

Samsung : koreanischer Stern am Schweizer Kamerahimmel

Autor(en): **Lee, G.D. / Kim, Yeong-Su**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **5 (1998)**

Heft 16

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979909>

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.

FOTO

FOTOintern
http://www.fotoline.ch

MIT DIGITAL IMAGING

NEUHEITEN

HANDEL

WIRTSCHAFT

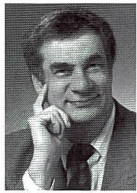
FOTOintern
berichtet von der photokina.
Alle wichtigen Neuheiten (2).

INTERN

Nr. 16/98
16. Oktober 1998

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

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Danke – Sie waren super!
Die Leserinnen und Leser von FOTOintern haben sich echt Mühe gegeben beim Ausfüllen unseres Fragebogens in der Ausgabe 13/98. Dabei haben wir es Ihnen nicht leicht gemacht. Wir wollten Ihr Leseverhalten kennenlernen, wir wollten wissen, was Ihnen an FOTOintern gefällt und was nicht. Wir wollten wissen, was Sie – ausser FOTOintern – noch lesen und wie häufig, und schliesslich wollten wir auch noch vieles über Ihre Person wissen. Diese Informationen sind für uns ausserordentlich wertvoll, weil wir mit der Auswertung dieser Daten ein noch besseres Heft für Sie machen können. Die ganze Mühe wurde auch belohnt. 50 attraktive Preise gab es zu gewinnen, und wer zu den glücklichen Gewinnerinnen und Gewinnern gehört, steht auf Seite 21 dieser Ausgabe. Ein ganz herzliches Dankeschön all jenen, die den Fragebogen mit persönlichen Kommentaren versehen haben. Lob und Kritik – beides ist gleichermassen wichtig. Ich werde mir die Zeit nehmen, alle Bemerkungen und Anregungen zu lesen und bestmöglich zu berücksichtigen.

Urs Tillmanns

Samsung: Koreanischer Stern am Schweizer Kamerahimmel

Samsung Kameras werden seit kurzem durch die Autronic AG in der Schweiz vertrieben. Welches sind die Marktziele und Strategien der neuen Vertriebsfirma? Wir haben mit Exportmanager G.D. Lee aus Korea, Produktmanager Yeong-Su Kim und Marcel Conzelmann von Autronic AG gesprochen.

FOTOintern: Herr Lee, Korea steckt zur Zeit in einer Krise. Welches sind die Konsequenzen für Samsung, und welche Lösungen sehen Sie?

G.D. Lee: Die Wirtschaftskrise in Korea zwingt auch einen Grosskonzern wie Samsung zu Restrukturierungsmassnahmen, wie wir sie in diesem Masse in Korea noch nie erlebt haben. Besonders der Konkurrenzdruck mit japanischen Produkten macht uns zu schaffen. Marken, die in Europa bekannter sind als unsere, haben sich im Fachhandel gut etabliert, und uns

steht in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit eine harte Aufbauarbeit bevor.

FOTOintern: Sie haben Restrukturierungen angesprochen. Welche?

Lee: Wie auch unsere Mitbewerber stehen wir unter einem grossen Kostendruck. Wir müssen versuchen, die Entwicklungs- und Herstellungskosten stark zu reduzieren, um den Fachhändlern bessere Konditionen geben zu können als unsere Mitbewerber. Dazu brauchen wir günstigere Produktionsstandorte, denn Korea ist – entge-



Unsere Interviewpartner (v.l.n.r.):
Marcel Conzelmann, G.D. Lee
und Yeong-Su Kim.

gen der Meinung vieler Europäer – kein Billiglohnland mehr. Im Gegenteil: Wir haben ausserordentlich hohe Lebenskosten.

FOTOintern: Wo produziert Samsung ausser in Korea?

Lee: Wir haben mit unserem Know-How ein grosses Werk in China aufgebaut und

Fortsetzung Seite 3

5 SVPG

Wie präsentierte sich die photokina? Seine persönlichen Eindrücke von der «Weltmesse des Bildes» schildert SVPG-Präsident Hans Peyer.

6 Trends

Die photokina liess deutliche Trends in allen Bereichen erkennen. Dabei ist die Digitaltechnik zwar deutlich sichtbar, aber längst noch nicht für alles.

8 Produkte

Die photokina-Nachlese wird sich noch über mehrere Ausgaben erstrecken. In diesem Heft finden Sie die neuen Produkte von Jobo bis Novoflex.

18 Agfa

Die digitalen Minilabs sind im Kommen. Sind sie die Zukunft? Agfa sieht im Moment eine andere Lösung, die den Einstieg in die Digitalwelt erleichtert.

19 Vega 70

Haben Sie die neue Vega 70D von Samsung gesehen. Kaum grösser als eine Zigi-Packung bietet sie aussergewöhnliche Möglichkeiten in ihrer Klasse.

21 Preise

Die FOTOintern-Leserumfrage war ein voller Erfolg. Die Daten bestimmen für unsere Redaktion die Marschrichtung. Es gab auch 50 Preise zu gewinnen.



IBEX 2X

- Hochleistungs-Zoomobjektiv 38-70mm, • Autofokus-Funktion mit Fokusspeicher, • Dioptrien-Korrektur, • Langzeitbelichtung, • Gegenlichtkorrektur und • Aufhellblitz, • 3 Selbstauslöserfunktionen, • Serienaufnahmen, • LED gegen "Rote-Augen-Effekt", • Unendlich-Einstellung

SAMSUNG IBEX

die neue Kamerareihe exklusiv für den Fotofachhandel.

- modernes Design
- alles drin
- attraktiver Preis
- Top-Service
- überdurchschnittliche und
- sichere Marge



IBEX 2.8X

- Hochleistungs-Zoomobjektiv 38-105mm, • Autofokus-Funktion mit Fokusspeicher, • Schnappschuss-Funktion, • Mehrfachbelichtungen, • Serien- und • Intervallaufnahmen, • Gegenlichtkorrektur und • Langzeitbelichtung, • 3 Selbstauslöserfunktionen, • Dioptrien-Einstellung, • LED gegen "Rote-Augen-Effekt", • Porträteinstellung, • Step-Zoom-Funktion, • Unendlich-Einstellung



IBEX 3X

- Hochleistungs-Zoomobjektiv 38-115 mm, • Datum/Uhrzeit oder Titelleinbelichtung, • Fernbedienung (Zubehör), • Autofokus-Funktion mit Fokusspeicher, • Vorblitz gegen "Rote-Augen-Effekt", • Belichtungskorrektur, • Dioptrien-Einstellung, • Langzeitbelichtung, • Nahaufnahmen und • Panorama-Funktion, • Porträt- und • Step-Zoom-Funktion, • Mehrfachbelichtungen, • Serien- und • Intervallaufnahmen, • Gegenlichtkorrektur, • vielseitige Blitzprogramme

autronic

autronic ag
Schörli-Hus
8600 Dübendorf
Tel. 01 802 41 11
Fax 01 802 47 99



Kennen Sie
IBEX?

IBEX – DIE NEUE KAMERASERIE VON SAMSUNG.

Fortsetzung von Seite 1

garantieren dort eine Qualität, die unserem und dem europäischen Standard entspricht. Dann haben wir ein Werk in Mexiko, das jedoch ausschliesslich für den amerikanischen Markt fertigt.
FOTOintern: Samsung war früher auch dafür bekannt, dass sie für andere Marken produzierte. Wie hoch ist heute dieser Anteil?



G.D. Lee: «Wir werden uns in erster Linie auf Kleinbildkameras und APS-Modelle konzentrieren. Gerade APS halten wir für wichtig und zukunftsträchtig.»

Lee: Der OEM-Anteil beträgt heute noch etwa zehn Prozent und dient der optimalen Auslastung unserer Produktionsanlagen.

FOTOintern: Ihr Sortiment ist vielfältig: Kleinbildkompaktkameras, Spiegelreflexmodelle, APS- und Digitalkameras. In allen Segmenten ist Samsung dabei. Worauf werden Sie sich konzentrieren?

Lee: Ganz klar auf Kleinbildkompaktkameras und APS-Modelle. Dabei wird 35 mm der grosse Markt bleiben, aber APS darf nicht unterschätzt werden. Der APS-Markt hat sich in den letzten zwei Jahren weltweit verdoppelt, und wir werden schon im Februar auf der PMA interessante Neuheiten in diesem Bereich zeigen. Wir halten gerade APS für ausserordentlich wichtig und zukunfts-trächtig.

FOTOintern: Wie beurteilen Sie den Digitalmarkt?

Lee: Es gibt zuviele Modelle, und die Technologie ist für preislich interessante und leistungsfähige Amateurkameras noch nicht ausgereift. Es steht uns noch eine lange Entwicklung bevor. Wir bleiben am Ball und werden zur PMA zwei neue Modelle zeigen.
FOTOintern: Herr Kim, Samsung-Kameras gibt es in der Schweiz schon seit zehn Jahren. Sie kennen die Marktsituation in der Schweiz sehr gut. Welches sind Ihre Ziele?

Yeong-Su Kim: Das Hauptziel für uns im Schweizer Markt ist, den Bekanntheitsgrad unserer Marke weiter zu steigern und eine neue Vertriebsform zu finden, bei der vor allem der Fotofachhandel stärker eingebunden werden soll.

FOTOintern: Wie das?

Kim: Wir werden für den Fotofachhandel eine eigene Kameralinie aufbauen, die Samsung «IBEX» heissen und sich auch designmässig von jenen Produkten abheben wird, die als Samsung «Fino» über andere Kanäle vertrieben werden. Der Fachhändler genießt damit eine bessere Wettbewerbssituation mit einer überdurchschnittlich hohen Marge.

FOTOintern: Ein ähnliches Modell gibt es ja schon in anderen Ländern ...

Kim: ... richtig, in Deutschland. Zwar wird jener Markt strategisch anders bearbeitet, als wir dies für die Schweiz planen, aber grundsätzlich bestätigen diese praktischen Erfahrungen die Realisierbarkeit dieses Konzeptes auch auf dem Schweizer Markt.

FOTOintern: Was gehört noch zu Ihrer Strategie?

Kim: Wir werden einen hervorragenden Service garantieren, denn nur wer neben Design und Qualität auch nach dem Verkauf noch hinter seinen Produkten stehen kann, hat heute eine Überlebenschance. Design, Qualität und Service sind die drei wichtigsten Stützen für den Erfolg einer Marke.

FOTOintern: Herr Lee hatte vorhin den Wettbewerbsvorteil bekannter Markennamen angesprochen. Wie bekannt ist Samsung in der Schweiz?



Yeong-Su Kim: «Wir werden für den Fachhandel eine eigene Kameralinie unter dem Namen IBEX aufbauen, die dem Fachhandel eine überdurchschnittliche Marge garantiert.»

Kim: Die Zahlen, die mir zur Verfügung stehen, betreffen nicht den Foto-, sondern den UE-Bereich. In der Altersgruppe zwischen 17 und 35 kennen rund 50 Prozent den Namen Samsung. Das ist für unsere relativ junge Marke schon sehr gut. Im Fotobereich dürfte die Bekanntheit etwa gleich hoch sein. Vor allem sind die Produkte im Fachhandel gut bekannt, weil sich die Firma Zuppinger in den zehn Jahren ihrer Tätigkeit für den Markennamen Samsung sehr eingesetzt hatte.

FOTOintern: Welchen Marktanteil sehen Sie für Samsung?

Kim: Das ist schwer zu sagen. Wir rechnen damit, dass wir bis Ende Jahr 20'000 Kameras in der Schweiz verkaufen können – und dieses Ziel scheint erreichbar zu sein. Längerfristig sehen wir für uns eine Marktposition im Schweizer Markt, die mit derjenigen von Pentax oder Nikon vergleichbar ist.

FOTOintern: Mit wievielen Fachgeschäften rechnen Sie, die Samsung IBEX vertreiben werden?

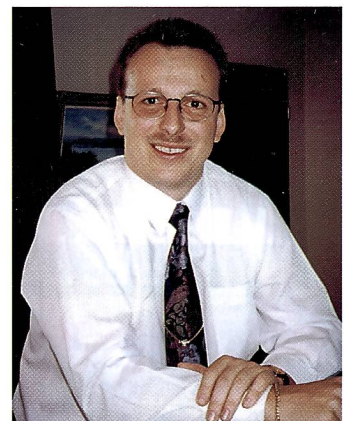
Kim: Bis Ende nächsten Jahres dürften es zwischen 100 und 200 sein.

FOTOintern: Hinzu kommen Grossverteiler, wie beispielsweise die Migros ...

Kim: An Grossverteilern kommt heute niemand mehr vorbei, doch glauben wir, auch dort mit unserer Samsung Fino-Linie schon bald eine starke Position erreichen zu können.

FOTOintern: Herr Conzelmann, seit Ihrer Zuppinger-Aktivität sind ein paar Monate ohne Samsung-Vertretung ins Land gezogen. Lässt sich ein solches Loch wieder stopfen, oder haben sich Ihre früheren Kunden mit anderen Modellen eingedeckt?

Conzelmann: Noch ist es für ein schlüssiges Bild etwas verfrüht, aber die bisherigen Gespräche mit früheren Kunden verlaufen durchwegs positiv. In vielen Geschäften



Marcel Conzelmann: «Die Kompaktkamera Samsung Vega 70 und das APS-Modell Rocas sind für das Weihnachtsgeschäft unsere Topprodukte.»

waren die Samsung-Modelle tatsächlich völlig ausverkauft, so dass wir nun nach der Photokina die Gelegenheit haben, mit den neuen Modellen frisch zu starten. Das ist ein grosser Pluspunkt.

FOTOintern: Welches sind die Topmodelle?

Conzelmann: Ganz eindeutig die Vega 70 als hervorragend ausgestattete Kleinbildkompakte und die Rocas als preiswerte APS-Kamera. Beide Modelle werden vom Handel sehr gut aufgenommen.

FOTOintern: Besten Dank für das Gespräch.