

Die neue Sony Deutschland Spitze setzt auf den Fotohandel



Mit Vollformat-Kameras wie der Alpha 7R IV (links) und ...

... APS-C Modellen wie der Alpha 6600 (unten) bietet Sony dem Fotohandel die Möglichkeit, in beiden Marktsegmenten Premium-Produkte zu verkaufen.

Mit Partnern weiter wachsen



Seit dem 1. April dieses Jahres hat Sony Deutschland eine neue Spitze. Zu diesem Termin übernahm John Anderson die Position des Country Head, und der langjährige Vertriebsdirektor Thilo Röhrig erweiterte als Commercial Director Consumer Audio Video (CAV) seinen Verantwortungsbereich um das Marketing. Die beiden Manager bauen in ihren neuen Verantwortungsbereichen darauf auf, dass sich Sony bereits seit einigen Jahren auf die Vermarktung von margenträchtigen Premium-Produkten konzentriert. Damit ist das Unternehmen im Segment Digital Imaging besonders gut gefahren und macht inzwischen dem langjährigen Spitzenreiter Canon die Position als Nummer Eins (in Wert, Sept. 2018 – Aug. 2019) im Kameramarkt streitig.

Während Thilo Röhrig im Fotohandel seit Jahren gut bekannt ist, ist der Country Head von Sony Deutschland,

John Anderson, in der deutschen Fotobranche ein neues Gesicht. Er arbeitet bereits seit knapp drei Jahr-

zehnten in Führungspositionen für Sony und sammelte als Geschäftsführer von Sony Österreich auch Erfahrungen im deutschsprachigen Raum. Zu seinen weiteren Tätigkeiten gehörten die Position des Vice President Customer Service Europe, Vice President Home Entertainment & Sound und zuletzt die Funktion als Country Head von Sony Großbritannien und Irland.

Die neue Spitze von Sony Deutschland hat ihre Positionen in einer Zeit angetreten, in der es gleich in mehreren Segmenten des Kerngeschäfts große Herausforderungen gibt. Denn das wichtige TV-Geschäft und der Kamera-

markt sind aktuell bekanntlich nicht gerade von Wachstum geprägt. Marktveränderungen wie die Zentralisierung des Handels, Wirtschaftskrisen und die wachsende Marktmacht von globalen Online-Unternehmen wie Amazon machen das Leben für alle Beteiligten ebenfalls nicht einfacher. Zusätzlich liegt die Verantwortung für den Mobile-Bereich seit 01.04.2019 beim Management von Sony Deutschland in Berlin, während viele Mitarbeiter der Smartphone-Sparte weiter am Düsseldorfer Standort sitzen. imaging+foto-contact hat mit John Anderson und Thilo Röhrig über ihre Pläne für die Weiterentwicklung des Kamera-Geschäfts in Deutschland und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Anderson, Sie sind von Ihrer Position als Country Head von Sony in Großbritannien & Irland nach Deutschland gekommen. Fühlen Sie sich in Ihrer neuen Heimat wohl?

John Anderson: Ich fühle mich in Deutschland sehr wohl, weil ich auf der sehr positiven Entwicklung der letzten Jahre aufbauen kann. Besonders beeindruckt bin ich von dem guten und soliden Verhältnis zum Fachhandel. In diesem Segment haben wir in den vergangenen zwei Jahren unseren Marktanteil verdoppelt und sind nicht nur im Bereich Consumer Electronics, sondern auch im Fotohandel besonders erfolgreich. Das sind gute Voraussetzungen, um diese Partnerschaften strategisch auszubauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen zu erzeugen.

imaging+foto-contact: Worauf führen Sie die positive Entwicklung der letzten Jahre zurück?

John Anderson: Die Tatsache, dass wir trotz der harten Bedingungen, die in den letzten Jahren den Kamera-



John Anderson, Country Head Sony Deutschland: „Wir wollen die Partnerschaften mit dem Fachhandel und den Kooperationszentralen strategisch ausbauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen erzeugen.“

markt kennzeichneten, Marktanteile gewonnen haben, ist eine Bestätigung für die Produkt-Strategie von Sony und die Aktivitäten meines Kollegen Thilo Röhrig beim Vertrieb über den Fachhandel. Sony hat in den letzten Jahren besonders viele Premium-Produkte eingeführt und das heutige Wachstumssegment der spiegellosen Vollformatkameras überhaupt erst geschaffen. Wenn sich seit einem Jahr auch andere Anbieter in diesem Feld zu etablieren versuchen, dann zeigt das deutlich, welche erfolgreiche Pionierarbeit Sony hier geleistet hat. Wir haben mit Kameras wie der Alpha 7R III mit 42,4 Megapixeln und der Alpha 7 III mit 24, 2 Megapixeln die Maßstäbe gesetzt, an denen sich andere nun orientieren. Mit der neuen Alpha 7R IV unterstreichen wir erneut unseren Führungsanspruch. Denn diese Kamera verbindet die in dieser Klasse einzigartige Auflösung von 61 Megapixeln mit einem spektakulären Kontrastumfang sowie nochmals verbesserter Präzision und Schnelligkeit. Damit kann man auf

höchstem Niveau fotografieren und videofilmen. Mit den APS-C Modellen machen wir einige der Technologien aus dem Vollformat-Sortiment auch größeren Zielgruppen zugänglich und geben so dem Fotohandel die Möglichkeit, in den verkaufstarken Segmenten von unserer Innovationskraft zu profitieren.

imaging+foto-contact: Wie helfen Sie Ihren Handelspartnern bei der Vermarktung dieser anspruchsvollen Produkte?

Thilo Röhrig: Mit unserem 50-köpfigen Außendienst haben wir eine der größten Mannschaften der Branche und sind in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen. Dazu gehören auch Schulungsmaßnahmen und die Entwicklung individueller PoS-Lösungen für die Handelspartner, die an unserem selektiven Vertrieb teilnehmen. Die wichtigste Unterstützung beim Abverkauf sind allerdings die Qualität und die wegweisende Ausstattung unserer Kameras. Nicht ohne Grund haben wir im Segment Digital Imaging



Thilo Röhrig, Commercial Director Consumer Audio Video (CAV): „Mit einer der größten Mannschaften der Branche sind wir in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen.“

soeben nicht weniger als sechs EISA Awards eingesammelt. Besonders stolz sind wir auf die Auszeichnung in der Klasse „Foto Innovation“, denn als Kamerahersteller hat Sony eine viel kürzere Tradition als andere große Namen, und deshalb freuen wir uns, dass der technologische Durchbruch, den unser Echtzeit-Autofokus darstellt, von der EISA Jury anerkannt wurde.

imaging+foto-contact: Was können Ihre Handelspartner davon erwarten, dass Sony Mobile jetzt zum Portfolio von Sony Deutschland gehört?

Thilo Röhrig: Damit ist Sony jetzt in der Lage, den Kunden gemeinsam mit dem Fachhandel komplette Produktwelten anzubieten. Im Moment konzentrieren wir uns darauf, alle Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit den neuen Produkten vertraut zu machen, damit sie in der Lage sind, das gesamte Sony-Portfolio zu vermarkten und unsere Handelspartner dabei effizient zu betreuen.

imaging+foto-contact: Wo liegen

die personellen Verantwortlichkeiten für Sony Mobile?

John Anderson: Seit dem Frühjahr wurde das Vertriebs- und Marketing-Team von Sony Mobile in die Deutschland-Organisation von Sony Consumer Electronics eingegliedert. Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes verantwortet Thilo Röhrig auch den gesamten Mobile-Vertrieb. Innerhalb dieser neuen Strukturen ist Jan Costathiele als Sales Head Mobile Operators für die strategische Weiterentwicklung dieses Bereiches verantwortlich, um z. B. Vermarktungskonzepte für den neuen Mobilfunkstandard 5G in Sony Xperia Smartphones zu entwickeln. Darüber hinaus prüfen wir, ob der Bereich Mobile Operators in Zukunft als zusätzlicher Vertriebskanal für das CAV-Portfolio agieren könnte, um weitere Synergien zu schaffen.

imaging+foto-contact: Welche Produkte aus dem Sony Mobile Portfolio sind im Premium-Segment besonders wichtig?

Thilo Röhrig: Unser Flaggschiff ist natürlich das Xperia 1, das als erstes Smartphone mit einem 21:9 Cinema-Wide Format Display mit 6,5 Zoll großem 4K HDR OLED Panel aufwartet. Auf der IFA haben wir diesem Spitzenprodukt eine schlanke Variante an die Seite gestellt: Das Xperia 5 mit einem 6,1 Zoll FHD+ HDR OLED Display im 21:9 CinemaWide Format. Wie das Xperia 1 ist es mit unserer Triple-Kamera ausgestattet, die wichtige Technologien aus den erfolgreichen Alpha-Systemkameras enthält und mit drei 12-Megapixel-Modulen den gesamten Brennweitenbereich vom Super-Weitwinkel bis zum Tele abdeckt. Das sind wegweisende Features, mit denen wir auch dem Fotohandel die Möglichkeit bieten, von der ungebrochenen Beliebtheit der Smartphone-Fotografie zu profitieren und neue Kundengruppen zu erreichen, die sich später vielleicht auch für unser Alpha-System begeistern lassen.

imaging+foto-contact: Die IFA liegt gerade hinter uns. Welche Rolle spielen Großmessen dieser Art für einen Premium-Anbieter wie Sony?

John Anderson: Die IFA 2019 hat soeben wieder deutlich gemacht, dass richtig positionierte Großmessen eine wichtige Plattform sind, um – auch durch ihre große Medienresonanz – öffentliche Aufmerksamkeit für die Innovationen der Consumer Electronics Branche zu schaffen. Das war ein guter Auftakt für die umsatzstärkste Zeit des Jahres, die heutzutage ja schon früher beginnt als das klassische Weihnachtsgeschäft, weil der Black Friday inzwischen ein erster Höhepunkt geworden ist.

imaging+foto-contact: Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Sowohl das Smartphone Flaggschiff Xperia 1 als auch die IFA-Neuheit Xperia 5 ist mit der Triple-Kamera von Sony ausgestattet, die wichtige Technologien der Alpha-Systemkameras enthält.