

Vielfalt an Digitalkameras verwirrt

Anbieter stehen unter Preisdruck

Von Peter Walz

Die digitale Fototechnik erlebt im dritten Jahr in Folge einen Boom. Nach Angaben des deutschen Photoindustrie-Verbandes wurden im vergangenen Jahr in Deutschland rund sieben Millionen Digitalkameras verkauft, 2003 waren es 4,9 Millionen. Der technologische Wandel von analoger zu digitaler Bildaufzeichnung vollzieht sich schneller als erwartet – Digitalkameras bieten in der Premiumklasse inzwischen acht Millionen Pixel Bildauflösung als Standard. Die digitalen Apparate werden mittlerweile viermal häufiger genutzt als klassische Fotoapparate.

Während fernöstliche Entwicklungslabors immer mehr Produkte rund ums digitale Bild auf den Markt bringen, werden erste Überhitzungserscheinungen sichtbar. Weltweit erscheinen mehr als 1000 neue Kameramodelle pro Jahr mit einem Produktlebenszyklus von durchschnittlich nur sechs Monaten. Den Verbraucher verwirrt die Modellflut, aber er erhält mehr Leistung zu rapide fallenden Preisen.

Der Absatzmarkt für Kameras splittet sich: Mittelfristig teilt er sich in Premium- und No-Name-Produkte auf. Es gibt Käufer, die sich gezielt für eine der bekannten Marken wie Canon, Olympus oder Nikon entscheiden, und andererseits jene Konsumenten, die für einen ersparten Betrag X eine Kamera mit möglichst hoher Pixelleistung erwerben wollen. Jene Kameras werden zunehmend bei Aktionen der Lebensmittel-discounter oder bei Internetkäufen nach Preisvergleich ergattert.

Dazwischen positionierte B-Marken – wie Rollei, Sanyo, Ricoh und andere – geraten unter erheblichen Preis- und Positionierungsdruck. Zumal die Premiumhersteller neuerdings mit preisgünstigen Einstiegersmodellen verstärkt im Niedrigpreissegment mitmischen und damit nahezu jede Preis- und Leistungs-nische besetzen. Die Folge: Im Handel sind für die Hersteller kaum noch Profitmargen zu erwirtschaften. Erträge erzielen sie oft nur über den Verkauf von Zubehör wie Speicherkarten, Taschen oder Ersatzakkus.

Das Frühjahr 2005 ist von einem wesentlichen Entwicklungsschritt in

der Digitalfotografie geprägt: Erstmals in ihrer 166-jährigen Geschichte überwindet die Fotografie ihre Bindung an ein Speichermedium wie Film oder Speicherkarte. Auf der Ce-bit wird Kodak in Deutschland seine neue Kodak-Easysshare-One-Digitalkamera präsentieren. Die Kamera überträgt Bilder kabellos in private und öffentliche Funknetze, so zum Beispiel in so genannte Internet-Hotspots in Flughäfen oder Hotels. Spezielle Kodak-Webserver speichern die Bilder, was insbesondere auf Reisen nützlich ist. In einem privaten W-Lan-Netz nutzt die Kamera die Festplatte des heimischen PCs als Speicher.

Weitere Trends in der Welt der digitalen Bilder sind weniger futuristisch. Die Königsdisziplin der Fototechnik, die Spiegelreflexkamera, ist wieder im Kommen.

Zuletzt hatten die so genannten SLR-Kameras im Schatten von All-in-One und Kompaktfotoapparaten gestanden. Sie galten nahezu als Auslaufmodell. Inzwischen bietet jeder Hersteller für seine Objektivfamilie digitale SLR-Kamerabasismodelle an. Millionen vorhandener Objektive können damit für die digitale Fotografie wieder verwendet werden.

Auf Grund des anhaltenden Aufschwungs in der Digitalfotografie schreiben die meisten Technologiekonzerne in ihrer Kamerasparte trotz Preisverfalls schwarze Zahlen. Nur Fuji, seit einigen Jahren vor Kodak Foto-Weltmarktführer, hat hier zu Lande den Einstieg ins Digitalfotogeschäft verpasst. Während sich Kodak erfolgreich von seinem analogen Filmimage absetzt und nach den Worten von Rainer Dick, Deutschland-Geschäftsführer von Kodak, sich derzeit als „Digital Imaging Company“ neu zu positionieren versucht, hofft man bei Fuji immer noch darauf, dass der Verbraucher „wie von selbst“ seinen Weg zu den Digitalkameras von Fuji findet. Ein fataler Werbe- und Marketingfehler, denn das Unternehmen rangiert in der aktuellen Verkaufstatistik beim Absatz seiner Digitalkameras auf dem deutschen Markt weit abgeschlagen hinter manchen No-Name-Herstellern.

Auf dem direkten Weg zur Premiummarke bei Digitalkameras befindet sich Panasonic. Hier ebnen



1-0-1-1-0 ...: Das binäre System ist Grundlage der Digitaltechnik, die inzwischen das Kamerageschäft bestimmt

Entwicklungen wie beispielsweise Technologien gegen das Verwackeln beim Fotografieren und optimierte Bildverarbeitung in der Kamera sowie leistungsfähige Partnerschaften mit Leica bei Objektiven und Olympus bei Kameras den Weg an die

Spitze. Platz eins im Digitalfotomarkt hält unangefochten Canon mit der umfassendsten Produktpalette aller Hersteller und kontinuierlicher System- und Modellpflege.

Auch andere Technologiekonzerne erobern den Markt für Digital-

fotos und positionieren sich zunehmend mit innovativen Produkten. Wie beispielsweise Epson mit einem mobilen Speicher- und Präsentationsgerät, das als Kombination aus Festplatte und Bildschirm jede Digitalkamera ideal ergänzt.