



# Pressemitteilung

Date  
August 27, 2008

Marion Knoche  
GfK Marketing Services  
Tel. +49 911 395 2294  
Fax +49 911 33 69 70  
marion.knoche@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

## Weltweit gute Entwicklung im Jahr 2008

### GfK Marketing Services zum Imaging-Markt

**Nürnberg, 27. August 2008 – Nach dem weltweiten Verkauf einer dreiviertel Milliarde Bildaufnahme-Produkte(Imaging) im Jahr 2007 sind derzeit über 2 Milliarden solcher Produkte im Gebrauch – Tendenz weiter steigend.**

Nach Ergebnissen der GfK Marketing Services kletterten 2007 die Verkaufszahlen bei Digitalkameras im Einzelhandel auf 126 Millionen weltweit im Vergleich zu 107 Millionen im Vorjahr. Das entspricht einem Wachstum von 21 Prozent gegenüber 2005. Jahr für Jahr wurden die Rekordabsätze des Vorjahrs übertroffen.

Im Jahr 2000 lagen in Westeuropa die Abverkäufe bei Kameras so hoch wie nie. Mehr als 15,5 Millionen Analogkameras und rund zwei Millionen Digitalkameras wurden verkauft - damit knapp 18 Millionen Kameras insgesamt. Bis 2005 wuchs der Markt auf 33 Millionen verkaufte Kameras. Im Folgejahr zeichnete sich ein gewisser Stillstand ab, da sich das Volumen kaum änderte. Im Jahr 2007 jedoch kletterte der Absatz weiter auf 35 Millionen. Somit lag im westeuropäischen Markt über einen Zeitraum von sieben Jahren hinweg die jährliche Wachstumsrate bei über 10 Prozent.

Aus zweierlei Gründen verdienen die Zahlen für Westeuropa besondere Beachtung. Zum einen verfügt die GfK über umfassende Daten über diese Region, und dies über einen längeren Zeitraum hinweg. Zum anderen besitzt Westeuropa die schwächsten Wachstumsraten unter den größten Märkten weltweit. 33 Millionen Stück verkaufter Kameras im Jahr 2005 bedeutet weltweit einen Marktanteil von 36 Prozent, während im Jahre 2007 der Marktanteil auf 27 Prozent sank.

In Osteuropa verdoppelte sich unterdessen zwischen 2005 und 2007 der Absatz von Digitalkameras von 5 Millionen auf 10 Millionen, so dass es jetzt einschließlich Russlands etwa 8 Prozent am Weltmarkt einnimmt. Andere schnell entwickelnde Wachstumsregionen sind China und Lateinamerika. Der chinesische Markt ist etwa so groß wie der osteuropäische. Der lateinamerikanische Markt ist noch klein, doch Argentinien, Brasilien und Chile, die drei von der GfK regelmäßig beobachteten lateinamerikanischen

GfK Aktiengesellschaft  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor Dr.  
Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Hajo Riesenbeck

Registergericht  
Nürnberg HRB 9398

Märkte, sahen ihren gemeinsamen Anteil am Weltmarkt von weniger als 1 Prozent im Jahr 2005 auf gut über 2 Prozent im Jahr 2007 ansteigen.

Im Jahr 2000 gab es zwei Typen von Bildaufnahmegeräten - Kameras und Camcorder. Heute sind auch Fotohandys mit zu berücksichtigen. Binnen sieben Jahren entwickelten sie sich zu einem Produkt mit 630 Millionen weltweit verkauften Exemplaren und der analogen Wachstumsrate von rund 17 Prozent im Jahr 2007 für alle drei Gerätetypen. Summa summarum wurde im Jahr 2007 eine dreiviertel Milliarde Bildaufnahmegeräte verkauft.

Bei einer geschätzten Lebensdauer von etwa drei Jahren für diese Produkte ergibt sich ein weltweiter Bestand von knapp zwei Milliarden benutzter Kameras, davon gerade einmal 28 Prozent in Europa (Ost- und Westeuropa). Das Ersatzgeschäft ist hier um vieles bedeutsamer als bei Analogkameras, wo man pro Apparat von einer normalen Lebensdauer von acht Jahren ausgeht.

In der Vergangenheit war es üblich, eine Kamera als Familienbesitz anzusehen. Die Durchdringungsrate verstand sich als prozentualer Anteil der Familien mit Kamera. Danach ergibt sich laut GfK-Verbraucherpanel noch ein großer Markt sogar in Westeuropa. Im Jahr 2001 verfügten 75 Prozent aller Familien in sieben westeuropäischen Ländern über eine Analogkamera. Im Jahr 2008 besaßen 61 Prozent der Familien eine Digitalkamera. Demnach bleiben noch rund 14 offene Prozentpunkte zum Stand von Analogkameras vor sechs Jahren. Möglicherweise ist dies aber ein zu konservatives Ziel. Sowohl in Spanien als auch in der Schweiz liegt die Durchdringungsrate bei Digitalkameras über den Vergleichszahlen für Analogkameras in 2001 - so in der Schweiz bei 12 Prozent.

Weitere Informationen: Marion Knoche, Telefon +49 911 395 2294, marion.knoche@gfk.com oder im Messebüro auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin vom 29. August bis zum 3. September 2008 (VIP-Raum 2, Großer Stern).

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den 9.297 Beschäftigten (Stand 31. März 2008) arbeiten 81,1 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

V.i.S.d.P.  
GfK AG, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)