



Foto: alexis84 | 123rf.com

FOTOMARKT FEINDLICHE ÜBERNAHMEN?

Der Absatz und Umsatz von Kameras samt Zubehör ist rückläufig. In vielen Fällen haben Smartphones als ›Immer-und-überall-dabei-Geräte‹ die Kamera abgelöst. Besonders lustig ist das für den Fotohandel nicht. Auch nicht für dessen Verband. Deshalb werden foto-nahe Dienstleistungen, vor allem auf Software basierende Consumer- und Profi-Anwendungen, mit in Beschlag genommen. Smartphones auch.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Mit klassischer Fotografie, mit Fotogeschäften und -ateliers, in denen man Passbilder und Portraits machen ließ, wo man Filme, Kameras, Objektive, Belichtungsmesser, Fotoalben, Bilderrahmen und allerlei anderes Zubehör kaufte, wo Filme entwickelt wurden und wo man mit dem Ladenbesitzer stundenlang über die Qualität von Filmen

und deren Lichtempfindlichkeit diskutierte, hat das alles nicht mehr viel zu tun. Das liegt Jahrzehnte zurück und viele wissen gar nicht mehr, dass zum Fotografieren einmal viel Chemie eingesetzt werden musste.

Spielend einfach

Es heißt auch nicht mehr Fotografie, sondern Imaging. Das Fotografieren kommt künftig ohne Fachsimelei aus. Diskussionen über Verschluss-

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

15% DAVON ENTFALLEN AUF PROFIS, DIE RESTLICHEN 17 MRD. EURO MACHT DER CONSUMER-MARKT AUS.

Quelle: Photoindustrie-Verband.

zeit, Blende und ISO-Wert gehören dann endgültig der Vergangenheit an. »Um großartige Bilder zu machen, brauchen die Kameras der Zukunft weder Dutzende Tasten und Knöpfe noch tief verschachtelte Menüs. Fotoapparate werden vielmehr zu unseren dritten Augen, immer dabei, immer aktiv. Eine einfache Bewegung genügt und das Wunschbild ist genauso gespeichert, wie man es sich vorgestellt hat. Ein Finger-Tipp und schon teilt man das Bild über die

sozialen Netzwerke mit all seinen Freunden.« So schilderte der Photoindustrie-Verband (PIV) die Zukunft der Fotografie nach der photokina 2016 im Oktober und hat zudem einen Trendreport vorgelegt, der für ein neues Verständnis des Gesamtmarktes Imaging wirbt.

In analogen Zeiten drehte es sich bei den Branchendaten um den Absatz von Kameras, Objektiven und sonstigem Zubehör. Heute geht es dem Verband um mehr.

So weist der PIV für den Imaging-Gesamtmarkt mit seinen derzeitigen Kernbereichen für 2016 ein stabiles Umsatzniveau von über 20 Mrd. € aus. Wie sich diese Summe zusammensetzt, ist allerdings nur schwer ersichtlich.

Addiert man den Anteil der Kameras, Objektive, Blitzgeräte, Stative und Fototaschen, errechnen sich gerade einmal knapp 1,5 Mrd. €. Das ist durch Fakten belegt, erscheint dem Branchenverband aber offenbar zu wenig. Also rechnet er den Umsatz verkaufter Smartphones (9,6 Mrd. €) und Tablets (1,4 Mrd. €) dazu und kommt somit auf 12,5 Mrd. €. Es fehlen aber noch immer 7,5 Mrd. €, die sicher nicht alleine durch Fotobücher, Poster oder Kalender erzielt werden. Nach unseren Berechnungen sind das rund 4,0 Mrd. € (siehe nächste Seite). Die jetzt noch ausstehenden 3,5 Mrd. € »leibt« sich der Verband nun abermals bei Branchen, die er selbst nicht repräsentiert.

Das sind laut Definition PIV »Foto- und Imaging-relevante Produkte, An-

wendungen und Dienstleistungen wie Virtual Reality (VR), Smart Home, Cloud Computing, Social Media, Video/Videoschnitt, Bildvermarktung, Home Decoration (Tapeten), Communities, Apps, Fachanwendungen, 3D, Digitalisierung und Archivierung«. Damit vereinnahmt der PIV Leistungen, ohne dies genauer abzugrenzen. Das ist zwar keine »feindliche Übernahme«, doch schmückt sich der PIV ganz offensichtlich mit fremden Federn und ordnet dies dem Gedanken »Ökosystem« unter. Eigentlich eine gute Idee. Würde dies auch die Druckindustrie tun, stünde man beim Branchenumsatz glänzend da. Das werden wir uns noch einmal ganz genau ansehen.

Ökosystem Imaging

Ein Ökosystem, so habe ich es einmal gelernt, besteht aus einer Lebensgemeinschaft von Organismen mehrerer Arten und ihrer Umwelt, die als Lebensraum oder Biotop bezeichnet wird. Dieser Begriff macht immer mehr auch in der Industrie die Runde und meint damit die Gesamtheit der Akteure in einem Markt.

Dies hatte auch Kodak 2003 schon einmal präsentiert und errechnete damals unter Berufung auf Marktforschungen der Institute IDC, Forrester und Gartner für den Imaging-Markt

Die beiden Grafiken verdeutlichen, wie arg der klassische Markt für Kameras gebeutelt wird. Das Smartphone hat die Digitalkamera abgehängt.



Foto- und Imagingmarkt
TRENDREPORT 2016

Der Trendreport 2016 des Photoindustrie-Verbandes ist eine lohnenswerte Lektüre, der sich mit dem Bild als universeller Sprache, mit Smart Home, Robotronik, Sicherheitstechnik, Automobil, Medizin etc. und der Bildausgabe beschäftigt.

in der Summe ein jährlich globales Volumen von rund 225 Mrd. \$ mit hohen Wachstumsraten (siehe auch »Druckmarkt«, Heft 24, August 2003). Schon damals schloss dieser zusammengefasste Markt Fotografie, Drucktechniken, Dokumentenverarbeitung und IT-Techniken ein: Mediziner mit Röntgenaufnahmen, die Patientendaten und Diagnosen per Datentransfer mit Kollegen austauschten, Öl-Konzerne, die per Satellitenfoto und GPS-System Pipelines überwachen oder auch Eltern, die Bilder ihrer Kinder per Handy und Internet an Oma und Opa versenden.

Aus heutiger Sicht müsste der damals errechnete 225-Mrd.-\$-Markt erheblich größer sein, da neue Tech-

nologien dazugekommen sind. Es war aber auch »nur so eine Idee« von Kodak, sich nach dem Einbruch des klassischen Foto- und Filmgeschäftes die Zukunft rosiger auszumalen. Diese endete dann im Januar 2012 im Desaster und der Insolvenz.

Schwer zu erfassen

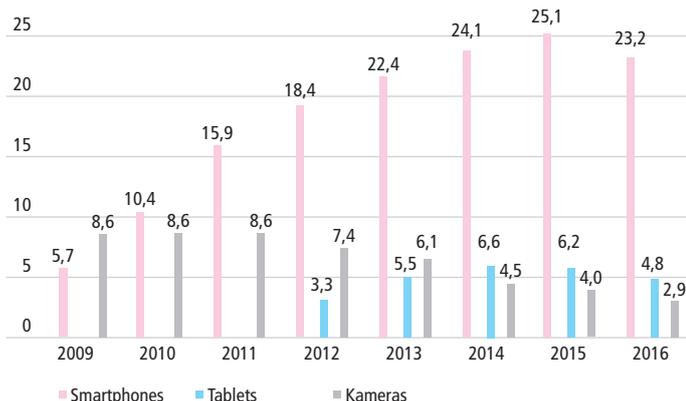
Aufgrund der Vielfalt und Heterogenität sei das Ökosystem Imaging in seiner Gesamtheit immer schwerer zu beziffern, teilt der PIV seit 2013 gleichlautend mit. Doch gehen von den Imaging-Technologien, Anwendungen und Dienstleistungen für die kommenden Jahre eine wachsende Bedeutung und ein enormes Wertschöpfungspotenzial aus.

Damit hat der PIV allerdings recht. Nur müsste der Markt, der den Consumer (B-to-C) sowie die Industrie (B-to-B) gleichermaßen betrifft, sauberer getrennt werden, wenn Imaging als übergreifende Schlüsseltechnologie Wirtschaft und Gesellschaft neue Möglichkeiten und Geschäftsfelder öffnet. So lange diese Trennung nicht erfolgt, klingt das alles wenig konkret und eher so, als rechnet man sich den Markt schön.

Marktverschiebungen

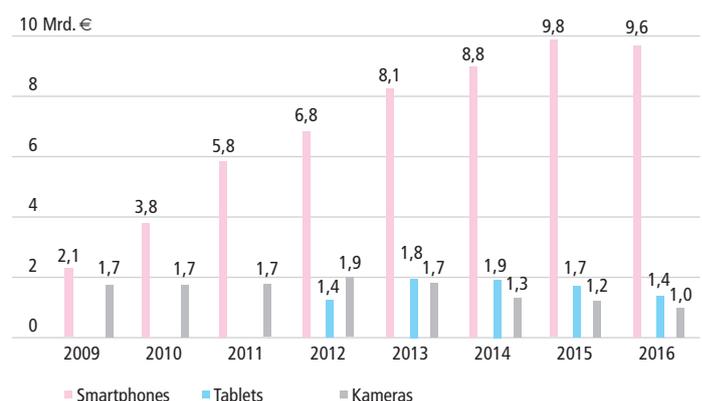
Bleiben wir also noch einmal ganz konkret bei den belastbaren Zahlen des Photoindustrie-Verbandes. Hier kam es 2016 erneut zu Absatzverschiebungen.

KAMERA-/SMARTPHONE-/TABLET-ABSATZ DEUTSCHLAND



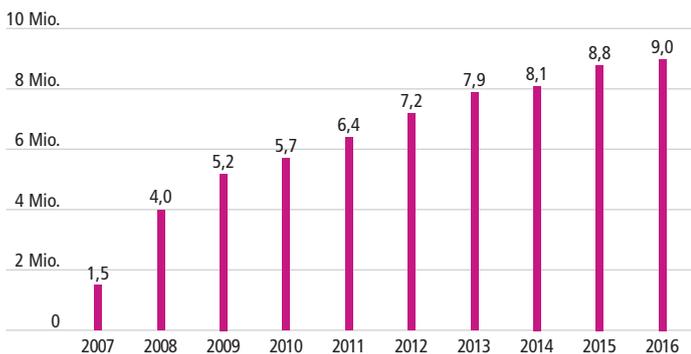
Quelle: Photoindustrie-Verband. Druckmarkt-Grafik 7/2017.

KAMERA-/SMARTPHONE-/TABLET-UMSATZ DEUTSCHLAND



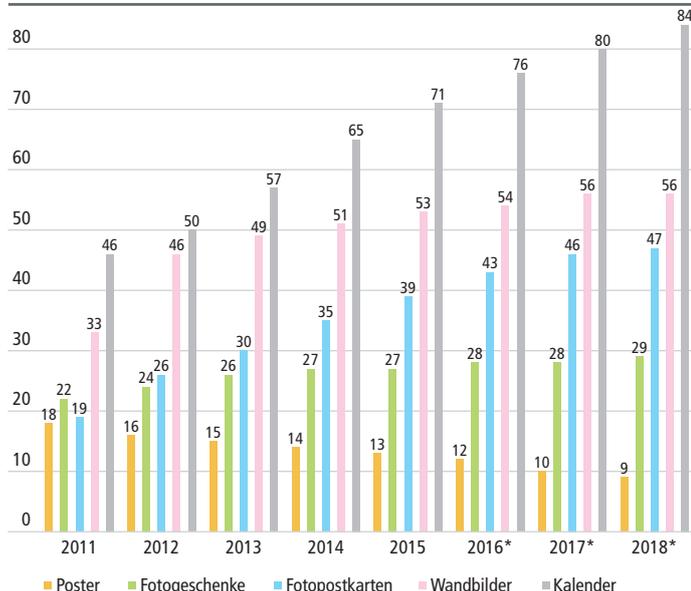
Quelle: Photoindustrie-Verband. Druckmarkt-Grafik 7/2017.

FOTOBÜCHER DEUTSCHLAND (IN MIO. STÜCK)



Quelle: GfK, Photoindustrie-Verband (PIV), Prophoto. Druckmarkt-Grafik 7/2017.

FOTO- UND IMAGINGMARKT DEUTSCHLAND (IN MIO. EURO)



*2016, 2017 und 2018 Prognose. Quelle: Photoindustrie-Verband (PIV), FutureSource. Druckmarkt-Grafik 7/2017.

ABSATZ UND UMSATZ FOTODRUCKE 2016

Produkt	Preis/Stück	Absatz in Mio.	Umsatz in Mio.
Fotobücher	30,00 €	9,0	270,0 €
Poster A2	5,00 €	12,0	60,0 €
Postkarten	1,50 €	43,0	64,5 €
Wandbilder A2	30,00 €	54,0	1.620,0 €
A3-Fotokalender	25,00 €	76,0	1.900,0 €
Fotogeschenke	10,00 €	28,0	280,0 €
Gesamt			4.194,5 €

Quelle: Photoindustrie-Verband PIV. Berechnungen Druckmarkt 7/2017.

So war der Kameramarkt in Menge und Umsatz 2016 erneut rückläufig. Lediglich der Absatz an höherwertigen Digitalkameras über 1.500 € entwickelte sich laut GfK-Analyse für Deutschland stabil auf Vorjahresniveau. Doch die Hersteller sind zuversichtlich, da Neuheiten mit Funktio-

nen wie 4K und 6K, Zeitraffer, Connectivity etc. für künftige Kaufreize sorgen würden. In der Menge, so der PIV, wird man nach derzeitigen Prognosen 2017 nicht zulegen, dafür aber beim Wert. Der Absatz von Smartphones verlief 2016 nahezu stabil und hat die Ka-

meras bei Absatz und Umsatz längst abgehängt. Der PIV sieht Smartphones aber nicht nur als Telefon und Bildaufnahmegesetz, sondern zusammen mit den Tablets als Schnittstelle der Bildkommunikation. Auch der Zubehörmarkt (Objektive, Blitzgeräte, Fototaschen etc.), der eng mit dem Kamera-Geschäft verknüpft ist, ist weiter rückläufig. Stattdessen dagegen verkauften sich aufgrund der Trends zur Langzeitfotografie sowie Features wie 4K, Zeitraffer, Serienbild und Video gut. Parallel dazu ist der Absatz von Speicherkarten gestiegen. Mit dem Aufkommen von 4K und dem gewachsenen Interesse an Zeitraffer sowie Zeitlupenimpressionen, ist die Nachfrage nach schnellen Speicherkarten mit hohen Kapazitäten gestiegen. Software für Bild- und Videobearbeitung sowie VR bleibt ein Milliardengeschäft und Multicopter (Drohnen), Cloud-Dienste etc. gewannen laut PIV ebenso weiter an Relevanz für den Imagingmarkt wie Retro-Trends mit der Sofortbildfotografie und die Bildausgabe.

Haptisches Bilderlebnis

So ist das haptische Bilderlebnis weiter auf Wachstumskurs. Der Absatz an Fotobüchern nimmt seit Jahren zu und liegt inzwischen bei 9 Mio. Exemplaren. Auch wenn DIN A4 mit fast 50% das beliebteste Fotobuchformat ist, stieg der Anteil der Fotobücher in DIN A3 sowie im quadratischen Format. Im Schnitt umfassen die selbst gestalteten Fotobücher 140 Bilder und der Durchschnittspreis liegt nach Informationen des BGL (Bundesverband der Photo-Großlaboratorien) bei über 30 €. Daneben befindet sich auch der Markt für Fotodrucke und Merchandising auf Wachstumskurs. Wanddekor, Canvas-Fotodrucke und Fotokalender sind die wichtigsten Produkte der Bilddienstleister, gefolgt von Grußkarten, Postern und Fotogeschenken (T-Shirts, Fototaschen, Fotopuzzles etc.). Dies dürften aber nur die Zahlen der Foto-Großlabore sein. Dazu kommt

1.148 MRD. FOTOS WURDEN LAUT INFOTRENDS 2016 WELTWEIT GESCHOSSEN.

2,5 MRD. FOTOS WERDEN LAUT BRANDWATCH TÄGLICH AUF VERSCHIEDENEN PLATTFORMEN UND SOCIAL MEDIA GETEILT.

Quelle: Photoindustrie-Verband.

dann noch das riesige Angebot von Druckereien, die via Digital- und Offsetdruck gerade bei Kalendern, Postkarten und Postern typische Fotoprodukte anbieten. Daneben mischen auch die Hersteller von Fotodruckern und FineArt-Papieren im Imaging-Markt mit. So haben Profis und ambitionierte Fotografen längst erkannt, dass sich der kreative Prozess der Fotografie in der Ausgabe der Bilder fortsetzt. Und wie eng Smartphones mit der Imagingbranche verknüpft sind, beweisen auch Smartphotoprinter, die per Kabel oder drahtlos die mit dem Handy (oder auch der Digitalkamera) geschossenen Fotos in hoher Qualität ausdrucken.

Einzigartige Bilder

Dabei, so schreibt der Photoindustrie-Verband in einem Thesenpapier, »werden Unikate zur neuen kulturellen Währung. Wer Stil beweisen möchte, umgibt sich mit einzigartigen Bildern. Je mehr Software und Algorithmen im Spiel sind, umso mehr sehnen sich Menschen nach Sinnlichem, Zufälligem und Unberechenbarem. Immer mehr Menschen umgeben sich daher mit einzigartigen Bildern, die von spontaner Kreativität zeugen. Das Unikat wird zum Statussymbol und das Revival der analogen Fotografie wird weiter andauern – zumindest solange es noch Generationen gibt, die das Haptische und Einzigartige mit einem sinnlichen Reiz verbinden.«

➤ www.piv-imaging.com

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



Acuity LED 3200R

Sehr breit, sehr hochwertig.

Produzieren Sie bereits Grafiken, die breiter als 1,6 m sind oder möchten Sie zukünftig diesen Service anbieten können? Dann ist die Acuity LED 3200R die ideale Maschine für Sie. Auf Grund der energiesparenden LED-UV-Härtungstechnologie und verminderter Geruchsentwicklung eignet sie sich optimal für die kostengünstige Fertigung hochwertiger und lebendiger Auf- und Durchsichtsdisplays.

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/

grafische_systeme@fujiilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit
niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und
sensationelle Backlights

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster
Bedruckstoffe, inklusive
wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

AcuityLED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation