und es ist abzusehen, dass er weiter wachsen wird. Vor allem ist sicherlich noch ausreichend Raum für weitere Ideen. Natürlich ist das

eine oder andere Marktsegment inzwischen besetzt oder wird von Platzhirschen beherrscht, doch der Markt wartet auf neue Ideen. An Kreativität, dem Einsatz von besonderen Papieren und Finishing-Optionen wird es wohl kaum fehlen.



Techno-Grafica
HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



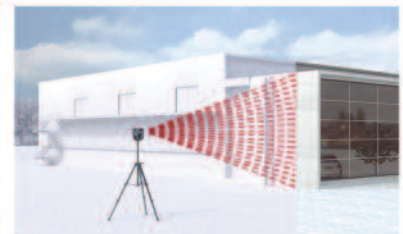
Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau und Reverse Engineering.