



Panasonic erfolgreich im Jubiläumsjahr

Neue Sensortechnologie

Panasonic blickt zufrieden auf das Jahr zurück, in dem das japanische Unternehmen sein 100jähriges Bestehen feierte. Trotz der nicht immer zufriedenstellenden Nachfrage nach CE-Produkten konnte Panasonic in wichtigen Bereichen seine Marktanteile ausbauen. Dieser Erfolg ist vor allem der Tatsache zu verdanken, dass sich der Konzern in den wenigen Marktsegmenten, die 2018 Wachstum verzeichneten, besonders stark aufgestellt hat. Diesen Schwung will Panasonic auch ins Jahr 2019 mitnehmen, in dem eine neue Generation von Kamera-Sensoren zu erwarten ist.

Die Basis für seine Erfolge in diesem Jahr hat Panasonic vor allem mit Innovationen gelegt: Im TV-Geschäft sind das erstklassige OLED-Fernseher, in denen anspruchsvolle Technologien

stecken, die gemeinsam mit Spezialisten in Hollywood entwickelt wurden. Im schwachen Kameramarkt hat Panasonic das einzige Wachstumssegment, die spiegellosen System-

kameras, vor 10 Jahren sogar erfunden und danach immer wieder mit neuen Ideen, wie z. B. den 4K Foto-Funktionen, belebt. Zuletzt stellte das Unternehmen auf der photokina mit der Ankündigung seiner ersten Vollformat-DSLMs und der Kooperation mit Leica und Sigma die Weichen für den Aufbruch ins Profi-Segment. PoS-MAIL hat mit Kai Hillebrandt, Panasonic Managing Director DACH+NL, darüber gesprochen, mit welchen Gefühlen er auf 2018 zurückblickt und welche Impulse Panasonic 2019 setzen will.

imaging+foto-contact: *Wie sind Sie mit der Entwicklung von Panasonic im Jubiläumsjahr zufrieden?*

Kai Hillebrandt: 2018 war für uns

sowohl ein spannendes als auch erfolgreiches Jahr und ist es noch. Wir sind mehr als zufrieden mit unserer aktuellen Marktposition. Im Bereich Fotografie sind wir stärker denn je: Mit unseren spiegellosen Kameras und der Innovationskraft des von uns vor zehn Jahren begründeten DSLM-Segments haben wir uns eine herausragende Marktposition erarbeitet. Gut zehn Jahre ist es her, seit Panasonic mit der Limix G1 die weltweit erste spiegellose Wechselobjektiv-Kamera vorgestellt hat. Diese Technologie ist in den vergangenen Jahren so weit gereift, dass spiegellose Kameras die konventionellen Spiegelreflexmodelle in puncto Qualität und Leistungsfähigkeit mittlerweile überholt haben. Seit April 2018 liegen die DSLM-Kameras in Deutschland auch bei Verkaufszahlen und Umsatz vorne.

imaging+foto-contact: Wird sich diese Entwicklung auch im Weihnachtsgeschäft fortsetzen?

Kai Hillebrandt: Davon gehe ich aus. Das Geschäft mit den spiegellosen Modellen ist aktuell das einzige wachsende Segment im deutschen Kameramarkt. Mit unserer Cash-back-Aktion, auf die ich an dieser Stelle noch einmal ganz besonders hinweisen möchte, erreichen wir über 500 Millionen Werbekontakte auf den unterschiedlichsten Kanälen. Damit erzeugen wir für den Handel einen zusätzlichen Pull-Effekt im ohnehin schon nachfragestarken Weihnachtsgeschäft.

imaging+foto-contact: Werfen wir einen Blick in das neue Jahr. Welche Aktivitäten für den Fachhandel plant Panasonic 2019?

Kai Hillebrandt: Natürlich haben wir auch für das kommende Jahr verschiedene Aktionen geplant. Dazu gehören neben unserer jährlichen

Panasonic Europa Convention im Februar auch kleinere, intimere Events wie die regelmäßig stattfindenden Schulungsveranstaltungen. Denn wir sind davon überzeugt, dass die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft des Fachhandels in der Kombination eines attraktiven Ladengeschäfts mit gut strukturiertem Sortiment und einer umfangreichen Kenntnis der aktuellen Innovationen auf dem Markt besteht. Dazu ist eine gute Qualifizierung des Verkaufspersonals, z. B. durch regelmäßige Schulungen, unerlässlich. Und natürlich werden wir unseren Partnern auch nächstes Jahr wieder klassisches PoS-Material zur Verfügung stellen und sie mit reichweitenstarken Werbe- und PR-Maßnahmen unterstützen.

imaging+foto-contact: Welche Innovationsschwerpunkte wird Panasonic 2019 und in den nächsten Jahren setzen?

Kai Hillebrandt: Wir stecken erhebliche Ressourcen in Forschung und Weiterentwicklung von Produkten. Das spielt bei uns eine immens große Rolle, und wir profitieren dabei von der besonderen Struktur des Konzerns: Die unterschiedlichen Geschäftsbereiche können auf die Neu- und Weiterentwicklungen anderer Produktgruppen zurückgreifen und damit die eigene Entwicklung beschleunigen. Ob Optik, Sensoren, Displaytechnologien – wir entwickeln unsere Technologien niemals nur für einzelne Produkte oder Bereiche, sondern alle Verantwortlichen im Konzern können das gesamte Know-How für ihre Produkte einsetzen. So spiegelt sich unsere Displaykompetenz beispielsweise nicht nur in unseren Fernsehern wider, sondern auch in Autos oder in Digital Signage Anwendungen.

imaging+foto-contact: Welche



Kai Hillebrandt, Panasonic Managing Director DACH+NL: „Das Geschäft mit den spiegellosen Modellen ist aktuell das einzige wachsende Segment im deutschen Kameramarkt.“

Innovationen kann der Fotohandel 2019 von Panasonic erwarten?

Kai Hillebrandt: Nachdem wir bereits bei den spiegellosen Systemkameras seit Jahren Maßstäbe setzen, zuletzt durch die Ankündigung der Vollformat-Modelle auf der photokina, wollen wir im nächsten Jahr auch unsere Kompaktkameras noch hochwertiger gestalten. Hinzu kommt ein wichtiger Durchbruch, der uns in der Sensor-Technologie gelungen ist: Wir haben unter Einsatz einer organisch aufgebauten, fotoleitenden Schicht eine neue Sensor-Generation entwickelt, die ein deutlich breiteres Farbspektrum und einen bis zu 100fach größeren Dynamik-Umfang einfangen kann als die Silikon-basierten BSI-Kamera-Sensoren der heutigen Generation. Das ist ein weiterer wichtiger Entwicklungsschritt, auf den wir sehr stolz sind und den wir natürlich für innovative Produkte nutzen werden.

imaging+foto-contact: Herr Hillebrandt, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Lumix Photo Adventure Irland

Fotoreise auf die grüne Insel

Gemeinsam mit Tourism Ireland, Highländer Reisen und der Reisebüro-Kette Best-Reisen hat Panasonic mit Lumix Photo Adventure Irland weitere Gruppenreisen mit dem Schwerpunkt Fotografie initiiert. Sie werden 2019 an vier ausgewählten Terminen mit je maximal 15 Personen stattfinden und können ab sofort über den Veranstalter Highländer Reisen sowie die Best-Reisebüros gebucht werden.

Die achttägige Reise soll die Teilnehmer von Tourmakeady aus zu den eindrucksvollsten Foto-Hotspots entlang des Wild Atlantic Way führen. Schroffe Steilhänge und einsame Strände, Kulturrelikte aus Zeiten vor den Pyramiden von Gizeh und quirlige Pubs mit lebendiger Live-Musik werden jede Menge Motive für die Photo-Adventure-Teilnehmer bieten. Neben den beliebten Höhepunkten an der Westküste Irlands werden sich die Fotogruppen auch auf Pfade abseits der Touristenrouten begeben.

„Die gute Zusammenarbeit mit Tourism Ireland, Highländer Reisen und Best-Reisen, um Irland in den Fokus der aktuellen Lumix Photo Adventure zu stellen, ist schon jetzt ein Erfolg“, betont Michael Langbehn, Head of

Auf der Lumix Photo Adventure Reise nach Irland können die Teilnehmer spektakuläre Motive erwarten.



PR, Media und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Die 360-Grad-Kampagne Lumix Photo Adventure bewährt sich damit auch mit einem europäischen Ziel als kontrastreiche Fotoreise.“

Vor drei Jahren hat Panasonic mit der Agentur Weltmeister die Kampagne „Lumix Photo Adventure“ ins Leben gerufen, die auf der einen Seite immer eine touristische Destination mit starken touristischen Unternehmen inszeniert, auf der anderen Seite Panasonic mit der Marke Lumix in den Mittelpunkt stellt. In den ersten Kampagnen wurden dabei für alle Beteiligten messbare Erfolge erzielt, Destinationspartner waren Texas, Costa Rica und nochmals zweimal Namibia; jetzt kommt Irland dazu.

Den Auftakt der Zusammenarbeit bildete eine gemeinsame Presse- und Produktionsreise in die Region des nördlichen Wild Atlantic Way, die von professionellen Lumix-Fotografen und -Videografen begleitet wurde. Die Tourismus-Partner und Panasonic

luden hierfür relevante Reise- und Fotografie-Medien ein, um im Rahmen der gemeinsamen Reise Land und Leute kennenzulernen und diese mit den neuen Kameramodellen von Lumix fotografisch zu erfassen.

Ausgewählte Fotos und Videos der Reise sind auf lumixgexperience.panasonic.de zu sehen. Dort finden Besucher auch Informationen zu den buchbaren Fotoreisen. Ab Januar werden gleich zwei Gewinnspiele die Kampagne abrunden: Auf der Panasonic Deutschland Website werden drei Reisen für jeweils zwei Personen zu vier Terminen der Highländer-Tour ausgelobt, die Irland Information Tourism Ireland verlost zudem auf www.ireland.com das Lumix-Modell GX9. In der Reiseindustrie wird die Lumix Photo Adventure Irland außerdem im Rahmen diverser Partner-Events vorgestellt sowie in Branchenmagazinen und Konsumentenmailings beworben. Die Kampagne wird zudem auf den Webseiten und Social-Media-Kanälen aller Partner kommuniziert.