

PRESSEINFORMATION

Foto- und Imagingmarkt – Trendprognosen 2016

Wie der PIV (Photoindustrie-Verband) mit Sitz in Frankfurt am Main berichtet, blickt die Foto- und Imagingbranche mit dem photokina-Jahr 2016 [optimistisch in die Zukunft](#). Das Jahr 2015 war in einigen Segmenten von negativen Strömungen begleitet, die auch Resultat des rascher eingetretenen radikalen digitalen Wandels sind. Dieser stellt aber zugleich für die Foto- und Imagingbranche eine große Chance zu neuer Stärke über 2016 hinaus dar. [Marktwachstum](#), da ist sich PIV sicher, wird künftig vornehmlich über neue Geschäftsfelder erschlossen, die somit nicht nur Teil eines weiter dynamisch wachsenden [Imaging Ökosystems](#) sind, sondern es nachhaltig stärken und für die hohe Zukunftsrelevanz der Foto- und Imagingbranche stehen. Durch neu implementierte Strategien der Foto- und Imagingunternehmen und ihrer Innovationsstärke werden in 2016 und darüber hinaus, die zukunftsweisenden Antworten gegeben, die für die Marktstärke der Branche stehen.

[Imaging Ökosystem – Das große Ganze](#)

Foto und Imaging definiert sich über das Imaging Ökosystem und führt zu einem Wandel von Hardware zu Content- und Software-Spezialisten. Das Imaging Ökosystem ist kein starres Gebilde, sondern ein dynamischer Komplex. Neue Player, Technologien, Segmente, Dienstleistungen etc. kommen hinzu und heute bestehende werden möglicherweise in Zukunft obsolet sein. Das Imaging Ökosystem stärkt die Wahrnehmung der Foto- und Imagingbranche als großes Ganzes und zeigt die in der aktuellen [digitalen Revolution](#) beheimateten neuen Geschäftsfelder in den B2B- und B2C-Bereichen auf. Die Foto- und Imagingbranche liefert hierbei nicht nur die Basis-Technologien, sondern wird verstärkt deren Verlauf mitbestimmen und sich Felder zukünftiger Monetarisierung erschließen.

Imaging Ökosystem – Aufnahmegeräte

Ist heute von Aufnahmegeräten die Rede, so muss man sich davon loslösen, sie nur in Verbindung mit Smartphones und Kameras aus dem Amateur- und Profisegment zu sehen. Die [Vielfalt an Aufnahmegeräten](#) wird in 2016 weiter wachsen. Damit erweitern sich die Aufgaben und daraus resultieren auch neue Geschäftsfelder innerhalb des Imaging Ökosystems. Im Fokus stehen aktuell vornehmlich [Kameratechnologien](#) in Automobilen, im Sicherheitsbereich, in der industriellen Produktion sowie in Wissenschaft und Medizin. Hier sieht PIV für 2016 wachsende Märkte von zunehmender Relevanz. Leichte Zuwächse auf hohem Niveau sowohl in der Menge als auch im Wert sind in 2016 nicht nur in Deutschland im Bereich der Smartphones zu erwarten. Der Trend der gestiegenen Nachfrage nach [Smartphones](#) mit hoher Fotoqualität wird sich in 2016 weiter fortsetzen. Ob die Rückgänge im Bereich der [Kompakt- und Spiegelreflexkameras](#) in 2016 gestoppt werden können, muss nach der Entwicklung in 2015 angezweifelt werden. PIV geht davon aus, dass sich der Trend aus 2015 nach [hochwertigen Kameras](#) in beiden Segmenten in 2016 fortsetzt. Auch wenn der Markt der [kompakten Systemkameras](#) in 2015 hinter seinen Erwartungen blieb, ist in 2016 sowohl Wachstum in der Menge als auch im Wert zu prognostizieren. Über den Erwartungen lag in 2015 der Absatz der [Action-Cams](#). Die Wachstumskurve wird sich in 2016 wohl leicht abschwächen. Eine wahre Renaissance erlebten in 2015 [Sofortbildkameras](#) – diese Nachfrage wird sich in 2016 weiter positiv fortsetzen. [Camcorder](#) präsentierten sich im zurückliegenden Jahr als nicht uninteressanter Nischenmarkt – gleiches ist für 2016 zu prognostizieren – [Wearables](#) mit Kameras ausgestattet, die noch vor zwei Jahren für Schlagzeilen sorgten, sind zwar nach wie vor ein Thema, aber in 2016 wohl von untergeordneter Marktrelevanz.

Imaging Ökosystem – Zubehör

Einher mit der Vielfalt an Aufnahmegeräten geht ein immer facettenreicherer Zubehörmarkt. Für Schlagzeilen sorgten in 2015 [Multicopter](#), die auch in 2016 eines der Trendprodukte sein werden. Ein Indiz dafür ist die wachsende Anzahl an Anbietern und damit an Modellen sowie die große Nachfrage, sowohl B2B als auch B2C. [Fotozubehör für Smartphones](#) ist auch in 2016 ein klares Wachstumssegment mit Linsen, Stativen und

Lichtgeräten. Der **Objektivmarkt** (Aftermarket) für Kameras mit Wechseloptik zeigte sich in 2015 zweigeteilt. Dieser Trend wird sich in 2016 nach derzeitigen Prognosen fortsetzen. Erwartet wird, dass der Absatz an Objektiven für Spiegelreflexkameras in 2016 in der Menge sowie im Wert – analog dem Kameraabsatz – weiter rückläufig ist, während Objektive für kompakte Systemkameras sich auch in 2016 einer steigenden Nachfrage erfreuen dürften. Analog zum Kameramarkt wird sich in 2016 auch der Absatz an **Blitzgeräten** sowie an **Fototaschen und -rucksäcken** entwickeln. Der Durchschnittspreis wird in 2016 in der letztgenannten Warengruppe wahrscheinlich steigen, was damit zusammenhängt, dass hochwertige Taschen und Rucksäcke für Spiegelreflex- und kompakte Systemkameras in der Konsumentengunst liegen. Mit der Professionalisierung von Foto und Video auch im B2C-Bereich präsentiert sich das **Stativsegment** auf stabilem Niveau. Grund dafür ist auch die steigende Relevanz durch 4K und 8K im Videobereich, die eine erhöhte Anschaffungsneigung für Rigs nach sich zieht. Der Absatz an **Speicherkarten** befindet sich seit Jahren auf hohem Niveau. Das wird auch in 2016 der Fall sein, mit dem Unterschied, dass die Speicherkapazitäten weiter steigen. Dies hängt mit dem anwachsenden Datenvolumen sowohl hinsichtlich Stehbild als auch Video und hier mit 4K und 8K zusammen.

Imaging Ökosystem – Datenspeicherung/-sicherung

Datensicherung ist ein zentrales Thema, in das immer mehr Unternehmen der Foto- und Imagingbranche mit **Software-, Cloud- und Hardwarelösungen** im B2B und B2C involviert sind. Damit werden nicht nur **neue Geschäftsfelder** erschlossen, sondern Nutzer erhalten für ihre Bild- und Videoverwaltung auf sie zugeschnittene Lösungen, wie sie nur die Imagingbranche mit ihrem Know-how liefern kann. Ein zentrales Thema sind nicht nur selbsterklärende, sondern automatisierte Lösungen gegen das digitale Vergessen. Diesen umfangreichen Markt, auch an neuen Geschäftsfeldern, die sich in 2016 aufzutun zu beziffern, ist nicht möglich.

Imaging Ökosystem – Bildausgabe, Fotobücher und Co.

Einen Wachstumsmarkt stellt auch in 2016 die Bildausgabe in Form von Fotobüchern, Fotokalendern, Fotovergrößerungen und Fotomehrwertprodukten dar. Anders als vor

zwei bis drei Jahren prognostiziert, wird sich die [Wachstumskurve](#) in den nächsten Jahren weiter fortsetzen. Analysen der Bilddienstleister zeigen, dass trotz des digitalen Zeitalters und den damit verbundenen Visualisierungsoptionen über Smartphones, Tablets, Fernseher etc. der Ausdruck von Bildern auf Papier und anderen Medien gefragt ist und zwar auch in verstärktem Maße, beim [jungen Klientel](#). Festzustellen ist ferner, dass immer mehr Smartphonebilder den Weg auf das Papier und andere bedruckbare Medien finden.

[Imaging Ökosystem – Sharing Economy](#)

Die Bedeutung der intelligenten digitalen Vernetzung ist eines der Trendthemen 2016 der Foto- und Imagingbranche. Dabei avanciert das [flexible Agieren](#) in digitalen Netzwerkstrukturen zum zentralen Erfolgsmuster – nicht nur in unserer Branche. Die Unternehmen und Handelspartner des Imagingmarktes haben die Chancen der Sharing Economy erkannt und entsprechend die richtigen Schlüsse mit Angeboten gezogen. Davon werden in 2016 Konsumenten sowohl im B2B- als auch B2C-Bereich nachhaltig profitieren.

[Imaging Ökosystem – Startups](#)

Die Rolle von Startups und Nischenanbieter (z.B. Crowdfunding- und Lending-Plattformen, Micro Payment-Anbieter) werden in 2016 mit ihren agilen Markteintritten [wichtige Impulsgeber](#) im Wettbewerb um internetbasierte Technologien sein. Ein Trend, der sich in 2016 und darüber hinaus fortsetzen wird, sind strategische Allianzen mit größeren Unternehmen, um deren Infrastruktur, Erfahrung und Kundenreichweite für sich nutzbar zu machen. „Am Ende profitieren sowohl die Netzgiganten, die etablierten Unternehmen, die Startups, aber auch die Konsumenten, weil ihr Angebot an Produkten und Diensten immer vielfältiger wird – eine quasi Win-win-win-Situation und weitere Bausteine im Imaging Ökosystem“, so PIV.

Bei Fragen oder weiteren Informationswünschen wenden Sie sich bitte an:

Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Constanze Clauß

Photoindustrie-Verband e.V.
Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0) 69/25 56-14 07
Telefax: +49 (0) 69/23 65 21

E-Mail: cclauss@photoindustrie-verband.de
URL: www.photoindustrie-verband.de

PIV – WE ARE IMAGING

Die im Zusammenhang mit dieser Presseinformation veröffentlichten Charts zum Foto- und Imagingmarkt in Deutschland werden – sofern nicht anders ausgewiesen – in Abstimmung mit Marktforschern aus Unternehmen der Foto- und Imagingindustrie zu einem Jahreswert verdichtet und um die, von der GfK nicht erfassten, Vertriebswege ergänzt.

Abdruck honorarfrei
Belegexemplar erbeten

5/III/2016 - 11. März 2016