

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 8

Artikel: "Unverwechselbares Design und praktische Features"
Autor: Conzelmann, Marcel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978778>

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: 05.05.2026

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

fotointern

15. Mai 2007 8

digital imaging

14-tägliches Informationsmagazin für Digitalprofis. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

TIPA, die «Technical Image Press Association», hat wiederum getagt und die besten Produkte des Jahres 2007 ausgewählt. Es sind dieses Jahr so viele wie nie zuvor. 36 Produkte in ebenso vielen Kategorien wurden zuerst von einem technischen Komitee vorgeschlagen und dann in der grossen Mitgliederversammlung der Chefredaktoren von 30 Fachzeitschriften aus 13 europäischen Ländern per Abstimmung als beste auserwählt.

Wem helfen solche Auszeichnungen? Sie sind einmal für den Konsumenten bei der Produkteanschaffung und Weiterempfehlung eine wichtige Entscheidungshilfe, da das mit dem TIPA-Award ausgezeichnete Produkt in den meisten Fällen das beste des gegenwärtigen Marktes sein dürfte. Andererseits ist der TIPA-Award auch eine Würdigung an die Industrie für die Innovationen, Originalität und die Qualität von neuen Produkten der letzten 12 Monate.

Nicht zuletzt ist das TIPA-Logo auch am Verkaufspunkt ein zusätzliches Argument, um ein bestimmtes Produkt besonders hervorzuheben und den Kunden zu überzeugen, dass er damit das Beste des gegenwärtigen Angebotes kaufen könne.

Urs Tillmanns

samsung «Unverwechselbares Design und praktische Features»



Samsung legt zu. 2006 war das beste Jahr, seit Samsung bei Autronic ist und auch die ersten drei Monate sind erfreulich verlaufen. Wir haben uns mit Bereichsleiter Marcel Conzelmann über seine strategischen Ziele unterhalten.

Herr Conzelmann, Sie waren kürzlich in China und Korea. Was haben Sie erlebt?

Marcel Conzelmann: Es war ein geschäftlicher Routinebesuch, weil man bei Samsung auf

den persönlichen Kontakt noch immer sehr viel Wert legt. Das heisst, dass wir ein bis zwei Mal pro Jahr nach Korea gehen oder dass die Koreaner zu uns kommen, um Geschäftsziele und

Strategien zu besprechen. Das persönliche Gespräch halten wir für sehr wichtig, weil man anders und vor allem menschlicher kommuniziert als dies mit elektronischen Medien möglich ist.

Mit dem Geschäftsverlauf müssen die Koreaner ja eigentlich zufrieden sein ...

Sind sie auch. 2006 war das beste bisherige Geschäftsjahr mit einer Wert- und Stückzahlsteigerung von über einem Drittel. Auch dieses Jahr zeichnet sich eine sehr gute Entwicklung ab – abgesehen vom April, der aber allgemein sehr schwach war.

Wie war es in China?

Samsung hat in Tianjin ein völlig neues Werk ausschliesslich für die Kameraproduktion errichtet. Es ist riesig und dokumentiert auch die Zielstrebigkeit von Samsung. Überall Platzreserven, die einem erahnen lassen, welche Stückzahlen in ein paar Jahren hier von den Bändern laufen werden. Aber es geht nicht nur um Stückzahlen, sondern auch

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

TIPA Awards 2007 Seite 14
Alle 36 Preisträger

foto-software

Die Komplett-Lösungen Aperture und Lightroom im grossen Vergleich.

Seite 6

akkugenerator

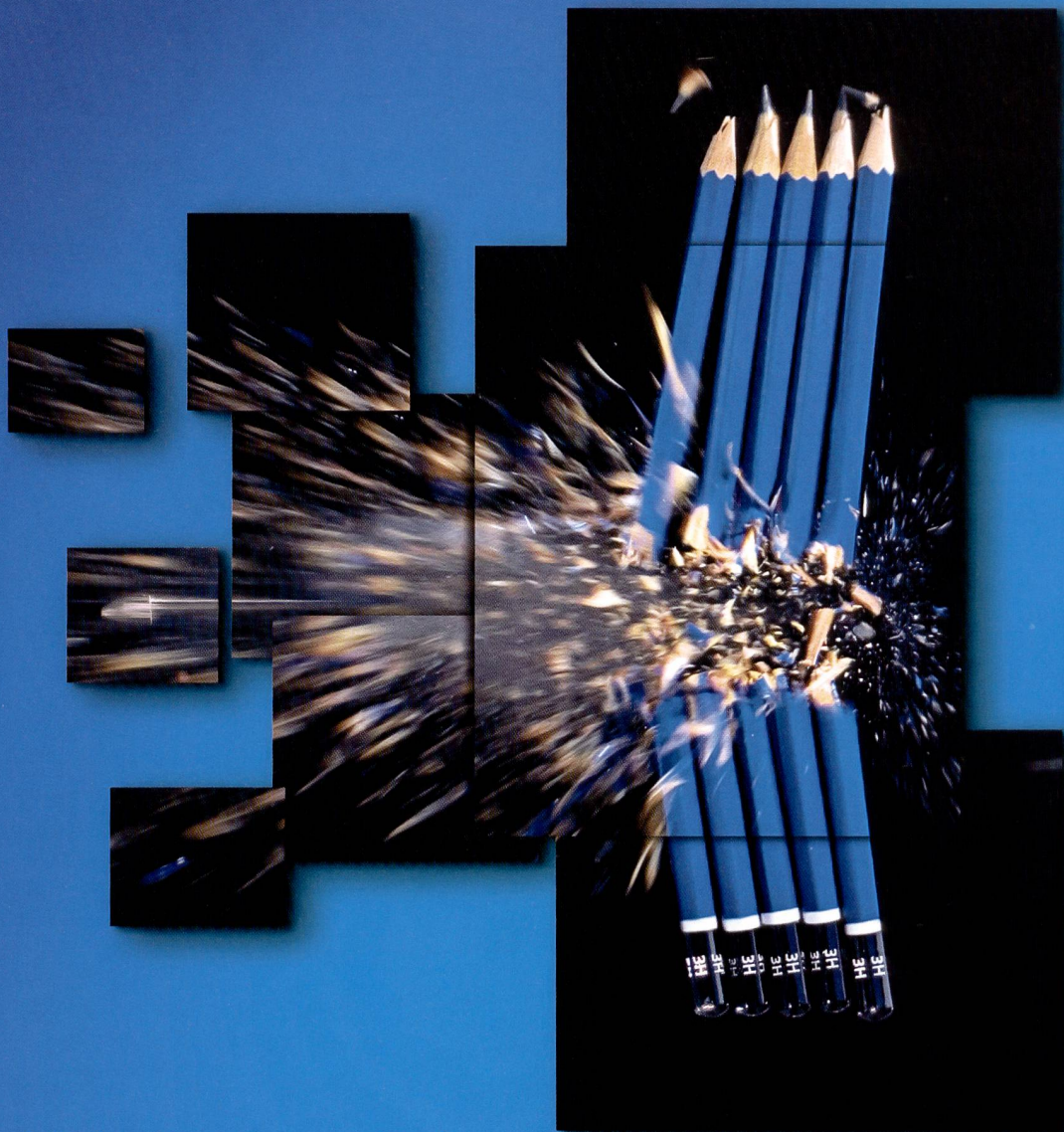
Der Actue B 600 glänzt durch einfache Bedienung und kleine Grösse.

Seite 20

multitalente

Samsungs neue Kameras i7 und L74 Wide machen auch als Reiseführer eine gute Figur.

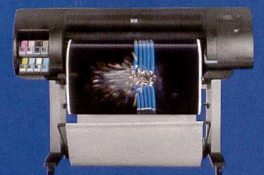
Seite 24



Unglaubliche Liniengenauigkeit.
Unglaubliche Bildqualität.
Unglaublich schnell.

Der neue HP Designjet Z6100 setzt neue Rekorde beim HP-Druck. Die HP DreamColor-Technologie mit integriertem Spektrofotometer und 8 HP Vivera Pigmenttinten sorgen für beständige und konsistente Linien- und Fotoqualität. Ein Print im A1-Format wird in nur 35 Sekunden gedruckt – hält aber 200 Jahre. Das System ist mit allen bisherigen HP Designjet-Modellen sowie den bekanntesten CAD- und GIS-Anwendungen kompatibel. Und es ist mit HP/GL2 und Adobe® Postscript® 3 sowie Adobe® PDF 1.6 erhältlich. Alles, was Sie von einem HP erwarten – nur schneller. Halten Sie das Tempo mit.

Für die besten Resultate verwenden Sie original HP-Produkte.



Der neue Designjet Z6100
Im 42- und 60-Zoll-Format
(1066/1524 mm) erhältlich

Sichern Sie sich jetzt bis zu CHF 2500.–* für Ihren alten Drucker
unter www.hp.com/go/designjetZ6100.



Fortsetzung von Seite 1

um Qualität. Die Koreaner und Chinesen wissen ganz genau, dass nur gute Qualität im heute kritischen Markt Bestand hat. In der Samsung Techwin-Division, der das Kamerageschäft angegliedert ist, findet man auch immer mehr Topmanager, die früher bei Samsung Electronics waren. Man spürt überall, dass Samsung professioneller wird und von einem «we too»- zu einem Topplayer werden will.

Wie wichtig ist heute das OEM-Geschäft für Samsung?

Schwierig einzuschätzen. Gerade bei Digitalkameras weiss man kaum noch wer was für wen alles herstellt. Offensichtlich ist die Kooperation mit Schneider und Pentax, andererseits ist die absolute Führungsrolle von Samsung im Bereich der LCD-Entwicklung und Fertigung bekannt.

Sie haben letztes Jahr Ihre Abteilung auch personell aufgestockt, welches sind Ihre Ziele für dieses Jahr?

Der Fotobereich von Samsung in der Schweiz kommt in eine Grösse, wo ein weiterer personeller Ausbau unumgänglich sein wird, und zwar sowohl im Innen- als auch im Aussendienst. Unser Ziel ist es dabei, vor allem den Fachhandel noch besser besuchen und beraten zu können, denn hier sehen wir mit hochpreisigen Kompakt- und Spiegelreflexkameras in den nächsten Monaten ein sehr grosses und fachkompetentes Potential.

Früher hat man Samsung nach den Anzahl Modellen beurteilt, heute stehen Kameralinien im Vordergrund. Wieviele Neuheiten kommen in nächster Zeit?

Das ist richtig. Samsung hat sich in den letzten Jahren auf die Entwicklung von Modellreihen konzentriert, die sowohl technisch als auch bezüglich Design eine hohe Eigenständigkeit aufweisen. Ich denke dabei an die exklusive NV-Reihe, an die Einstiegermodelle der S-Kameras, an die innovative i-Linie oder an die besonders flache L-Serie. Dabei konzentriert sich Samsung nicht auf eine bestimmte Linie, sondern sie geben in allen Richtun-

gen Vollgas. In den letzten Wochen sind zwei i-, vier S-, vier L-Modelle und eine NV-Neuheit auf den Markt gekommen, und für Herbst sind schon wieder weitere Modelle in der Pipeline.

Gibt es bei den neuen Samsung-Modellen einen generellen Trend?



Zielstrebig: «Samsung will immer professioneller und von einem 'we too'- zu einem Topplayer werden»

Marcel Conzelmann, Leiter Samsung-Kameras

Bei allen Modellreihen steht ein grösserer Zoombereich und grössere Displays im Vordergrund. Das ist das, was die Leute heute wollen. Dreifachzooms sind nichts Besonderes mehr, und man will die Möglichkeit haben, das Bild gleich in einer akzeptablen Grösse betrachten zu können. Bei diesen Trends muss man auch die technischen Fortschritte beachten. Fünf- bis Zehnfachzooms haben heute eine Baugrösse – oder sagt man eigentlich auch «Baukleine»? – die vor wenigen Jahren undenkbar waren. Noch augenfälliger ist die Entwicklung bei den LC-Displays, die heute aus jedem Winkel und bei vollem Sonnenlicht betrachtbar sind. Die Technik geht immer weiter, aber es ist kaum noch der Pixeltausch, der Schlagzeilen macht.

Sie haben vorhin das charakteristische Design jeder Kameralinie angesprochen. Wie wichtig ist Design?

Das ist sicher nicht in allen Ländern und Märkten gleich. Die Schweizer sind sehr Design-bewusst. Das sieht man sehr deutlich am Erfolg der NV-Reihe, die mit einer völlig unverwechselbaren Gestaltung daher kommt und im Markt eine hohe Wiedererkennung feiern kann. Mit der entsprechenden Werbung sind diese Kameras extrem gut vom Markt aufgenommen worden.

In Zusammenarbeit mit Pentax ist Samsung ins DSLR-Geschäft eingestiegen. Wie sind die ersten Zahlen?

Der Handel hat sehr gut auf unsere GX-10 reagiert, was dazu geführt hat, dass wir im Moment – wie andere auch – mit einem Lieferengpass fertig werden müssen. Das betrifft vor allem auch die Objektive.

Samsung wird aber in diesem Segment bleiben ...

Auf jeden Fall. Die Spiegelreflexreihe wird auch weiter ausgebaut, und wahrscheinlich kommt noch dieses Jahr eine weitere Spiegelreflexkamera, die nicht mehr baugleich mit dem Pentax-Modell sein soll. Wir legen überall Wert auf Eigenständigkeit, sowohl was Design als auch Features anbelangt. Auch sollen noch fünf bis sechs neue Objektive vorgestellt werden.

Aber das K-Bajonett bleibt?

Auf jeden Fall. Wir haben diese Linie gewählt und behalten die-



Lifestyle: «Viele junge Leute kaufen Samsung Kameras, weil sie bereits ein Samsung Handy besitzen.»

Marcel Conzelmann, Leiter Samsung-Kameras

sen Kurs, nicht zuletzt, weil wir mit unseren Produkten auch Pentax-Freaks ansprechen.

Welches sind die längerfristigen Ziele von Samsung?

Samsung sieht sich mittelfristig unter den Topdrei.

Was heisst «mittelfristig»?

In zwei bis drei Jahren. Samsung hat die Jahresproduktion in zwei Jahren von acht auf zwölf Millionen Stück gesteigert und fährt zur Zeit in Richtung 15 Millionen – das ist fast eine Verdoppelung der Produktion. Langfristig strebt Samsung den ersten Platz an – und zwar ohne Augenzwinkern.

Wie sehen die Zahlen in der Schweiz aus?

Wir sehen unseren Marktanteil bei sechs bis sieben Prozent, in einigen Segmenten sogar bei zehn.

Wer kauft eine Samsung?

Es sind vorwiegend junge Leute, die bereits ein Samsung Handy besitzen. Das hat auch die Professional Imaging deutlich gemacht.

Wie waren sie mit dieser Messe zufrieden?

Sehr gut. Anfänglich waren wir sehr skeptisch, weil wir uns mit unseren Produkten doch nicht ganz so in der Profirunde sahen. Aber es kamen relativ viele Händler zu uns, sowie junge Leute, die sehr positiv auf unsere Produkte reagierten.

Sie haben Samsung-Handys angesprochen. Werden sie die Kameras ablösen?

Ich glaube nicht daran. Natürlich hat heute jedes Handy eine eingebaute Kamera mit einer immer besseren Qualität. Aber um kameratypische Eigenschaften zu erreichen sind relativ grosse Baugruppen nötig. Ein vergleichbares Handy wird immer grösser und vor allem auch teurer sein als die heutigen. Sicher ist: Jedes Handy ist auch ein fotografisches Notiz-

buch, aber damit noch lange nicht eine vollwertige Kamera für höhere Ansprüche.

Samsung vertreibt in der Schweiz UE- und IT-Produkte selbst. Könnten bald auch Kameras so vertrieben werden?

Kaum, weil der Kamerabereich zur Konzernsparte 'Samsung Techwin' gehört, während UE- und IT-Produkte der Sparte 'Samsung Electronics' angegliedert sind. Mittelfristig glaube ich nicht, dass Samsung Techwin oder andere Bereiche des Konzerns in der Schweiz mit einer eigenen Niederlassung tätig werden.