

Bron: [Simon Wyndham REDSHARK](#)

Kan GoPro opnieuw actiecamera's maken die mensen willen kopen?

Kan GoPro zichzelf redden door diversificatie?

Ooit was GoPro de koning van de actiecamera's, maar de afgelopen jaren heeft toenemende concurrentie en beperkte diversificatie zijn tol geëist op het bedrijf en zijn producten. Kan GoPro weer ontstaan?

Het bedrijf heeft het de laatste tijd zeker niet makkelijk gehad, met gedwongen ontslagen en een stagnerende aandelenkoers. De recente ontwikkelingen in de VS hebben daar waarschijnlijk niet bij geholpen, aangezien de aandelenmarkt als geheel een grote terugval heeft doorgemaakt. Op het moment van schrijven staat de aandelenkoers van GoPro op slechts \$0,69, en het aandeel zit al lange tijd in een dalende trend. Ter vergelijking: in maart 2024 stond de prijs nog op \$2,44, maar beide cijfers verbleken in vergelijking met de bijna \$87 die het in 2014 waard was.

Het is bekend dat GoPro al een tijdje verlies lijdt, en elk jaar lijken de cijfers alleen maar slechter te worden. De omzet daalde bijvoorbeeld in het vierde kwartaal van vorig jaar met 32% ten opzichte van het jaar ervoor. Dus, kan GoPro het tij keren? En hoe is het bedrijf überhaupt in deze situatie beland?

Nieuwe concurrenten en tegenvallende producten

Een van de oorzaken is de toenemende concurrentie van merken als Insta360 en DJI. Sommige gebruikers van actiecamera's hebben de indruk dat GoPro bij elke HERO-release te weinig innoveert. Zo kreeg het bedrijf kritiek op de HERO12, die in feite een HERO11 was met een firmware-upgrade. Dit soort factoren hebben ertoe geleid dat veel gebruikers overstappen naar alternatieven.

Waar concurrenten vroeger nog probeerden om GoPro bij te benen, zijn hun producten inmiddels gelijkwaardig of zelfs beter geworden. Volgens insiders heeft een zekere mate van zelfgenoegzaamheid bij GoPro wellicht een rol gespeeld, waarbij het bedrijf te veel vertrouwde op zijn merkherkenning als marktleider. Dit betekent echter niet dat concurrenten geen problemen hebben gehad. Onlangs veroorzaakten firmware-updates problemen bij de DJI Osmo Action 5 Pro, waardoor sommige gebruikers weer terugkeerden naar GoPro.

De realiteit is dat de GoPro HERO Black nog steeds een uitstekende actiecamera is. Hoewel het zou kunnen profiteren van een bredere lens met minder vervorming – zodat het niet afhankelijk hoeft te zijn van sterk vervormde modi zoals HyperView – levert de camera een vloeiend en kwalitatief beeld op dat concurrenten moeilijk kunnen evenaren als hij correct wordt ingesteld. Maar ondanks de hoge beeldkwaliteit heeft de HERO-serie een kortere batterijduur dan concurrenten, en de 10nm GP2-chip is dringend aan vervanging toe, vooral vergeleken met de 4nm- en 5nm-chips die in de Action 5 Pro en Ace Pro 2 worden gebruikt.

Bovendien beschikt GoPro niet over de middelen van bedrijven als DJI of Insta360. Terwijl die bedrijven meerdere producten voor verschillende markten kunnen ontwikkelen (en mogelijk zelfs technologie delen), moet GoPro veel selectiever zijn in hoe het zijn R&D-budget besteedt.

We hebben bijvoorbeeld gezien dat de GoPro MAX360 2 is vertraagd, wat – zoals ik al vermoedde – te maken heeft met de integratie van de nieuwe GP3-processor. De ontwikkeling van de GP3 is

op zich goed nieuws en kan GoPro helpen weer mee te doen in de strijd. Maar is het niet te weinig en te laat?

Het diversificatieprobleem van GoPro

Diversificatie is altijd de achilleshiel van GoPro geweest. Het bedrijf heeft het in het verleden geprobeerd met drones en meer recent met de aankoop van het slimme motorhelm-bedrijf Forcite. Persoonlijk heb ik het gevoel dat deze diversificatiepogingen nogal willekeurig waren en niet echt inspeelden op de sterke punten van GoPro. Zelfs de 360-camera leek aanvankelijk te niche, hoewel deze uiteindelijk behoorlijk populair werd.

Lens Mods voor de HERO13 zijn een uniek verkoopargument, maar slechts voor een nichemarkt

Logische diversificatie

Een van de bestverkochte camera's van 2024 was de DJI Pocket 3, en dat is niet zonder reden. Vloggingcamera's zijn enorm populair, en de Pocket 3 is hier perfect voor – behalve dat hij niet waterdicht is. GoPro-gebruikers vragen al jaren om een camera met een grotere sensor, en hoewel dit niet bij de HERO-reeks zou passen, verbaast het me dat GoPro niet heeft geprobeerd deze open kans te benutten en een vloggingcamera te ontwikkelen.

Een dergelijk apparaat zou veel componenten kunnen delen met de HERO-camera's, maar dan met een grotere sensor en autofocus. Het zou volledig waterdicht kunnen zijn – misschien iets minder robuust in extreme trillingsscenario's vanwege de autofocus, maar nog steeds uitgerust met GoPro's HyperSmooth-stabilisatie. GoPro zou er ook een draadloze/bedrade microfoon bij kunnen ontwikkelen die volledig waterdicht is. De microfoon zou met een kabel kunnen werken voor onderwatergebruik en draadloos voor andere situaties, met een ingebouwde 32-bit float opnamefunctie.

Qua ontwikkeling zou zo'n camera minimale R&D vereisen, gezien de hoeveelheid gedeelde componenten en software met de HERO-reeks. Dit zou precies het soort camera zijn waar veel gebruikers om vragen en zou een logische en nuttige productdiversificatie voor GoPro zijn. Het verbaast me echt dat het bedrijf nog nooit zo'n apparaat heeft ontwikkeld, vooral omdat geen enkele concurrent een echt robuuste, waterdichte vlogcamera met een geïntegreerde en veelzijdige microfoonoplossing heeft uitgebracht. Het zou de HERO-serie niet vervangen, maar een aparte productlijn vormen.

De toekomst van GoPro is onzeker, en de recente handelsconflicten en invoertarieven helpen de situatie niet. Maar als GoPro luistert naar zijn gebruikers en zich richt op zijn sterke punten in plaats van af te dwalen met motorhelmen, is er nog hoop. Apple stond ooit ook op de rand van de afgrond en werd gered met de release van de originele iMac, waarna het zijn imperium verder uitbouwde. De vraag is: **luistert GoPro?**

Algemene opmerkingen

- GoPro kampt met grote problemen, waaronder ontslagen en een dalende aandelenkoers, die momenteel op \$0,69 staat (in 2014 was dit nog bijna \$87). De omzet daalde in het laatste kwartaal met 32% ten opzichte van vorig jaar.
- Toenemende concurrentie van Insta360 en DJI maakt het moeilijk voor GoPro om marktleider te blijven. Sommige critici vinden dat recente HERO-releases weinig innovatie bieden.

- De HERO Black blijft een hoogwaardige actiecamera, maar heeft een slechtere batterijduur en verouderde technologie in vergelijking met concurrenten. GoPro heeft bovendien minder middelen voor R&D dan bedrijven als DJI.
- Pogingen tot diversificatie, zoals drones en slimme helmen, zijn niet altijd logisch geweest. Een gemiste kans is de ontwikkeling van een vloggingcamera met een grotere sensor en waterdichte microfoon, wat een unieke niche zou kunnen vullen.