

Zeitschrift:	Fotointern : digital imaging
Herausgeber:	Urs Tillmanns
Band:	10 (2003)
Heft:	3
Artikel:	Einer der grössten Kamerahersteller offenbart sich jetzt mit eigener Marke
Autor:	[s.n.]
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-978975

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

sanyo Einer der grössten Kamerahersteller offenbart sich jetzt mit eigener Marke

Der Digitalkameramarkt boomt. Es gibt nicht nur immer mehr Modelle sondern auch immer mehr Anbieter. Neben die angestammten Fotomarken treten Newplayers zum Beispiel aus der IT-Branche. Nur wenige produzieren selbst. Die meisten lassen ihre Digitalmodelle bei OEM-Herstellern «spezifikationsgerecht herstellen», oder sie fertigen als OEM-Hersteller für viele andere und ihre Eigenmarke.

Sanyo gehört zur zweiten Gruppe. Die japanische Marke, die vor allem durch Elektronikgeräte, für den Unterhaltungs-, Haushalts- und Multimediacbereich bekannt ist, ist seit Jahren einer der grössten Hersteller für LCD-Projektoren und Digitalkameras.

Im Bereich der Digitalkameras soll es Sanyo auf einen weltweiten Produktionsanteil von 30 Prozent bringen – damit wäre Sanyo der grösste Digitalkamerahersteller der Welt! Für nächstes Geschäftsjahr sind zehn Millionen Kameras bei Sanyo budgetiert – zwei Millionen mehr als im noch laufenden Jahr ...

Jetzt eigene Marke pushen ...

Neben der OEM-Produktion beginnt Sanyo nun ihre eigene Marke auf dem Digitalkameramarkt zu fördern. Die erste Kamera, die Sanyo VPC-AZ3 EX mit 4 Megapixel und Dreifachzoom, wurde bereits in Fotointern 2/03 vorgestellt. Bald steht das nächste Modell auf der Theke.

Die neue Sanyo Digitalkamera hat den einprägsamen Familiennamen «Xacti» und die zusätzliche Modellbezeichnung VPC-J1 EX und kommt mit einem robusten Magnesiumgehäuse, einem 3-Megapixel-Chip sowie mit einem 2,8fach Zoom daher. Sie speichert die Bilder mit 2'048 x 1'536 Pixel ab, interpoliert diese auf 2'880 x 2'160 Pixel, bietet zusätzlich die Auflösung von 1'600 x 1'200 Bildpunkten oder bietet VGA-Qualität 640 x 480 Bildpunkte für Internetbilder oder Videoaufzeich-

Sanyo, einer der weltweit grössten Hersteller von Digitalkameras, bringt jetzt Modelle unter eigenem Markennamen. Die Produkte liegen in der oberen Preis- und Leistungsklasse und sollen vor allem über den Fotofachhandel vertrieben werden.



Leo Bergamini, Verkaufsleiter für Sanyo Digitalkameras bei Sacom, ist stolz auf die neue Xacti VPC-J1 EX, die eine Reihe von aussergewöhnlichen Eigenschaften aufweist. Sie kommt im April auf den Markt.



nungen. Sie ist mit 98 x 57 x 31 mm äusserst kompakt und wiegt nur 150 Gramm.

Daneben bietet sie eine Reihe exklusiver Eigenschaften. Beim Einschalten signalisiert sie ihre Aufnahmefähigkeit durch eine in verschiedenen Farben schillernde LED-Illumination über dem Objektiv. Bereits nach 1,2 Sekunden ist die Kamera einsatzbereit, und die Bildfolgezeit für Vollformataufnahmen beträgt maximal 1,6

Sekunden. Mit der echten VGA-Videofunktion speichert die VPC-J1 EX bewegende Momente mit 30 Bilder pro Sekunde bei einer Auflösung von 640x480 auf die SD Speicherkarte. Der Anwender kann zwischen dem einfachen Basic- oder dem umfangreichen Expert-Modus wählen. Die Kamera kann auch sprechen, denn ein «voice guide» – zur Zeit nur englisch und japanisch – führt den Benutzer durch das Menü.

Nahaufnahmen bewältigt sie mit dem Super-Makro-Modus bis zu 2 cm Motiventfernung. Selbstaufnahmen löst die xacti entweder nach zehn oder zwei Sekunden aus. Hinzu kommen sieben Motiv- bzw. Funktionsprogramme: Sport, Landschaft, Porträt, Nachbild, Lampe (schaltet auf 1600 ISO), Kosmetik und schlank. Das Programm «Kosmetik» bewirkt eine zarte Weichzeichnung, während die Funktion «schlank» das Motiv in horizontaler Richtung staucht, so dass die abgebildeten Personen schlanker erscheinen.

Zur Betrachtung von Motiv und Bildern – auch als Diaschau mit neun verschiedenen Effekten – steht ein 1,6 Zoll-LCD-Monitor zur Verfügung. Auf Knopfdruck kann ein Bild sofort gelöscht oder mit der USB-Direct-Print-Funktion direkt ausgedruckt werden. Mit dem USB-Kabel kann die Kamera auch an einen PC oder ein Laptop angeschlossen und als Webcam für Live-Übertragungen und Videokonferenzen benutzt werden. Die Sanyo Xacti VPC-J1EX wird ab April in der Schweiz erhältlich sein und kostet voraussichtlich 798 Franken.

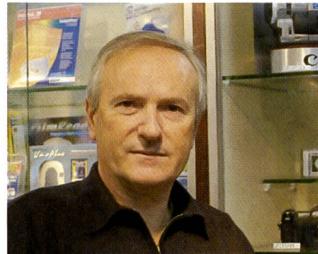
Sacom vertritt Sanyo in der Schweiz

Sanyo Digitalkameras werden von Sacom AG (Erlenstrasse 27, 2555 Brügg, Tel. 032 366 85 85, Fax 032 366 85 86, www.sacom.ch) in der Schweiz vertrieben; kein Newcomer in der CE-Branche: Die Sacom wurde 1951 in Biel als Exportfirma von Schweizer Uhren für den asiatischen Markt gegründet. 1961 startete die Sacom mit dem Import und Vertrieb von Pioneer Unterhaltungselektronik. Später kamen weitere Vertretungen wie Akai, TDK, KEF oder Celestion hinzu. Sacom ist heute einer der grössten unabhängigen Anbieter für Multimedia, Unterhaltungselektronik, professionelles Audio&Video und Car Audio in der Schweiz.

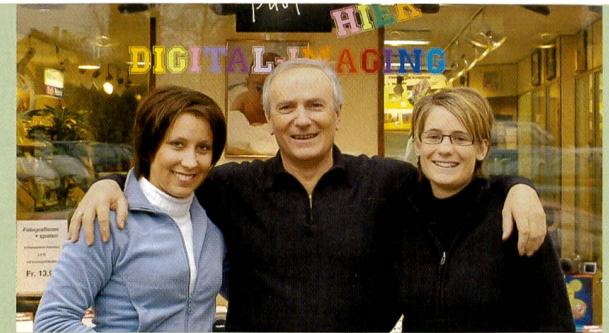
fotomario «Freundlichkeit und Fachwissen sind die wichtigsten Voraussetzungen im Verkauf»

Seit bald dreissig Jahren ist Foto Mario in der solothurnischen Exklave Dornach ein Begriff. Und nicht nur dort, auch in der näheren Umgebung schätzt man den guten Service des umtriebigen Mario Dagli Ortì.

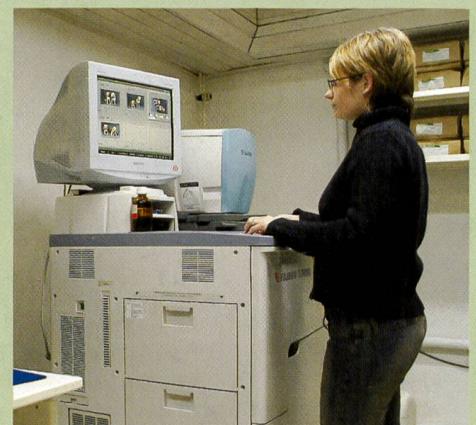
Vor zehn Jahren hat er sein Geschäft an der Amthausstrasse – gleich neben der Nepomukbrücke – umgebaut und modernisiert. Doch der Umbau ist nur der äussere Ausdruck des stetigen Wandels den die Fotobranche durchläuft. Mario Dagli Ortì hat diese Entwicklung stets vorausgeahnt, hat mithalten können mit den Trends und war immer bereit, Veränderungen als Herausforderung zu begreifen und sich ihnen zu stellen. So bietet das Foto Studio Mario heute nicht nur Reportagen aller Art, im eigenen Studio entstehen auch Porträts und Passbilder und im Untergeschoss steht ein voll ausgerüstetes Labor zur Verfügung. Dieses Labor – es handelt sich um ein Fujifilm Frontier 330 – ermöglicht die Verarbeitung von 135er, APS und 120er Filmen. Dank angegliedertem Epson-Scanner, IBM Arbeitsstation mit Photoshop, Lesegerät für Speicherkarten und einem Digital Photo Center – im Volksmund auch



Der Boss und seine Crew: Mario Dagli Ortì, Jasmin Schaub (l.) und Tina Dagli Ortì.



Voll ausgerüstet: Scanner, Arbeitsstation und Minilab garantieren einen runden Service.



Am Digital Photo Center können Kunden ihre Bilder gleich selbst bestellen.

Kiosk genannt – bietet Foto Mario auch Stundenservice ab Filmen, Negativen wie auch ab digitalen Daten.

Die Porträtfotografie ist neben Hochzeitsreportagen eines der wichtigen Standbeine des Foto Studios. Mario Dagli Ortì weiss deshalb um die Wünsche der

Kunden, war einer der ersten, der Hochzeitsvideos drehte und hat sich auch früh mit der digitalen Fotografie auseinander gesetzt.

Immer mehr engagierte Amateure fotografieren digital. Diesen Kunden kommt Dagli Ortì auch entgegen, indem er mittler im Verkaufsgeschäft ein Digital Photo Center installiert hat. Hier können sie ihre digitalen Daten auf Wunsch selbst herunterladen und den Auftrag ans Labor senden. «Damit nimmt uns der Kunde sogar eine Arbeit ab», sagt Mario Dagli Ortì und belohnt Selbstbesteller mit einem günstigeren Preis. Wer bei ihm eine digitale Kamera kauft, wird darauf hingewiesen, dass er seine Bilder im Geschäft auf echtes Fotopapier ausbelichten lassen kann. Ein Gutschein motiviert bestimmt dazu, es einmal zu probieren. Die Kunden reagieren durchwegs positiv darauf.

Kunden wünschen Fotos - und CDs

Kommt hinzu, dass Foto Mario eine gut ausgerüstete Infrastruktur zur Verfügung stellt. Da werden nicht nur Fotos ausbelichtet sondern auch CD's und in jüngster Zeit immer häufiger, auch DVDs gebrannt. Und wer seine Bilder über Internet zum Ausbelichten übermittelt, kann diese in der Regel eine Stunde spä-

ter im Laden abholen. Auch Bild ab Bild wird immer häufiger verlangt – dank dem im Fujifilm «All-in Konzept» integrierten Scanner kein Problem. «Die Qualität, die wir dabei erreichen, ist erstaunlich», sagt Mario Dagli Ortì: «Und wir beschränken uns meist auf die Fujifilm-Software».

Der Fujifilm-Service stimmt

Zu Fujifilm hat er ein gutes Verhältnis, schliesslich kennt er als alter Hase die Erno Gruppe seit Anbeginn. Das «All-in Konzept» hat ihn überzeugt, weil der Service stimmt. Bei weltweit rund 16'000 installierten Frontier Minilabs können die Techniker auch auf eine grosse Erfahrung zurückgreifen: «Die wissen wirklich Bescheid», sagt Mario Dagli Ortì. Das «All-in Konzept» beinhaltet auch das Verbrauchsmaterial wie Papier, Chemie etc. und den Service inkl. Ersatzteile bei konstanter Monatsrate.

Etwas kann die ganze Technik aber nicht, nämlich dem Kunden die Begeisterung für die Fotografie vermitteln. Dies aber erwartet Mario Dagli Ortì von seinen Mitarbeiterinnen. «Fachwissen ist eine Voraussetzung für den Job», sagt der Boss, «doch Freundlichkeit gegenüber dem Kunden, das ist das A und O des Verkaufs». Sagt's und zeigt einem Kunden sein ganz spezielles Fotoalbum ...