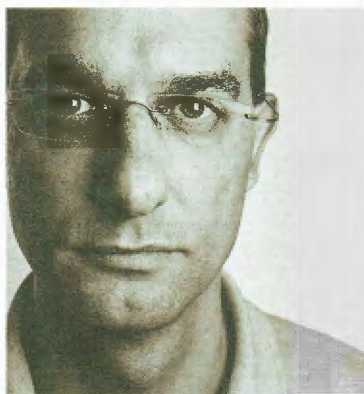


Fate Nachrichten



Oliver Krüth,
Chefredakteur

In der Berichterstattung um den Hobbyfilmer-Markt wird meist mit einer betretenen Mine auf die sinkenden Verkaufszahlen von Camcordern hingewiesen und damit letztlich dessen Ende postuliert. Schaut man sich etwa die Zahlen von statista.com an, so wurden im letzten Jahr weltweit 696.000 Camcorder verkauft. Doch auch vor 10 Jahren lag die Zahl bei nur 720.000 Stück – und sie hält sich seit 10 Jahren auf diesem Niveau. Andererseits weist statista.com für 2007 noch 8,55 Mio. verkaufte Digitalkameras aus, während sie für 2016 nur noch 2,33 Mio. vermeldet. Das entspricht einem numerischen Verlust von über 72 Prozent. Was sagen uns diese Zahlen aber nun eigentlich? Der Industrie gelingt es immer weniger, attraktive Produkte auf den Markt zu bringen? Die vorhandenen Kameras gehen nicht kaputt resp. veralten zu langsam, sodass kein Ersatz angeschafft werden muss? Die Qualität der mit einem Smartphone geschossenen Aufnahmen reicht den meisten Anwendern aus?

Ich plädiere dafür, dass man das Schicksal einer Anwendergruppe gar nicht so sehr an den Markt der für sie konzipierten neuen Produkte knüpft. Vielmehr sollte man sich mit den Früchten ihrer Arbeit auseinandersetzen. Machen wir also bessere Filme als vor 10 Jahren? Neue, höherauflösende Kameras machen einen Film per se noch nicht interessanter. Unser videofilmen Award 2016 hat vielmehr gezeigt, dass die eingereichten Beiträge im Vergleich zum Vorjahr zunächst einmal facettenreicher geworden sind. Dafür kann es natürlich verschiedene Gründe geben, das Thema selbst oder Reglementierungen bei der Nachbearbeitung. Die Bildqualität war, von ganz wenigen Ausnahmen einmal abgesehen, exzellent. Die filmende Linse spielte letztlich also kaum eine Rolle. Die größten Potenziale gab es meiner Meinung nach beim Filmkonzept, der Filmidee, dem Drehbuch und schließlich der Umsetzung in die Sprache des Films. Stehen Hobbyfilmer nun mangels omnipräsenter Kaufmichanreize also vor dem Aussterben? Nein, ganz bestimmt nicht, aber an ihrer Grammatik könnten sie schon noch ein wenig arbeiten. Aber sehen Sie selbst ab Seite 90.

Oliver Krüth
Chefredakteur videofilmen
oliver.krueth@videofilmen.de