

# "Im Fotohandel stark zugelegt - mit anspruchsvollen Kameras"

Autor(en): **Piazza, Marco Di**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **12 (2005)**

Heft 7

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979306>

## **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.

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  
Fotointern

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 Werberberater und Plakatgesellschaften intensiv mit deren neuen Einsatzmöglichkeiten auseinander. Einmal da, wird sich das neue Medium schlagartig durchsetzen. Stellen Sie sich vor, dass Sie sich gemütlich in die Bahn setzen, das Handy mit dem ausgerollten E-Papier verbinden und so den Tag lesen, im Internet surfen oder Ihre neuesten E-Mails lesen. 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 töteln! Und deshalb wird das neue Medium das Papier nicht ersetzen ...

*Urs Tillmanns*

## 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 Vergangenheit weltweit immer wieder für Schlagzeilen. Wie positioniert sich der Konzern heute?**

**Marco Di Piazza:** Sony hat viele Hausaufgaben erledigt und ist

daran, weitere anzugehen. In jedem Fall nimmt der Content-Bereich als logische Ergänzung zur Elektronik an Bedeutung zu, was durch die neuesten Akquisitionen des Filmgeschäfts von MGM sowie durch die Übernahme

me 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 Content- wie auch im Hardware-Bereich mit.

**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

### safari

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

Seite 10

## Canon EOS 1Ds und Nikon D2x im Test

Seite 6

### fujifilm s3

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

Seite 14

### zürifoti

Gemeinsam sind wir stark – die Generalversammlung der Zürcher Fotohändler.

Seite 19

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](http://www.fotolaboclub.ch) herunter und geben Sie den Aktionscode bei der Erfassung Ihrer Bestellung ein.



Fortsetzung von Seite 1

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-Produktlinie: Die Sony-Ingenieure hatten dabei die Vorgabe, Top-Produkte mit den neuesten und besten technologischen Möglichkeiten und Komponenten zu entwickeln. Entstanden ist eine Produktlinie 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 Electronic 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 Haushalte 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 einsetzen 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-



«Der Bereich Homeprinting wird ein starkes Wachstum aufweisen. Sony hat und bringt neue Produkte für den einfachen Sofortausdruck von Bildern.»

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 bequem 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 funktionsstüchtig ausstellen, ohne einen Diebstahl des Memory Sticks zu befürchten und kann zudem Zusatzverkäufe realisieren, da aufgrund des nun integrierten

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

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 jetzt, 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 High Definition 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

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



«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 Fotohandel 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 Beamerbusiness kann somit für den Fotohandel ein lukratives Zusatzgeschäft sein, um insbesondere einen Ausgleich zu schaffen zum Preisdruck im Kameramarkt.