Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **6 (1999)**

Heft 16

PDF erstellt am: **03.06.2024**

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.

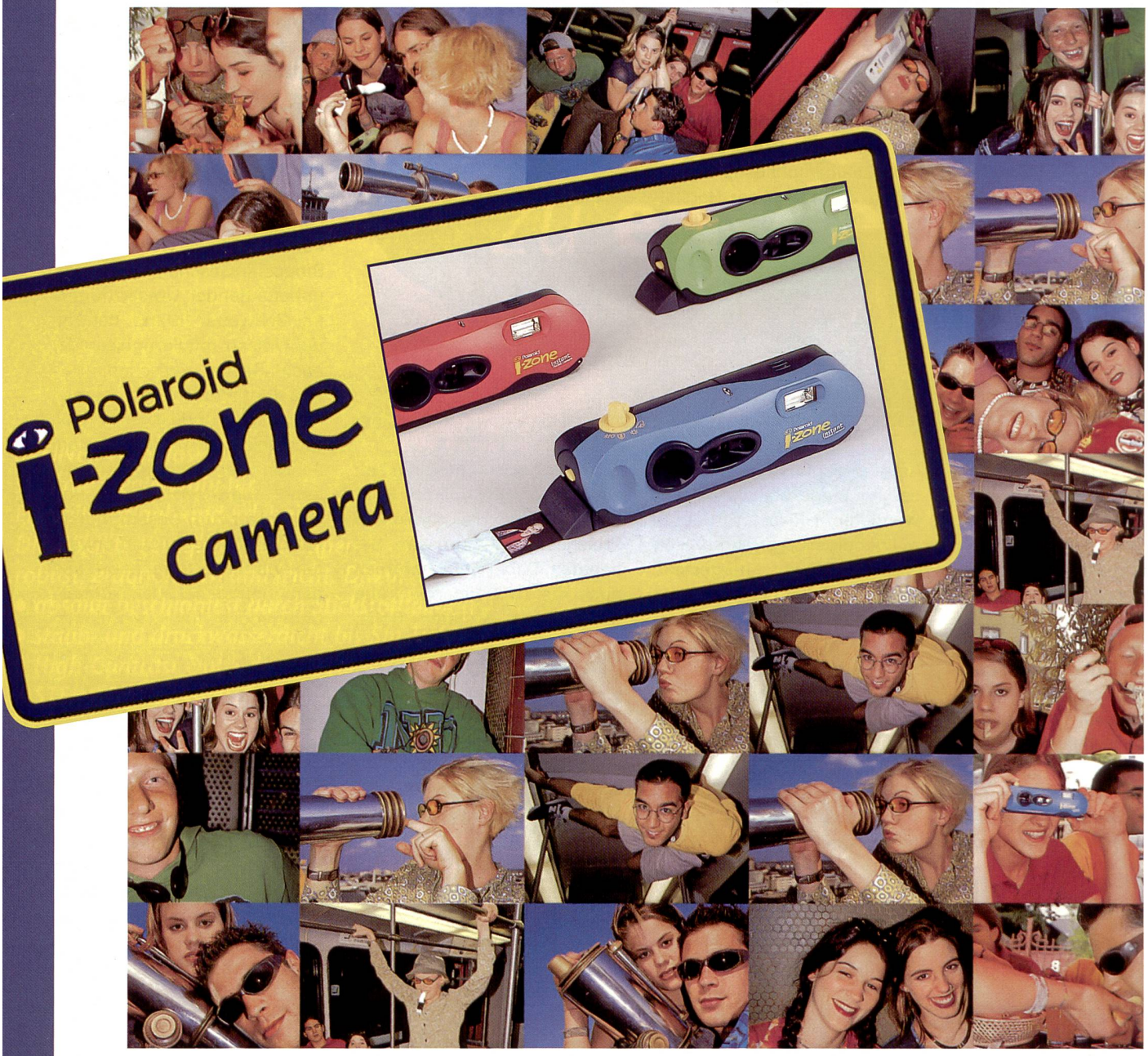
Haftungsausschluss

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Ab sofort ist mini-mini-mini-mini multi-maxi-trendy-mega-giga-cool.



Was heisst hier mini? Mega finden es alle, die das Polaroid Neuland i-zone betreten. Zum Beispiel über zwei Millionen Japaner, die sich mit der jüngsten, kleinsten und preiswertesten Polaroid Sofortbildkamera eine neue Form der Lifestyle-Kommunikation erschlossen haben. Nach dem Motto: Leben und Klebenlassen. Indem Sie die kleinbilddiagrossen Bilder im Portemonnaie bei sich tragen, in Kleinstalben präsentieren, per E-Mail verschicken – vor allem aber auf alles Kleben, was sich zum Verzieren eignet. Dafür gibt es nämlich den selbstklebenden Sticker-Film. Was den Japanern recht ist, wird den Schweizern billig sein: Fr. 39.90 für die kompakte Polaroid i-zone in Blau, Rot oder Grün (inkl. Blitz-Batterien und 6er-Testfilm), Fr. 9.90 für den 12erFilm, Fr. 11.90 für den Sticker-Film (beide ISO 640). Zur verkaufsfördernden Präsentation erhalten Sie attraktive Merchandising-Kits. Bestellen Sie jetzt über Telefon 01/212 50 55 oder bei Ihrem Verkaufsberater. Je eher, desto besser, denn ausgeliefert wird in der Reihenfolge des Bestellungseingangs.

Polaroid LIVE FOR THE MOMENT

SVPG

Paul Schenk
Präsident des SVPG

Gehört die Fernoptik ins Fotofachgeschäft?

Vom Operngucker bis zum meterlangen Fernrohr zur Beobachtung der Bergsteiger in der Eigernordwand, gibt es ein Riesenangebot mit klingenden Namen von Admiral bis Zeiss – ganz abgesehen von den preisgünstigen «Nonames».
Ferngläser, wie sie richtig heissen, werden angeboten mit einer fünf-, zehn- ja 20jährigen oder sogar lebenslangen Garantie. Das ist eines von vielen guten Verkaufsargumenten! Andererseits heisst das aber, dass Ferngläser weniger häufig ersetzt werden als Kameras, ausser von Jägern, Ornithologen, Hobby-Sternguckern und anderen anspruchsvolleren Kunden, die öfters ein neueres und auf Grund verbesserter Technologie eben doch wieder leistungsfähigeres Fernglas anschaffen. Oder dann wird auch ein neues Fernglas gekauft, wenn wieder einmal eines mitsamt dem Rucksack den Berg hinunterpurzelt ...
In der Regel sind Ferngläser auch nicht dem schnellen technologischen Wandel ausgesetzt und bleiben wertmässig lange Zeit erhalten. Auch hat der Fotohändler auf Ferngläsern noch eine vernünftige Marge, die ein ausführlicheres Kundengespräch zulässt. Sie sind auch einfacher zu verkaufen als Kameras und bringen neue Kundschaft in den Laden. Zudem herrscht ein weniger wütendender Konkurrenzkampf als dies bei den vielen preissensitiven Kamera der Fall ist. All dies sind durchwegs positive Argumente für den Fotofachhandel, Ferngläser als Produkte mit guter Wertschöpfung im Zusatzsortiment anzubieten. Eine vernünftige Auswahl einiger qualitativ hochstehender Markengläser verlangt keine grossen Investitionen und stellt auch kaum ein langfristiges Lagerrisiko dar. Zudem werden diese mehrheitlich von den selben Lieferanten angeboten wie unsere Fotoartikel, was ein höheres Gesamtvolumen ergibt.
Über alles gesehen ist die Fernoptik ein Zusatzgeschäft, mit dem man sicher keine Riesenumsätze erreichen kann, aber ein sicheres Geschäft, auf das der Fotohändler nicht verzichten sollte. Allerdings predigt der Schreibende etwas, was er selber nicht tut. Das aber hat einen kollegialen Grund: Gleich gegenüber meines Geschäftes befindet sich ein renommierter Optiker, der in seinem Laden ein sehr umfangreiches Fernglassortiment führt. Er schickt mir die Fotokunden, und ich empfehle ihn, wenn sich jemand nach Ferngläsern erkundigt. Ihm Konkurrenz machen zu wollen, wäre wohl ein schlechter Schachzug ... Euer Präsi

Paul Schenk, SVPG-Präsident, 3800 Unterseen, Tel. 033 823 20 20, Fax -- 20 21

in eigener sache

Gratisabos werden stark reduziert

Die Tatsache, dass die Post ab 1. Januar 2000 nur noch regulär abonnierte Exemplare von Fachzeitschriften zum ermässigten Zeitungstarif befördert, zwingt uns dazu, die Bezugsadressen von FOTOintern zu überarbeiten und ab genanntem Datum die bisherigen Gratiszustellungen zu stoppen.
Ausgenommen davon sind Lehrlinge, die FOTOintern mit dem speziellen Coupon (siehe Seite 32) als Gratisabo unter Beilage des Lehrlingsausweises bestellt haben, sowie Mitglieder von verlagsanerkannten Berufsverbänden.
Sollten Sie FOTOintern bisher kostenlos erhalten haben, so besteht nun die Möglichkeit, FOTOintern zu einem vorteilhaften Aktionspreis zu abonnieren.
Das Abonnement kostet jetzt nur Fr. 38.– (statt Fr. 48.–) für ein Jahr und Fr. 68.– (statt Fr. 96.–) für zwei Jahre. Das ist für eine vierzehntäglich erscheinende Brancheninformation mit 20 Ausgaben pro Jahr äusserst günstig.
Sichern Sie sich durch Ihr Abonnement weiterhin die lückenlose Zustellung von FOTOintern. Rufen Sie uns an – **Telefon 071 844 91 52** – und teilen Sie uns mit, für welche Aboart Sie sich entschieden haben. Wir danken Ihnen für Ihr Verständnis und hoffen, Sie weiterhin zu unserem Leserkreis zählen zu dürfen.

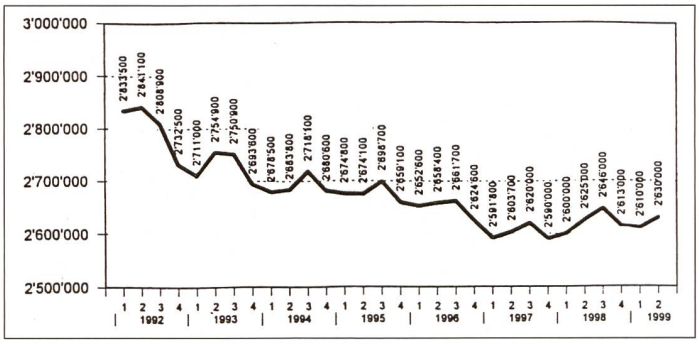
INFO-ECKE OLYMPUS

Vielseitig einsetzbares Zoom-Fernglas
7–15 x 25 ZOOM PC

Ausgestattet mit neuesten Funktionen ist das in attraktivem Silbermetallic gehaltene Fernglas der ideale Begleiter auf Reisen, bei Sportveranstaltungen und Outdoor-Aktivitäten. Im neuen Olympus Zoom Fernglas kommt ein ED (Extraordinary Dispersion)-Glaslinsenelement zum Einsatz. Dank seiner Zoom-Bandbreite von 7–15x ist es für ein breites Einsatzspektrum geeignet. Die Nutzung der Zoom-Funktion ist bemerkenswert benutzerfreundlich: Ein sanfter Druck auf den Zoom-Knopf genügt, damit das ausgewählte Objektiv automatisch stark vergrössert dargestellt wird.
Für weitere Informationen stehen Ihnen unsere Gebietsverkaufsleiter und unser Verkaufsbüro gerne zur Verfügung.

OLYMPUS
THE VISIBLE DIFFERENCE
Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications
Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Beschäftigungswachstum hält an



Die Lage auf dem Arbeitsmarkt verbessert sich weiter. Gemäss der vom Bundesamt für Statistik veröffentlichten Beschäftigungsstatistik stieg die Zahl der Beschäftigten im zweiten Quartal 1999 auf 2'630'000 an. Binnen Jahresfrist konnten rund 5'000 neue Vollzeitstellen geschaffen werden, was ein Zuwachs von 0,2 % darstellt. Einen wesentlich kräftigeren Anstieg gab es bei den Teilzeitstellen, deren Zahl innerhalb des letzten Jahres um 22'000 zugenommen hat oder um plus 2,5 %.
Die Beschäftigungsaussichten werden von den Betrieben noch einmal positiver beurteilt. 47 % der befragten Unternehmungen möchten ihre Beschäftigungszahl auch im kommenden Jahr erhöhen. Besonders gefragt sind dabei qualifizierte Arbeitskräfte. 27 % der befragten Betriebe beklagen einen Mangel an Fachpersonal.

Image Trade

HERMA

Fotohüllen, Ringalben, Fotokleber, Passepartouts, PhotoPrint

Bahnhofstrasse 14, 5745 Safenwil, Tel. 062 7979590. Fax 062 7979591, E-Mail: info@imagetrade.ch