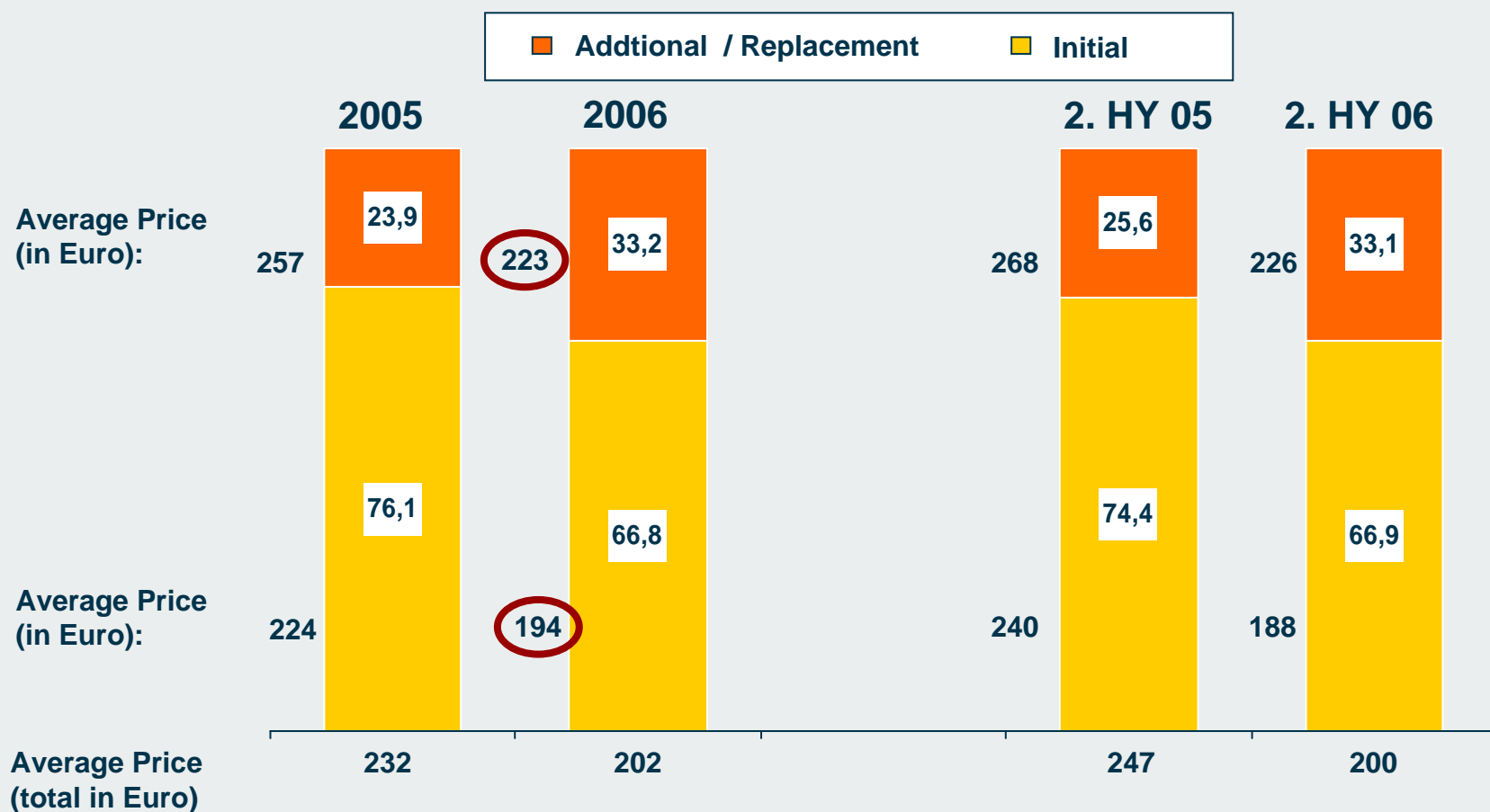


Initial / Replacement / Additional Appliances (Compact Camera)



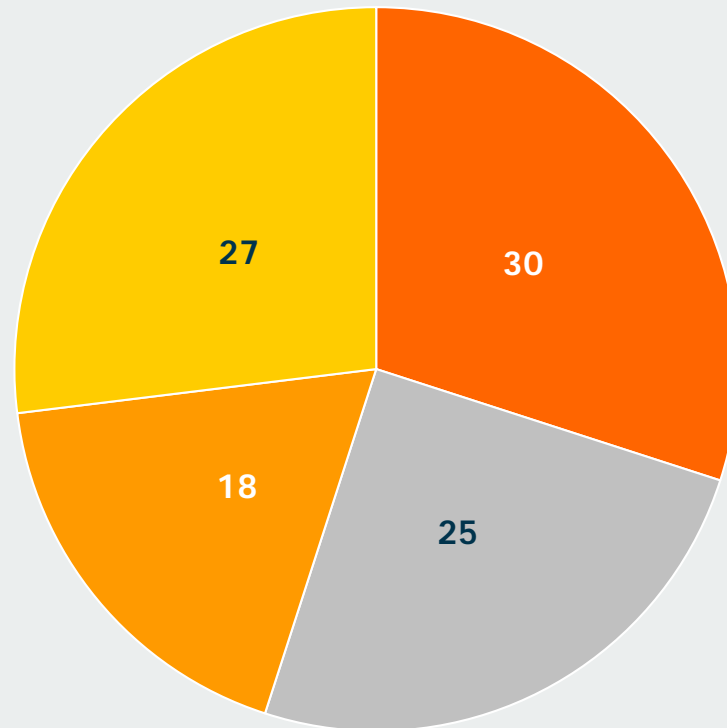
Base: Volume (in %)

Main Reason for Replacing a Compact Digital Still Camera

2

What was the main reason for the purchase of a new appliance?

- old camera works, but I wanted a better appliance
- old camera was faulty / unreliable
- old camera broak down completely
- wanted an additional camera



Ø useful life (in years): 3,7

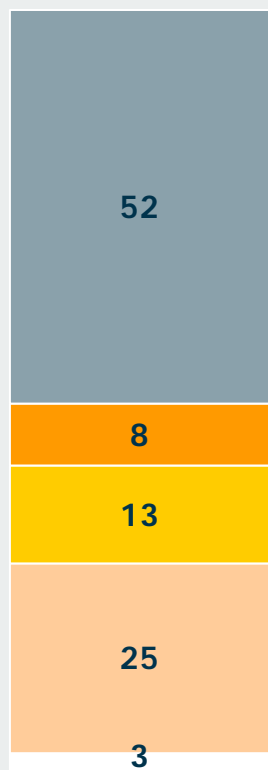
Base: Year 2006; Volume (%)

Digital Compact – Channels

Initial – Replacement / Additional purchase

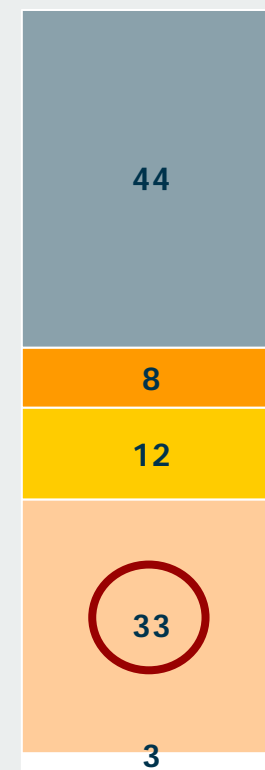
3

Total Compact



- EI./ Photo Retailer
- Dpt. Stores / Mail Order
- Hypermarkets / Food-Discounter
- Internet Total
- Other Outlet

Initial

Replacement/
Additional

Base: Year 2006; Volume (%)

Bedeutung der Ersatzkäufe bei Digitalkameras steigt

4

Mit einem Zuwachs von 3% in Menge und einer stabilen Entwicklung im Wert, entwickelte sich der Markt für Digitalkameras 2006 in Deutschland nur noch leicht positiv.

Dabei spielen Ersatz- bzw. Zusatzkäufe eine immer größere Rolle. Bei jeder dritten digitalen Kompaktkamera, die 2006 verkauft wurde, handelte es sich um ein Ersatz- bzw. Zusatzgerät.

Dass die Ansprüche an die Digitalkamera gegenüber dem Erstkauf größer sind, zeigt sich im höheren Durchschnittspreis. Mit 223 Euro lag der Preis des Ersatzkaufes um ca. 15% über dem Preis der Erstausrüstung.

Hauptgrund für den Ersatzkauf ist nicht etwa die mangelnde Funktionalität der alten Kamera, sondern viel mehr der technische Fortschritt (z.B. höhere Pixelzahlen), der die Begehrlichkeit beim Konsumenten weckt.

Vergleicht man die Einkaufsstätten bei Erst- und Ersatzkauf, so fällt auf, dass der eh schon hohe Anteil des Internets bei Ersatzkäufen mit 33% eine noch größere Bedeutung hat. Der Konsument ist bereits mit dem Kamerakauf vertraut und benötigt beim Ersatzkauf weniger die Hilfe eines Verkäufers. Vielmehr zielt er darauf ab, den günstigsten Preis für ein bereits feststehendes Produkt zu bekommen.

Nähere Informationen bei:

Stefan Nigg

Tel.: 0911 / 395-3117

stefan.nigg@gfk.com

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within an orange square.