Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 12 (2005)

Heft: 7

Artikel: "Im Fotohandel stark zugelegt - mit anspruchsvollen Kameras"

Autor: Piazza, Marco Di

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979306

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: 24.11.2025

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

2. Mai 2005 Occinter

digital

imaging

Fotointern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von

Bald werden Chinas Wandzeitungen elektronisch sein. Das «elektronische Papier», jene Kunststofffolie, die schon eine Weile durch die Presse geistert (siehe auch Fotointern 18/03) ist schon bald keine Utopie mehr. An der Weltausstellung in Japan soll die erste elektronische Wandzeitung zu sehen sein, und bereits setzen sich die Werbeberater und Plakatgesellschaften intensiv mit deren neuen Einsatzmöglichkeiten auseinander. Einmal da, wird sich das neue Medium schlagartia durchsetzen. Stellen Sie sich vor, dass Sie sich gemütlich in die Bahn setzen, das Handy mit dem ausgerollten E-Papier verbinden und so den Tagi lesen, im Internet surfen oder Ihre neuesten E-Mails Iesen. Dass das E-Papier als «Bildschirm für überall» auch für Fotos ein geeignetes Betrachtungsmedium ist, ist mehr als naheliegend. Ein Klick auf den Heimserver, und schon kann man seinen Kollegen die letzten Ferienbilder zeigen. Oder man gestaltet schnell ein Fotobuch und schickt es mit dem Fingernagel dem Digitaldrucker zum Ausbelichten.

Nur eines sollte man mit der neuartigen Folie nicht tun: Fliegen totschlagen! Und deshalb wird das neue Medium das Papier nicht ersetzen ...

sony «Im Fotohandel stark zugelegt mit anspruchsvollen Kameras»



Laut eigenen Angaben hat Sony im Schweizer Kameramarkt nach dem Weihnachtsgeschäft 2004 die Marktführerschaft übernommen. Marco Di Piazza, Direktor Marketing von Sony Schweiz, über Marktsättigung und wie neue Zielgruppen erreicht werden sollen.

Sony sorgte in jüngster Veraanaenheit weltweit immer wieder für Schlaazeilen. Wie positioniert sich der Konzern

Marco Di Piazza: Sony hat viele Hausaufgaben erledigt und ist

daran, weitere anzugehen. In iedem Fall nimmt der Content-Bereich als logische Ergänzung zur Elektronik an Bedeutung zu, was durch die neuesten Akquisitionendes Filmgeschäfts von MGM sowie durch die Übernahme der BMG im Musikbereich unterstrichen wurde. Sony verfügt nun über das grösste Filmarchiv weltweit. Das Geschäft mit dem Film- und Musikdownload per Internet in Verbindung mit dem Home-Entertainment wird immer wichtiger.

Welche Rolle spielt da der neue CEO von Sony?

Di Piazza: Sir Howard Stringer und sein ganzes Top Management werden diese Entwicklung intensiver vorantreiben. Mit Howard Stringer steht erstmals ein Nicht-Japaner an der Spitze des Konzerns und er bringt dank seiner bisherigen Tätigkeit bei Sony USA eine weit gehende Erfahrung sowohl im Contentwie auch im Hardware-Bereich

Wie geht es Sony wirtschaftlich? Di Piazza: Sony schreibt nach wie vor schwarze Zahlen, wenngleich die Erwartungen der Aktionäre nicht ganz erfüllt wurden. Das neue globale Programm «Like no other» zeigt da-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Canon EOS 1Ds und Nikon D2x im Test

safari

Canon lud ein zum Praxis-Härtetest mit der EOS 350D in der Wüste.

fujifilm s3

Im Praxistest zeigt die zweite Generation der Super-CCD-SLR ihre neuen Stärken.

zürifoti

Gemeinsam sind wir stark die Generalversammlung der Zürcher Fotohändler.

www.fotointern.ch

DIGITALFOTO

Gratis: 25 Abzüge 10 x 15 cm

Für eine Bestellung unter Eingabe des Aktionscodes 743105*, gültig bis 9. Mai 2005



Bestellen Sie Papierabzüge von Ihren Digitalbildern

- Profiqualität
- Eindeutig günstigere Papierabzüge als mit Ihrem Heimdrucker
- Direkt nach Hause geliefert

*Laden Sie die Gratis-Software **Online Prints** (für Windows®, Mac OSX® und Linux®) auf **www.fotolaboclub.ch** herunter und geben Sie den Aktionscode bei der Erfassung Ihrer Bestellung ein.



www.fotolaboclub.ch

bei die Haltung des Gesamtkonzerns: Einzigartigkeit gegenüber dem Markt, angefangen bei den Produktinnovationen, über die Unternehmenskultur bis hin zum Kundenkontakt.

Also wird keine «Billigprodukte»-Linie angeboten?

Di Piazza: Es sollen zielgruppengerechte Produkte angeboten werden und neue Zielgruppen erschlossen werden. Beispielsweise die Qualia-Produktelinie: Die Sony-Ingenieure hatten dabei die Vorgabe, Top-Produkte mit den neuesten und besten technologischen Möglichkeiten und Komponenten zu entwickeln. Entstanden ist eine Produktelinie in noch nie dagewesener Qualität, natürlich mit entsprechendem Preis. Qualia 004 ist beispielsweise ein Projektor, der beste Kinoqualität fürs Wohnzimmer bietet. Aber auch die Qualia Digitalkamera bietet auf kleinstem Raum die besten Möglichkeiten, weiter werden eine HiFi-Anlage, ein High-Definition-Fernseher innerhalb der Qualia Familie angeboten.

Wie sieht die Marktsituation für Sony in der Schweiz aus?

Di Piazza: Der Markt hat sich im letzten Jahr nicht mehr so dynamisch entwickelt, Sony konnte aber nach wie vor die Nummer eins im Consumer Flectronic Bereich behaupten. Dank einem hervorragenden Weihnachtsgeschäft konnten wir nun auch bei den digitalen Kameras die Marktführerschaft übernehmen, was beweist, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Allerdings verfügen nun bereits 30 Prozent der Schweizer Haushaltungen über eine Digitalkamera. Betrachtet man die Durchdringung von 75 Prozent bei den Analog-Kameras, ist zwar noch viel Potential da, nur ist es anspruchsvoller diese Kundschaft zu erreichen. Wir haben uns daher zum Ziel gesetzt, neue Segmente optimal zu bedienen. Ein Beispiel sind die einfach zu bedienenden Kameras mit grossem Display beispielsweise für eine ältere Kundschaft, die keinen Computer einsetzten möchte um die digitalen Bilder zu sehen. Wie denken Sie werden Bilder künftig aufbewahrt?

Di Piazza: Der Memory Stick wird weiterhin als digitaler Film dienen.Immer wichtiger werden aber auch die Fotoprinter für zuhause, wie der neue DPP-

Kameraspeichers der Memory Stick nicht mitgeliefert wird. Wird der Bildstabilisator, wie ihn Sony in der H1 zum Einsatz bringt, grosse Verbreitung finden?

Di Piazza: Die Bildstabilisation ist im Moment auf langbrennweitige Produkte ausgelegt, die H1 verfügt



Marco Di Piazza, Direktor Marketing Sony Schweiz

FP50 von Sony, der einfach an den Fernseher angeschlossen werden kann und über die Fernbedienung ermöglicht, Bilder vom beguem vom Sofa aus anzuschauen, auszuwählen, zu modifizieren und auszudrucken. Wie entwickelt sich die Kameratechnologie?

Di Piazza: Der Pixelhype gibt stark nach, denn mit den heutigen digitalen Kameras mit fünf, sechs oder sieben Megapixel hat man eine mehr als ausreichende Qualität, Pixelzahlen darüber gelten bereits als Nischenmarkt. Wichtiger werden zusehends andere Themen, wie die erwähnte einfache Bedienbarkeit, aber auch das Design. Ausserdem sehen wir ein Potential bei Kunden, die bereits zum zweiten Mal eine Digitalkamera kaufen und erste Erfahrungen gemacht haben. Sie achten auf eine schnelle Bildfolge ohne Auslöseverzögerung, wie sie bei Sony mit dem Real Imaging Prozessor erreicht wird. Neu sind die bei Sony integrierten Festspeicher, so dass man die Kamera auch benützen kann, wenn man den Memory Stick zuhause liegen gelassen hat oder wenn er voll ist. Der interne Speicher hat noch einen angenehmen Nebeneffekt für den Handel: Man kann die Kamera funkti-

onstüchtig ausstellen, ohne ei-

nen Diebstahl des Memory Sticks

zu befürchten und kann zudem

Zusatzverkäufe realisieren, da

aufgrund des nun integrierten

ja über ein Zwölffachzoom. Der Platzbedarf für dieses System ist gross, so dass dieses in den kompakten Kameras nicht so schnell Einzug halten wird.

Sind die Kamerahandys eine Konkurrenz für die Digitalkameras?

Di Piazza: Wir betrachten die Kamerahandys als sehr positive Entwicklung, nicht nur, weil wir im Konzern auch in diesem Bereich führend sind. Handys werden nie soviel bieten wie eine gute Digitalkamera, aber sie

System, das über eine Fernbedienung via Fernseher zu handhaben ist. Wir haben im letzten Jahr das Verkaufsziel übertroffen. Doch richtig bedeutend wird das Home Networking erst ietzt, mit der Möglichkeit des Musik-Downloads und mit dem starken Aufkommen von High Definition bei den Fernsehern und Beamern.

Wird sich High Definition durchsetzen?

Di Piazza: Die Bedeutung der Einführung von HighDefinition ist zu vergleichen mit dem Umstieg von Schwarzweiss auf Farbfernsehen. Der Eindruck ist, wie wenn man selbst im Bild steht, mit einer enormen Tiefenwirkung. Ausserdem wird auch gleich noch ein 5.1 Surround-Sound mitgeliefert für maximalen Audio-Genuss.

Welche Fernsehstationen bieten denn HDTV bereits an?

Di Piazza: In Europa bereits angekündigt ist es von einigen Privatsendern wie Pro7, RTL und Sat1, aber auch die Produktionsfirma TPC des Schweizer Fernsehens hat von Sony einen kompletten HD Übertragungswagen für den erstmaligen Einsatz bei den olympischen Winterspielen in Turin 2006



«Kamerahandys lösen die Schnappschusskamera ab, werden aber nie eine Digitalkamera ersetzen, sondern machen erst richtig Lust auf mehr.»

Marco Di Piazza, Direktor Marketing Sony Schweiz

sind ein idealer Einstieg in die Fotografie und machen vor allem auch bei jungen Leuten Lust auf mehr.

Vor einem Jahr haben wir bereits über das Home Entertainment System von Sony gesprochen. Wie verbreitet ist das inzwischen?

Di Piazza: Home Network entwickeln stetig. Der Vorteil des Sony-Systems ist, dass es nicht ein komplizierter, vom Anwender auszubauender «gewöhnlicher» PC ist, sondern ein komplettes, einfach zu bedienendes und damit familientaugliches bestellt. HD ist für uns eines der Hauptthemen dieses Jahr.

Inwiefern profitiert der Foto-

handel von diesem Boom? Di Piazza: Die hochauflösenden Fernseher eignen sich gut für-Standbilder, so dass Bilder von Digitalkameras noch besser wiedergegeben werden. Und auch die meisten Beamer von Sony können High Definition darstellen. Das Beamergeschäft kann somit für den Fotohandel ein lukratives Zusatzgeschäft sein, um insbesondere einen Aus-

gleich zu schaffen zum Preis-

druck im Kameramarkt.