Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 5 (1998)

Heft: 2

Artikel: Unsere Leser haben entschieden : das waren die besten Anzeigen des Jahres '97

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979831

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Unsere Leser haben entschieden:

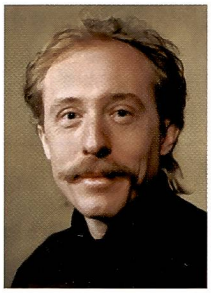
Das war die beste ganzseitige Anzeige des Jahres 1997, die in FOTOintern publiziert wurde.

Die Marke, das Produkt
Mit der EOS IX lancierte Canon eine ausgereifte APS-Reflexkamera, die sich durch ein kompaktes Design auszeichnet und mit allen Canon EF-Objektiven kompatibel ist.

Die Zielsetzung
Die Werbeagentur TBWA/H neth-work in Amsterdam erhielt den Auftrag, eine Kampagne zu kreieren, die die EOS IX an die Spitze des APS-Spiegelreflex-Marktes führen sollte.

Die Realisation
Die wichtigste Zielgruppe der Canon EOS IX legt Wert auf Design, Trends und Markennamen. Dementsprechend widerspiegelt das Inserat das japanische Aesthetik-Verständnis: Schönheit durch Einfachheit.

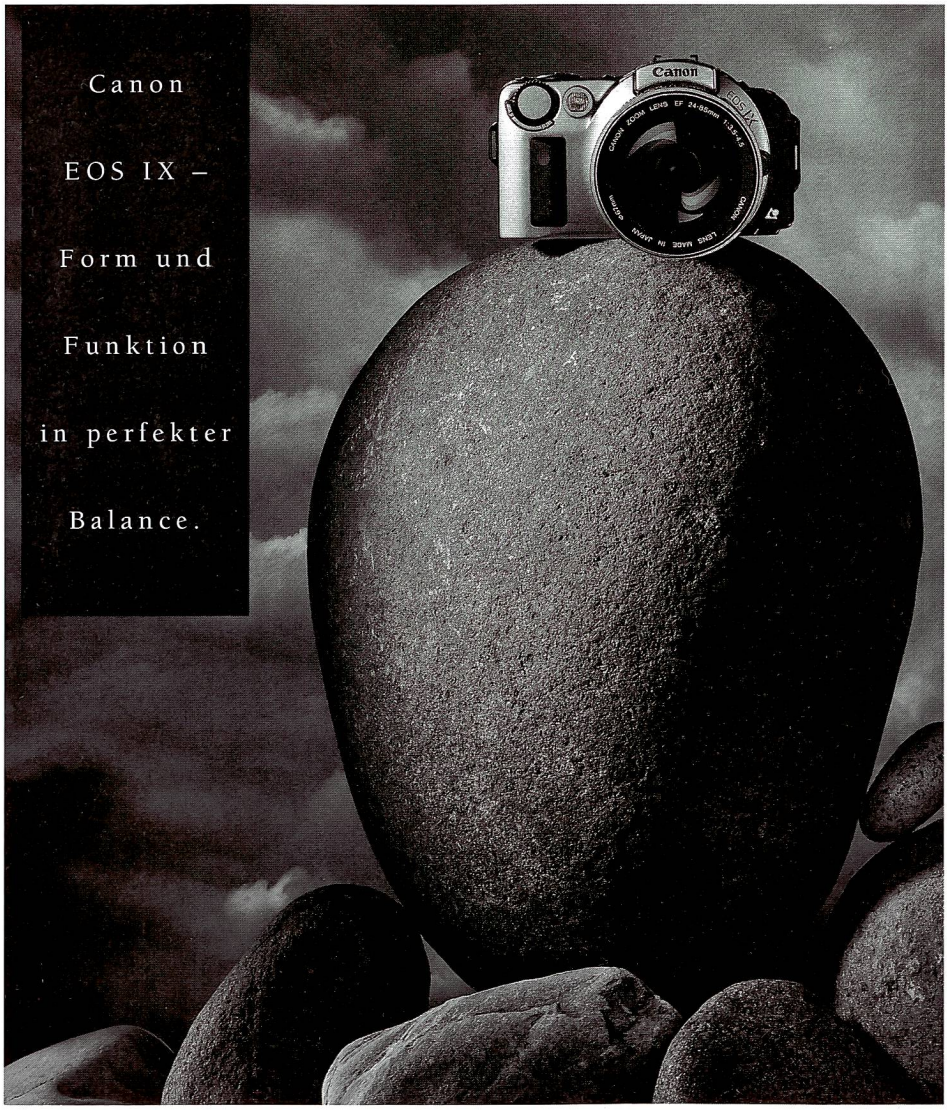
Der Gewinner:



Den 1. Preis, eine Canon-Kamera im Wert von Fr. 1500.– gewann Fotograf Peter Hagmann in Olten.

Herzlichen Glückwunsch

1. Canon



Die EOS IX ist mehr als eine neue Kamera. Sie erfüllt den Wunschtraum vieler Foto-Amateure, weil sie die Technik der professionellen EOS Serie von Canon mit dem einfachen und zukunftsweisenden „Advanced Photo System" verbindet: Das Meisterwerk eines neuen Zeitalters der Fotografie. EOS IX

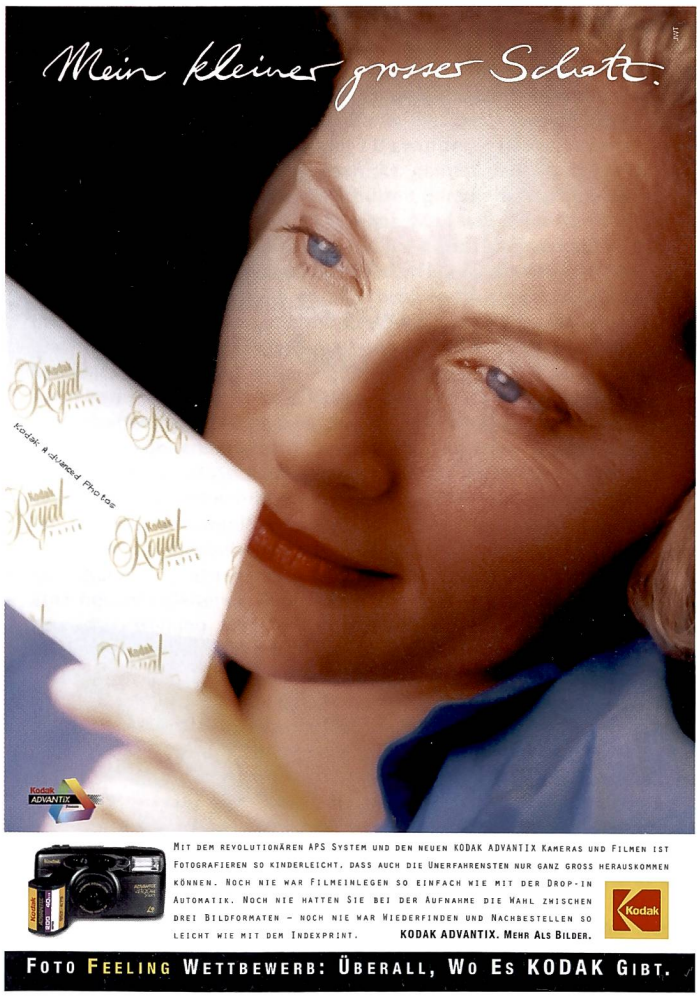
DIE EOS IX. VON CANON GESCHAFFEN, ALL IHRE SINNE ZU ERFREUEN.

Canon (Schweiz) AG, Industriestrasse 12, 8305 Dietlikon, Tel. (01) 835 61 61, Fax (01) 835 65 26

Canon

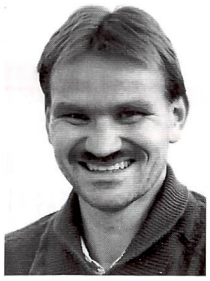
Das waren die besten Anzeigen des Jahres '97

2. Kodak



Die Idee und Realisation

«Feeling», der erfolgreiche Wettbewerb von Kodak, wurde mit einer gefühlvollen und ausdrucksstarken Kampagne der Werbeagentur J. Walter Thompson, Zürich, lanciert.



Der Gewinner:

Den 2. Preis, Kodak Filmmaterial im Wert von Fr. 1000.–, gewann Dieter Spinnler, Werbe- und Modefotograf in Wiesen.

Herzlichen Glückwunsch

3. Minolta

Die Idee und Realisation

Die Minolta Vectis S-1 ist neben der günstigeren Vectis S-100 die einzige spritzwassergeschützte APS-Spiegelreflexkamera. Die Anzeige wurde von der Agentur JvMtechnik gestaltet.

Die Gewinnerin:

Den 3. Preis, eine Minolta APS-Kamera im Wert von Fr. 500.–, gewann Claudia Lüthi, die bei Silent Gliss International in der Forschung tätig ist.

Herzlichen Glückwunsch

Riesen-APS-Aktion*

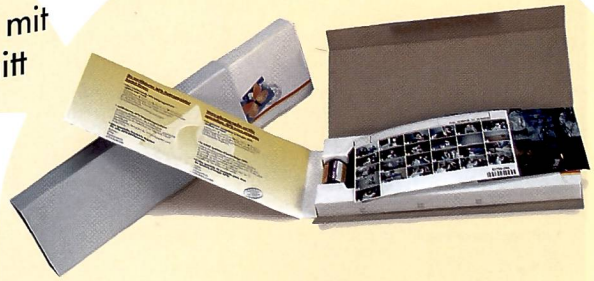
1. Wir arbeiten gratis für Sie!*

In den Monaten November '97, Dezember '97, Januar '98 und Februar '98 verarbeiten wir einen ganzen Tag lang Ihre sämtlichen APS-Erstaufträge (Entwicklung, Index und Kopien in allen drei 10er-Formaten) **zum Nulltarif!** Am Ende jedes Monats wird der Gratis-Tag ausgelost. Sie erhalten eine 100%ige Gutschrift für alle APS-Erstaufträge von diesem Tag.

2. Vier Monate lang gratis APS-Miniposter!*

In den Monaten November '97, Dezember '97, Januar '98 und Februar '98 schenken wir Ihren Kunden mit jedem APS-Erstauftrag (Entwicklung, Index und Kopien) einen **Gutschein für 1 Gratis-APS-Vergrösserung** in den Formaten 20 x 30 cm (C), 20 x 35 cm (H) oder 13 x 35 cm (P).

Immer einen Schritt voraus!*



Neu (typisch Pro Ciné) – Mehr Bild zum gleichen Preis mit dem Panorama Plus-Format: Der Panorama-Negativausschnitt beträgt beim Panorama Plus-Format in der Höhe 13 mm statt des Standard-Panorama-Ausschnitts von nur 9,5 mm.

Panorama Plus 15 x 35 cm (statt 13 x 35 cm)
Panorama Plus 26 x 60 cm (statt 20 x 60 cm)
Panorama Plus 33 x 75 cxm (statt 25 x 75 cm)

Neu (typisch Pro Ciné) – Stärkere, umweltfreundliche APS-Box
Ab sofort wird unsere APS-Box zusätzlich in einer stabilen Kartonhülle geliefert. Damit werden Transportschäden endgültig vermieden.

Digital (typisch Pro Ciné) – Photo-CD, FlashPix-CD und Photo-Disk von APS-Filmen

Exklusiv (typisch Pro Ciné) – APS-Standard-Ausschnittvergrösserungen
Die Ausschnitt-Breite von 12 mm kann auf dem APS-Negativ beliebig verschoben werden. Damit können z.B. Personen im Portrait-Ausschnitt vergrössert werden.

*typisch Pro Ciné!

Pro Ciné Colorlabor

Pro Ciné Colorlabor AG, 8820 Wädenswil
Tel. 01 / 783 71 11, Fax 01 / 780 69 41

LESERBRIEF

Ob die Fotografie noch zu retten ist?

Romano Padeste schreibt mir in seinem «Schlusspunkt» in FOTOintern 19/97 weitgehend aus dem Herzen. Doch in einem Punkt muss ich ihm widersprechen: Zu retten ist die Fotografie wohl kaum noch!

Das Rüstzeug für die (digitale) Zukunft braucht man sich nämlich nicht im Ausland zu holen, dazu bietet die grösste Berufsschule der Schweiz mit der wohl ausgefeiltesten Infrastruktur seit sechs Jahren (in Worten: *sechs*) bekannte, beliebte und weit über die Landesgrenzen hinaus anerkannte Weiterbildungskurse an. Näheres darüber steht im Internet unter http://www.abzdgm.ch. Allerdings sah man oder sieht man unter den Teilnehmern nur höchst selten ein aus der Fotografie bekanntes Gesicht ...

Nicht genug damit. Auch in der Fotografen-Grundausbildung nimmt die digitale Fotografie samt Kommunikation mit den anderen Prepresslern und samt allen Problemen des Color Managements breiten Raum ein. Besser gesagt, nahm breiten Raum ein. Denn was geschieht zur Zeit mit der Fotografen-Ausbildung? Da wurde ein neues Reglement in die Verbandsvernehmlassung geschickt, gemäss dem die Ausbildung auf drei Jahre reduziert und die Schulzeit gerade halbiert werden soll (das sei Europa kompatibel, sagt man). Man will diese Rumpfausbildung mit dem Hinweis auf eine modulare Ausbildung verkaufen. Bloss welche Module? Neben dieser reduzierten Möchtegernausbildung soll es nämlich nur gerade eine gestalterische Fachhochschule geben, die garantiert von Quereinsteigern mit Fachhochschulreife und ohne fotografische Grundausbildung überschwemmt wird und in die sich wohl kaum je ein so schlecht grundausgebildeter Fotograf verirren wird (oder kann). Ein rumpfausgebildeter Fotograf würde dies nie und nimmer schaffen, ganz abgesehen davon, dass eine solch nichtswissende und nichtskönnende Kreatur genau das Gegenteil dessen auslösen wird, was man gemäss Padeste's Schlusspunkt vermeiden sollte. Ohne solide Grundlagenkenntnisse wird diese Fotokreatur von den Polygrafen und den anderen Prepresslern garantiert nicht ernst genommen, noch weniger ernst als jetzt schon (wo sie zumindest langsam anfangen, dieselbe Sprache zu sprechen).

Eine berufsbegleitende Technikerschule wäre in der Tat auch meine Wunschvorstellung. Eine Technikerschule, in die man mit sehr guten fotografischen Grundkenntnissen einsteigen könnte. Doch wissen Sie, wie heute Technikerschulen finanziert werden? Durch hohe Schulgelder, durch sehr hohe Beiträge der interessierten Verbände und durch ebenso grosszügiges Sponsoring der Industrie (Verbandsfinanzierung und Hilfe der Industrie hat leider in der Fotografie – im Gegensatz zum Prepress- und Druckbereich – keine Tradition). Wir haben in der Bildungspolitik heute schon und erst recht in Zukunft amerikanische Verhältnisse: Nur die Reichsten werden es sich künftig leisten können. Wenn Sie, liebe Leserin und lieber Leser, damit nicht einverstanden sind, dann müssten Sie nächstes Mal den richtigen Schulvorstand in den Regierungsrat wählen!

Wie eine berufsbegleitende Technikerschule organisiert und finanziert wird, dafür gibt es ein gutes Muster. Fragen Sie in der obenerwähnten Berufsschule nach, dort wird eine solche Technikerschule für Farbgestaltung erfolgreich geführt. Nach gleichem Muster wäre eine Technikerschule für die Fotografie denkbar. *Jost J.Marchesi*

Unter «Leserbriefe» werden nur namentlich gezeichnete Zuschriften von öffenlichem Interesse publiziert. Die Redaktion behält sich das Recht vor, die Texte aus Platzgründen zu kürzen und eine Gegendarstellung betroffener Personen und Firmen einzuholen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

8. GfM Marketing Trend-Tagung

Am Mittwoch, 22. April 1998, 9.30 bis ca. 16.15 Uhr findet im Kongresshaus Zürich die 8. GfM Marketing Trend-Tagung zum Thema «Cyber-Kontinent – ein Markt ohne Grenzen» statt. Dabei wird vor allem auf die Tatsache eingegangen, dass die rasante Enwicklung elektronischer Medien sowohl kleinen als auch grossen Unternehmen ungeahnte Chancen und Möglichkeiten für ihr Marketing bietet.

Die Teilnahmegebühren betragen Fr. 450.– für GfM-Mitglieder, Fr. 640.– für Nicht-GfM-Mitglieder und Fr. 590.– für SMC-, SMS- und BR/SPRG-Mitglieder. Detailinformationen und Anmeldungsunterlagen sind erhältlich bei der GfM, Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Zürich, Frau Marlise Scheurmann, Tel. 01 202 34 25, Fax 01 281 13 30.

INFO-ECKE OLYMPUS

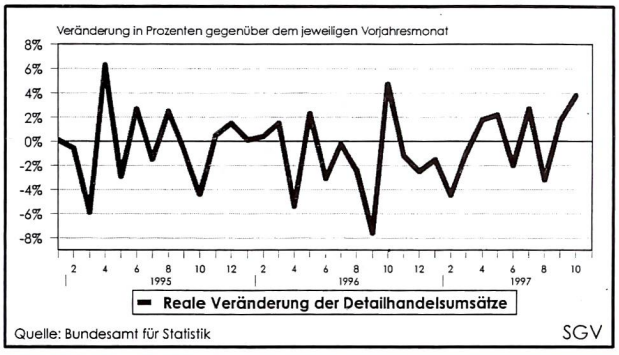
OLYMPUS OM2000
EIN KLASSIKER IN NEUEM GEWAND

Mit ihrem beispielhaften Design und zugleich attraktivem Preis ist diese manuelle Kleinbildkamera erste Wahl für Fotografen, die ein bewährtes System mit klassischem Bedienungskonzept und höchster technischer Präzision schätzen.

Weitere Informationen erhalten Sie von unseren Gebietsverkaufsleitern bzw. unserem Verkaufsbüro.

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

Der Detailhandel legt zu



Die anhand des Landesindexes der Konsumentenpreise errechneten realen Umsätze lagen im Oktober 1997 um 3,8 Prozent über dem Niveau der entsprechenden Vorjahresperiode. Die Umsatzanstiege machten sich bei der Mehrzahl der erfassten Betriebe bemerkbar. Am stärksten profitieren konnten die Bekleidungsartikel sowie die Textilwaren mit einem Umsatzplus von 6,4 Prozent, währenddem sich der Zuwachs bei den Nahrungs- und Genussmitteln mit 1,7 Prozent in relativ bescheidenem Rahmen hielt.

Die erfassten Detailhandelsumsätze lassen darauf schliessen, dass sich die aufgehellte Konsumentenstimmung nun auch an der Verkaufsfront bemerkbar macht. Der Konsumentenstimmungsindex wies im Oktober den höchsten Stand seit zweieinhalb Jahren aus. Stimulierend wirkt sich vor allem aus, dass die privaten Haushalte die wirtschaftliche Entwicklung zuversichtlicher einschätzen, was doch beim Einkauf gewisse Hemmschwellen abbaut. *gpd*