PRESSEINFORMATION

Nr. 053/FY2016, September 2016

15 Jahre LUMIX – 15 Jahre Fotoinnovationen

Die Kameramarke von Panasonic setzt Trends statt ihnen nachzueifern

Diesen Pressetext und Pressefotos (downloadfähig mit 300 dpi) finden Sie unter [www.panasonic.com/de/corporate/presse.html](http://www.panasonic.com/de/corporate/presse.html)

Hamburg, September 2016 – Seit inzwischen 15 Jahren stellt Panasonic unter der Marke LUMIX Digitalkameras her. Der Erfolg hält nach wie vor an: Im Schnitt der letzten Monate erreichten die Umsatzzahlen ein Allzeithoch. Christian Sokcevic, Managing Director DACH und NL, Michael List, Sales Director CE DACH und Armando Romagnolo, Marketing Director CE bei Panasonic erklären, wie LUMIX in einem bewegten Markt und trotz schwieriger Umstände ein stetiges Wachstum erreichen konnte.

Christian Sokcevic

Armando Romagnolo



Michael List



„Der Erfolg von LUMIX liegt in einer ambitionierten aber gleichzeitig vernünftigen, langfristigen Strategie“, erklärt Christian Sokcevic. „Wir haben uns dabei von Anfang an auf unsere eigenen Werte konzentriert, anstatt Produkte und Ideen anderer Hersteller zu imitieren. Durch die Innovationskraft, die wir im Zusammenspiel mit anderen Produktbereichen des Panasonic Konzerns entwickeln, haben wir kontinuierlich neue Funktionen und Technologien vorgestellt, die der gesamten Branche neue Impulse gegeben haben.“ Seit dem Start der Marke im Jahr 2001 liegt der Fokus dieser Entwicklungsarbeit auf Qualität und technischem Mehrwert. So stattete LUMIX als erster Hersteller Kompaktkameras mit einem 24mm Weitwinkelobjektiv aus und entwickelte fortlaufend die Bildstabilisatoren für verschiedene Kameralinien weiter. Für die jüngste Generation, den Dual IS erhielt LUMIX gerade den EISA Award für die Innovation des Jahres. Den größten Einfluss auf die Fotografie hatte allerdings die Einführung der spiegellosen Systemkameras (DSLM), mit der LUMIX 2008 eine ganz neue Kameraklasse begründete. „Die LUMIX G1 markiert einen Meilenstein der Fotografie“, so Armando Romagnolo. „Mittlerweile stellt der Micro-FourThirds-Standard das größte System auf dem gesamten Markt. Fotografen vom Anfänger bis zum Vollprofi schätzen die Möglichkeiten, die diese junge Technologie ihnen bietet.“ Smartphones haben in den vergangenen Jahren bei vielen Kunden die Kompaktkameras weitestgehend ersetzt. Um dennoch erfolgreich zu sein, setzte Panasonic schon frühzeitig auf Produkte, die einen Mehrwert gegenüber Smartphones bieten: hochwertige Kompakte und Wechselobjektivkameras mit einem großen Objektivangebot. Unter der selben Maßgabe wurden auch die diesjährigen Photokina Neuheiten von LUMIX entwickelt: Mit der LX15 erweitert LUMIX sein Angebot an Premium Kompaktkameras mit einem besonders lichtstarken Objektiv, die FZ2000 ergänzt das Portfolio an Bridgekameras mit großem Zoombereich und die G81 ist das neueste Allround DSLM Modell für Step-up User in der erfolgreichen LUMIX G Reihe. „Unsere Kameras müssen dem Konsumenten mehr bieten, als eine App. Wir liefern deshalb mit unseren Kameras Mehrwerte für diejenigen, die – nicht selten über die Fotografiefunktion im Smartphone – eine Liebe zur Fotografie entwickeln und sich mehr Qualität und fotografische Gestaltungsmöglichkeiten wünschen. Wir betrachten das Smartphone daher nicht als Bedrohung für den Kameramarkt, sondern als Trittbrett für den Einstieg in die Fotografie“, so Christian Sokcevic.

Eine entscheidende Rolle in dieser Strategie kommt dem beratenden Fachhandel zu. Michael List: „Den beständigen Erfolg verdanken wir ganz maßgeblich dem Fachhandel, der es seit Jahren schafft, den Konsumenten den Mehrwert unserer Produkte zu vermitteln. Gerade die Funktionen und Technologien, die den Kunden neu sind, machen oftmals den entscheidenden Mehrwert gegenüber Smartphones und den Modellen anderer Hersteller aus. Damit wir so erfolgreich sind wie in den letzten Jahren, müssen diese Funktionen also kundengerecht erklärt werden. Für diesen immens wichtigen Beitrag zu unserem erfolgreichen Geschäft sind wir dem Fachhandel sehr dankbar.“ Christian Sokcevic ergänzt: „Um auch künftig erfolgreich zu sein, sind wir gefordert, technisch weiterhin innovativ zu bleiben. Funktionen wie 4K Foto und Post Focus bieten Kunden entscheidende Mehrwerte. Wir als Entwickler einer produktbereichsübergreifenden 4K Wertschöpfungskette sind prädestiniert, um hier auch weiterhin die Nase vorn zu haben. Man wird also auch zukünftig auf Panasonic und LUMIX zählen können: als Innovationsführer und als zuverlässiger Partner des Handels, der mit stabilen Margen und praxisnahem Support den Handel stärkt.“

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive, Enterprise Solutions und Device Industries. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte Panasonic weltweit und unterhält inzwischen 474 Tochtergesellschaften und 94 Beteiligungsunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2016) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,553 Billionen Yen/56,794 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter [www.panasonic.com/global/home.html](http://www.panasonic.com/global/home.html), [www.lumixgexperience.panasonic.de/](https://www.lumixgexperience.panasonic.de/) und [www.experience.panasonic.de/](http://www.experience.panasonic.de/).

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland

Eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH

Winsbergring 15

22525 Hamburg

**Ansprechpartner für Presseanfragen:**  
Michael Langbehn  
Tel.: 040 / 8549-0   
E-Mail: [presse.kontakt@eu.panasonic.com](mailto:presse.kontakt@eu.panasonic.com)