



PRESSEINFORMATION

Leica Camera Group steigert zum dritten Mal in Folge ihren Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022/2023 und prognostiziert erfolgsversprechende Weiterentwicklung

Wetzlar, 20. Februar 2024. Die Leica Camera Group konnte ihren Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) erneut steigern und ein neues Rekordergebnis erzielen. Im Vergleich zum Vorjahr erreichte der Umsatz mit € 485 Mio. (Vorjahr: € 444 Mio.) und damit einer deutlichen Steigerung von 9 Prozent eine neue Höchstmarke. Für die Leica Camera Group ist dies bereits das dritte Rekordjahr in Folge, das einen herausragenden Produkterfolg und einen überproportionalen Anstieg des operativen Ergebnisses markiert. Der internationale Premiumhersteller von Kameras und Sportoptikprodukten zieht damit eine positive Bilanz aus dem zurückliegenden Geschäftsjahr und prognostiziert eine erfolgsversprechende Weiterentwicklung.

Matthias Harsch, CEO der Leica Camera AG: „Die Marke Leica steht seit jeher für optische Kompetenz ‚Made in Germany‘ und für technische Innovationen, zuletzt im Bereich der Content Authenticity Technology. Mit der Markteinführung der Leica M11-P setzt Leica ein Zeichen gegen Fake Fotos und künstlich generierte Bilder. Als weltweit erste Kamera mit „Content Credentials“, die die Authentizität digitaler Bilder sicherstellt, hat Leica erneut Pioniergeist bewiesen. Dank verstärktem Engagement in zukunftsorientierte Technologiefelder, einem innovativen Produktportfolio und dem konsequenten Ausbau des globalen Vertriebsnetzwerkes erwarten wir auch für das aktuelle Geschäftsjahr eine positive Umsatzentwicklung.“

Erfolgsfaktoren und Ausblick: Produktneuheiten und Stärkung der eigenen Vertriebskanäle Online und Retail

Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren des vergangenen Geschäftsjahres gehört die Leica M11 aus dem aktuellen Produktportfolio des Leica Messsuchersystems. Leica Produkte, insbesondere die Kameramodelle, sind Synonym für Langlebigkeit und einen hohen Werterhalt und erfreuen sich auch im gebrauchten Zustand hoher Beliebtheit. So erzielte eine seltene Kamera der Leica 0-Serie aus dem Jahr 1923/24 bei der 40. Leitz Photographica Auction im vergangenen Geschäftsjahr mit 14,4 Mio. Euro (inklusive Premium) den Weltrekord für die teuerste Kamera aller Zeiten. Mit dem besten Umsatzergebnis seit Einführung haben weiterhin die Produkte aus der Leica Sportoptik (wie Ferngläser und Wärmebildkameras) einen wichtigen Beitrag zum Rekordergebnis des Geschäftsjahres 2022/23 geleistet.

Mit innovativen Produktneuheiten wird der Erfolgskurs im aktuellen Geschäftsjahr (1. April 2023 bis 31. März 2024) konsequent fortgeführt. Neben der Leica M11 Monochrom (mit Schwarzweiß-Kamerasensor) setzt die Leica M11-P als Weltneuheit einen weiteren Meilenstein im Leica M-System, das seit 1954 Flaggschiff des Unternehmens ist und im Jahr 2024 sein 70jähriges Bestehen feiern wird. Hinzu kommen die hohe Nachfrage nach der Leica Q3, einer Vollformatkamera, die bereits in 3. Generation durch Leistungsstärke, einfache Bedienung und hochwertige Verarbeitung überzeugt, sowie die positive Resonanz auf die Kameras und Objektive aus dem spiegellosen Leica SL-System.

Das Onlinegeschäft und der kontinuierliche Ausbau des globalen Leica Vertriebs- und Retail-Netzwerkes verlaufen weiterhin positiv. Mit der Neueröffnung zusätzlicher Stores (mit Leica Galerie) in Paris, Mexico City, Amsterdam und New York hat das Unternehmen 2023 und 2024 sein Geschäft in strategisch wichtigen Premiummärkten weiter gefestigt und verfügt damit weltweit über mehr als 100 Monobrand-Stores. Der Verkauf über die eigenen Stores ist gegenüber dem Vorjahr um € 16 Mio. (13 Prozent) gestiegen.

Starke Leica Markenpräsenz durch ein umfangreiches kulturelles Programm und weltweite Leica Galerien

Mit vielfältigen Aktivitäten zur Förderung der Kunst der Fotografie, die zum festen Bestandteil der Leica Markenkultur gehören, wird die Leica Community stetig erweitert. Einen wesentlichen Beitrag daran leisten die weltweiten Leica Galerien und Akademien. Das

Unternehmen führt mit derzeit 27 Leica Galerien das weltweit größte Galerie-Netzwerk, das stetig weiterwächst und zusammen mit der Leica Welt im Leitz-Park Wetzlar, dem Unternehmensstandort der Leica Gruppe, die Faszination der Fotografie als Kunst des 21. Jahrhunderts erlebbar macht.

Ausbau neuer Geschäftsbereiche zur weiteren Umsatzsteigerung

Der Ausbau neuer Geschäftsbereiche wird zukünftig auch weiter zur positiven Umsatzentwicklung beitragen. Im Bereich Mobile Business steht neben der strategischen Partnerschaft mit dem Smartphone Hersteller Xiaomi im Mobile Imaging Segment die Weiterentwicklung des derzeit ausschließlich in Japan vertriebenen Leitz Phone im Fokus. Mit dem Verkaufsstart des ersten eigenen Cinema TV (Leica Cine 1) tritt Leica in das Home Cinema Segment ein und ermöglicht Heimkinoerlebnisse in exzellenter Leica Bildqualität.

Ebenfalls 2023 wurde eine eigene, hochmoderne Brillenglas-Fertigung der Tochtergesellschaft Leica Eyecare errichtet. Entwickelt und hergestellt in Deutschland mit einer der europaweit modernsten Fertigungstechnologien, stehen die Brillengläser ‚Made by Leica‘ für außergewöhnliches und kompromisslos echtes Sehen in Leica Premium-Qualität.

In Zusammenarbeit mit der Tochtergesellschaft Ernst Leitz Werkstätten bietet das Unternehmen edle Uhrenkollektionen an. 2023 erschienen eine Leica ZM Monochrom Edition, die Uhrenmodelle der ZM 11 und eine ZM 1 Gold Limited Edition (alle Modelle mit patentierter Drückerkrone). Wie alle Leica Produkte repräsentieren die Uhren, wofür das Unternehmen steht: Innovation, feinmechanische Handwerkskunst, Qualität und Präzision sowie ein ikonisches Design, das zu Produkten von außergewöhnlicher Qualität führt.

Hinweis für Journalist*innen

Bildmaterial zum Download finden Sie [hier](#).

Für weitere Informationen:

Leica Camera AG
Sandra Looke
Corporate Communications
Telefon +49 (0)6441 2080 404
sandra.looke@leica-camera.com

Grayling Deutschland GmbH
Manuela Osiander
leica-camera@grayling.com