Bei der EM steht Canon im Fokus von 150 Mio. Menschen

Autor(en): **Breyer, Richard**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 10

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979558

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

16. Juni 2008 10

fotointern
digital imaging

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

editorial

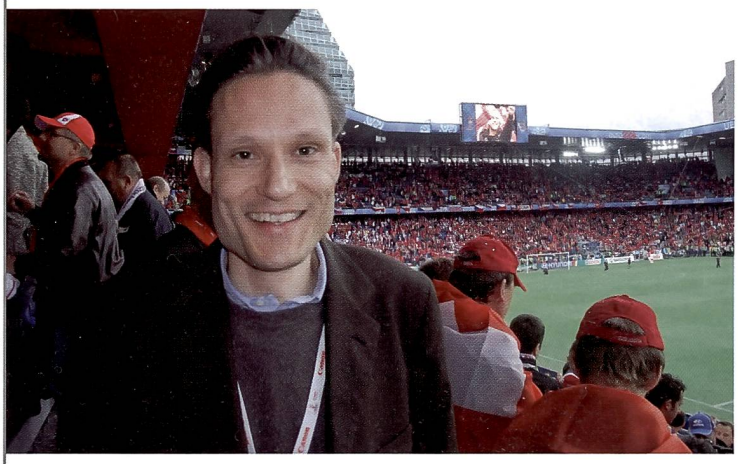
Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von Fotointern

Das Sommergeschäft scheint im Fotohandel ein gutes zu werden – dank den neuen Spiegelreflexmodellen. Im Kompaktbereich hat der Markt nicht nur stagniert, sondern er scheint auch leicht rückläufig zu sein. Kommt hinzu, dass mit diesen kleinen Digitalen niemand mehr etwas verdient, weil jede Marke die andere unterbieten will, um Marktanteile zu gewinnen – um jeden Preis und im wahrsten Sinne des Wortes.

Ich habe noch nie verstanden, wieso man solche Hightech-Produkte so günstig verscherbelt, wo der Kunde vor allem auf hohe Qualität, reichhaltige technische Ausstattung und gefälliges Design Wert legt. Der Preis kommt erst an vierter Stelle. Oder anders ausgedrückt: Wenn alle Digitalkameras 100 Franken mehr kosten würden, würde niemand eine Kamera weniger verkaufen. Nur ginge es dann den Importeuren, dem Zwischenhandel und vor allem dem Fotohandel besser.

2008 wird das Jahr der Spiegelreflexkameras werden, und auch an der photokina (die vom 23. bis 28. September in Köln stattfindet) werden wahrscheinlich die Spiegelreflexkameras den grössten Neuheitenanteil ausmachen.

em 2008 «Bei der EM steht Canon im Fokus von 150 Mio. Menschen»



Die Fussball-Europameisterschaft hält die Schweiz im Griff. Wir befragten Richard Breyer zum Engagement von Canon am drittgrössten Sportanlass überhaupt, dessen Bilder um die Welt gehen.

Herr Breyer, König Fussball regiert derzeit in der Schweiz und mit ihm ist Canon omnipräsent.

Richard Breyer: Es ist toll, die Europameisterschaft im eigenen Land zu haben. Das ist auch für Canon eine riesige Sache und wir freuen uns, Partner und Sponsor dieses grossartigen Events zu sein. Canon unterstützt die UEFA bereits seit 30 Jahren, zuletzt zum Beispiel am Afrika Cup in Ghana.

Wie gross ist der Stellenwert dieses Sponsorings für Canon?

Der Stellenwert ist sehr gross. Schliesslich ist eine Fussball-Europameisterschaft der drittgrösste Sportanlass überhaupt. Wir stehen hier im Fokus der Welt, mehr als 150 Millionen Menschen in 230 Ländern verfolgen die EM und fünf Millionen Menschen werden in die Schweiz und nach Österreich reisen. Das ist auch für eine weltweit tätige Firma wie Canon eine grosse Sache.

Können Sie Zahlen nennen?

Nein, das kann ich nicht. Aber für Canon ist es nach meinem Wissen das grösste Engagement überhaupt.

Was verspricht sich Canon von der Präsenz an der EM?

Zunächst wollen wir unsere Marke stärken: Fussball ist ein bildgewaltiger Sport. Entscheidende Momente an Meisterschaften werden oft mit konkreten Fotos verknüpft. Die Europameisterschaft ist ein visuelles Ereignis

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Canon EOS 450D: Auch für Profi-Ansprüche? Seite 6

ricoh
Mit der R8 legt Ricoh die Bezeichnung «Caplio» ab und gibt sich ein neues Design.
Seite 9

fujifilm
Die neuen Finepix-Modelle unter der Lupe: Von stylish bis kraftstrotzend.
Seite 10

mamiya
Die neue, vielseitig einsetzbare Mamiya 645 AFD III spielt ihre Stärken aus.
Seite 14

Ogilvy & Mather
LAND ROVER
BE 54654
AUS LIEBE ZUM SEIN.
UND DESIGN.
Es gibt viele Gründe, warum man sich ein Auto kauft. Aber nur einen, der auch ehrlich ist: weil es einem entspricht. Der Defender ist so ein Fahrzeug, das Ehrlichkeit verlangt. Entweder man liebt ihn oder man liebt ihn nicht. Er ist das, was er ist. Ein 4×4 mit allen Ecken und Kanten. Sein Design ist aufs Wesentliche reduziert. Seine Einzigartigkeit hebt ihn von der Masse ab. Das hat Charakter, und das seit 60 Jahren. Und wenn das auch Ihnen entspricht, dann kommen Sie doch einfach zu einer Probefahrt. Jetzt bei Ihrem Land Rover-Partner.
www.landrover.ch
DEFENDER
60 YRS
LAND ROVER
GO BEYOND

Fortsetzung von Seite 1

und Fussball ist weltweit betrachtet der populärste Sport. Es ist also auch ein Bekenntnis zu diesem Sport. Und dann geht es für uns auch darum, an der EM Beziehungen zu pflegen mit Kunden und der Presse.

Was wird denn konkret von Canon an der EM gemacht?

Während der Dauer der Europameisterschaft wird Canon insgesamt über 10'000 Kunden und Medienvertreter empfangen und an Spiele einladen. Dadurch können wir Beziehungen pflegen und ausbauen. Ausserdem werden wir in den Fanzonen und im Internet stark präsent sein. In jedem Stadion und während jedem Spiel werden zudem die Canon Professional Services (CPS) für die Profifotografen präsent sein (siehe Kasten).

Das Engagement umfasst aber auch die Bereitstellung von über 100 Multifunktionsdruckern für die UEFA. Wir ermöglichen dem Personal des Turniers – das sind über 5'000 Menschen – jederzeit Dokumente auszudrucken.

Jetzt ist das Turnier dieses Jahr ja auch in der Schweiz. Wie stark war Canon Schweiz involviert?

Das Sponsoring der Fussballeuropameisterschaft ist ein europaweites Projekt, das von Canon Europe koordiniert wird. Als Ländervertretung haben wir die Möglichkeit, Kunden und Presse an verschiedene Spiele einzuladen. Neben europäischen Projekten, wie Produkt-Bundles mit gratis Fussball, haben wir aber auch verschiedene lokale Projekte mit unseren Handelspartner aufgegleist. Und – wie gesagt – Canon Schweiz erbringt sämtliche Druckdienstleistungen für die UEFA.

Zahlen können Sie keine nennen, wir können aber sicher davon ausgehen, dass das Engagement von Canon einige Millionen kostet. Wie wird der Erfolg, der «Return on Investment», gemessen?

Die Erreichung der Ziele, die wir uns mit der Unterstützung der Fussballeuropameisterschaft gesteckt haben, sind nur zum Teil messbar. Aber natürlich haben wir Wege, zum Beispiel mit der Befragung unserer Gäste.

Im Vorfeld der Europameisterschaft wurde die UEFA auch schon mal kritisiert, sie setze den Schutz der Sponsoren viel zu aggressiv um.

Dazu kann ich nur sagen: Die UEFA legt die Spielregeln fest. Wir freuen uns auf packenden Fussball, Feststimmung und umwerfende Bilder. Und selbstverständlich sind auch «fremde» Kameras im Stadion erlaubt. Zur Europameisterschaft in der Schweiz und Österreich werden über 1'000 Profifotografen erwartet und über die Hälfte davon fotografiert mit Equipement Canon.

Verlassen wir nun die EM und wenden wir uns dem «Tagesgeschäft» zu. Wie verläuft das Kamerageschäft?

Der DSLR-Markt ist hart umkämpft wie nie. Der Wettbewerb hat sich in den letzten Monaten klar intensiviert. Ein Grund dafür ist die Tatsache, dass dieser Markt immer noch am Wachsen ist und neue Marken treten mit viel Geld in den Markt ein. Der Spiegelreflexmarkt ist nämlich der einzige mit einem Wachstum.

«Fussball ist ein bildgewaltiger Sport. Unser Engagement ist auch ein Bekenntnis zur weltweit populärsten Sportart.»

Richard Breyer, Marketing Manager CCI, Canon

Bei den Kompaktkameras zeigen sich Sättigungstendenzen?

Ja, das ist deutlich. Der Markt bei den Kompaktkameras ist insgesamt, bezogen auf die Stückzahl, stabil bis fallend. Wertmässig zeigt die Kurve aber eindeutig gegen unten. Dagegen verzeichnen wir bei den digitalen Spiegelreflexkameras erfreulicherweise überall Wachstum.

«An der Europameisterschaft werden über 1'000 Profifotografen erwartet. Über die Hälfte fotografiert mit Canon.»

Richard Breyer, Marketing Manager CCI, Canon

Vor kurzem wurde das Einsteigermodell Canon EOS 1000D präsentiert. Was sind sonst die Trends, gerade im Hinblick auf die nahende photokina?

Auch bei den Spiegelreflexkameras wird es eine stärkere Segmentierung geben. Das Lineup wird breiter, der Kunde hat mehr Auswahl. Die Zeiten in der eine Firma drei DSLR – Einsteiger, Fortgeschrittene und Profi – im Programm hatte, sind vorbei. Die Ansprüche sind dabei tendenziell am Steigen. Das bezieht sich sowohl auf Kunden, die von einer Kompaktkamera zu einer Spiegelreflexkamera «aufsteigen», als auch innerhalb der DSLRs. Gerade in der Schweiz ist man sehr qualitätsbewusst.

Des Weiteren wird das Zubehörgeschäft immer wichtiger. Eine grosse Chance für den Fachhandel. Seine Beratungskompetenz ist ein grosses Plus.

War die Lancierung der Canon EOS 450D ebenfalls eine Folge der stärkeren Segmentierung im DSLR-Markt?

Richtig. Die Canon EOS 450D ist etwas höher positioniert als die EOS 400D. Beide Modelle laufen parallel.

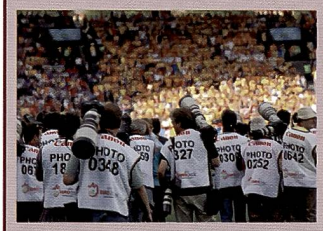
Canon hatte am Anfang Probleme, die hohe Nachfrage nach der neuen EOS 450D zu decken.

Das ist korrekt. Diese Lieferschwierigkeiten sind jetzt aber behoben. Wir hatten anfangs gewisse Lieferengpässe und eine sehr starke Nachfrage nach der neuen digitalen Spiegelreflexkamera. Das ist aber – wie gesagt – Vergangenheit.

Die Canon EOS 450D und die EOS 1000D werden im Kit mit bildstabilisierenden Objektiven angeboten.

Bildstabilisierung ist offensichtlich auch im Einsteigerbereich ein grosses Thema und wir haben damit sicher eine sehr gute Lösung gefunden.

Support von CPS in jedem Stadion



Canon bietet während der Europameisterschaft 2008 in der Schweiz und Österreich einen besonderen Service für alle akkreditierten Fotografen. Die Canon Professional Services (CPS) werden an jedem Matchtag und in jedem Stadion mit einem Stand präsent sein. Die Dienste die dabei angeboten werden sind unter anderen:

- Überprüfung der Ausrüstung,
- sofortige Ausführung kleinerer Reparaturen,
- ein Eins-zu-eins Backup-Service mit Austauschgeräten, sowie
- Beratung und Information.

Am Stand der CPS arbeiten jeweils zirka vier bis fünf Personen und das schon vier Stunden vor dem Anpfiff. Canon hat eine lange und grosse Erfahrung mit diesem Angebot für Profifotografen. Die Experten des Canon Professional Networks sind an allen Sport-Grossanlässen, wie z.B. den Olympischen Spielen, präsent.

Fotos: Olivier Vermeulen