Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 5 (1998)
Heft: 19

Artikel: Wer die "Optik" eines Kunden kennt verkauft mehr
Autor: Engi, A.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979921

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: 09.08.2025

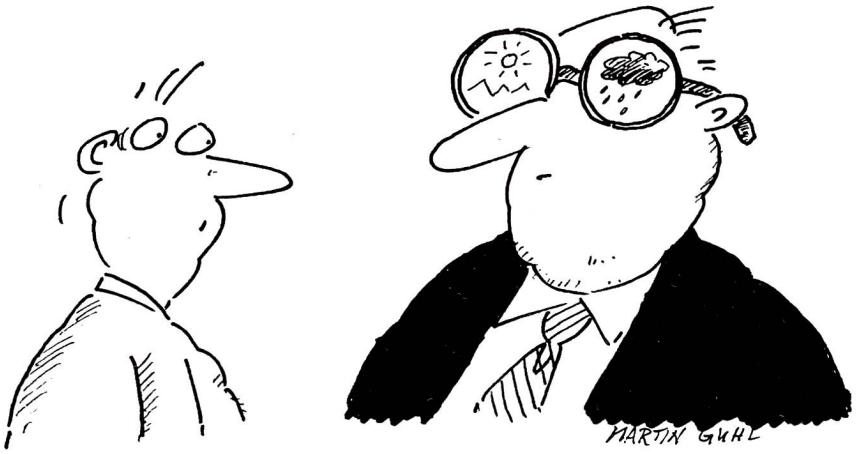
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Wer die «Optik» eines Kunden kennt, verkauft mehr

Paul A. Engi, Ausbildungsleiter Canon (Schweiz) AG

Es gibt keine Rezepte!

Ja, liebe Verkäuferinnen und Verkäufer, Sie haben richtig gehört. Leider. Oder zum Glück? Gäbe es nämlich welche, wer würde nicht dieses Rezeptbuch kaufen wollen, und alle unsere Probleme wären gelöst? Damit hätten aber alle das gleiche Rezept, und ich denke, Ihr Beruf wäre öde, wüst und leer. Wo bliebe da die Individualität jedes einzelnen, wo sein spezieller Charakter?



Geschichte eines Verkäufers

Reto, der auf der Fahrt ins Geschäft war, wurde durch einen vor ihm fahrenden Automobilisten behindert und genervt. Jedesmal, wenn er überholen wollte, gab der Fahrer des vorderen Wagens Gas, und Reto musste wohl oder übel hinter ihm bleiben. Nach dreimaligem vergeblichen Versuch ist er so ziemlich verärgert, und so frage ich Sie: Wie wäre Ihre augenblickliche Emotion, wären Sie selbst an dessen Stelle? Nicht gerade positiv, würden Sie vielleicht antworten. Man sollte dem anderen zeigen, wer hier der Stärkere ist, und überhaupt sei dies eine Sauerei. So fahre man nicht! Nun, lassen Sie mich die Geschichte zu Ende erzählen.

Jetzt setzt Reto endlich zum Überholen an. Beide Fahrzeuge befinden sich auf gleicher Höhe, und Reto will soeben mit bestimmten Zeichen dem anderen verständlich machen, was er von seinem Fahrstil halte. Wir kennen ja alle die geheime Zeichensprache der Autofahrer. Also, im selben Augenblick, als Reto zu besagter Zeichensprache ansetzte, lacht er. Was war geschehen? Sah vielleicht eine nette junge Frau am Steuer, die er dazu noch kannte? Wie dem auch sei, Reto wird nun das Fahrzeug überholen, nochmals in den Rückspiegel schauen und winken wollen. Stattdessen ist er wieder genau so erbost wie beim ersten Mal. Was ist jetzt wieder geschehen? Vielleicht hat der andere mit der Lichthupe geblendet, oder es ist vielleicht gar nicht die nette junge Frau gewesen, die er vielleicht kannte.

In ganz kurzer Zeit haben Sie bzw. Reto dreimal die Meinung geändert. Kann es für solche oder ähnliche Situationen im Leben generelle Rezepte geben? Wohl kaum. Warum war das so? Warum hat Reto dreimal seine Ansicht revidiert und noch dazu in so kurzer Zeit?

Unsere Vorstellungen bestimmen unsere Grenzen

Jeder Mensch besitzt einen persönlichen Filter. Es ist meine persönliche «Brille», mit der ich die Welt betrachte, interpretiere und beurteile. Dieser Filter ist positiv oder negativ geprägt, z.B. durch Erziehung, Ausbildung, vergangene Erfahrungen, durch Launen, Emotionen und vieles mehr. Wir schauen also gewissermassen durch unsern eigenen Filter auf die vor uns liegende Realität. Die Realität ist immer das, was wir gerade im Visier haben. Unser Verhalten ist nun immer an ein Bild gekoppelt, das wir uns von dieser Realität machen. Wir können auch sagen, wir schauen durch unseren Filter, und was hinter unserem Filter entsteht, ist immer ein Zerrbild dieser Realität. Jeder sieht also seine eigene Realität. Deshalb sollten wir uns den Merksatz zu eigen machen:

> Unsere Vorstellungen diktieren immer unser Verhalten.

Wenn Sie an sich selbst arbeiten wollen, dann sollten Sie Ihr jetziges Verhalten exakt analysieren, um dieses in verschiedenen beruflichen, aber auch privaten Situationen zu verbessern. Hat nicht jeder ein Recht auf sein eigenes Bild von der Realität?

Professionelles Verkaufen setzt sehr viel Empathie, also Einfühlungsvermögen voraus. Wir wissen, dass unser Filter geprägt ist. Geprägt durch die Art und Weise, wie wir die Welt sehen. Erst dadurch werden für uns bestimmte Dinge «schön» oder «hässlich».

Nun hat auch Ihr Kunde seinen eigenen Filter. Und er sieht demzufolge seine eigene Realität. Fällt es Ihnen leicht, das Bild Ihres Kunden zu akzeptieren? Ist das, was Sie selbst verteidigen, wirklich objektiv oder nur Selbstobjektivierung? Verteidigen Sie also nur Ihre eigene Vorstellung, also Ihr Zerrbild?

Bevor Sie ein Urteil fällen, sollten Sie das Zerrbild Ihres Kunden kennenlernen. Womit aber? Nun, mit Fragen. Fragen zwingen zum Denken. Die offene Frage kann Ihr bestes Werkzeug sein, die Zerrbilder Ihres Kunden kennenzulernen.

> **Beispiele:** Woran denken Sie speziell?
> Was wollen Sie konkret anschauen?
> Was wollen Sie auf keinen Fall?
> Was wären die Vorteile für Sie?

Ein weiteres Hindernis auf dem Weg, das Zerrbild Ihrer Kunden kennenzulernen, ist das Überwinden des eigenen Schwarzsehens. Welche Punkte suchen Sie oftmals zuerst bei Ihren Kunden?

Übung zur Standortbestimmung

Stellen Sie sich einen Kunden vor, der Ihnen völlig unsympathisch ist. Danach schreiben Sie zehn innere oder äussere Punkte auf, die Ihnen diesen Kunden positiv erscheinen lassen. Innere Punkte könnten etwa sein: freundlich, redegewandt, sportlich, offen, warmherzig usw. Äussere Punkte dagegen könnten sein: gut gekleidet, die Armbanduhr, die ich immer möchte, usw. Sie werden über die Wirkung dieser einfachen Übung in hohem Masse erstaunt sein. Plötzlich ist der Kunde kein Rüpel mehr, und erscheint in einem ganz anderen Licht.

> **Merken wir uns:**
>
> Unsere Vorstellungen bestimmen unsere Grenzen, und unsere positive innere Einstellung entscheidet über unseren Erfolg.

Lassen wir unsere falschen Vorstellungen los, und anerkennen wir, dass jeder Mensch das Recht hat, seine eigene Realität zu sehen. Ich verspreche Ihnen, Ihr Erfolg, und das nicht nur in Franken und Rappen, bleibt nicht aus.

Ihr Paul A. Engi

SVPG

Luege – lose – rede

Hans Peyer
Präsident
des SVPG

Vom Verkehrserziehungs-Slogan «luege – lose – laufe» könnte man mit der Abwandlung «luege – lose – rede» im Verkauf viel Umsatz machen. Wenn Sie wieder einmal Ihre Mitarbeiter bei der Kundenbedienung beobachten, fragen und wundern Sie sich: Warum sieht er jetzt nicht, dass sich der Kunde für dies oder jenes interessiert oder im Gespräch mit dem Verkäufer grosses Interesse für ein bestimmtes Produkt zeigt? Warum hört er jetzt nicht die Frage des Kunden zu einem Artikel und den dahinter steckenden Wunsch, diesen zu kaufen? Warum spricht er jetzt den Kunden nicht auf die gemachten Beobachtungen an, sondern erzählt irgend etwas Belangloses? Fast könnte man manchmal meinen es heisse: übersehen – überhören – überreden.
Übrigens: es muss gar nicht immer ein Mitarbeiter sein, dem diese Fehler unterlaufen. Versuchen Sie wieder einmal, sich selbst gewissermassen im Spiegel zu sehen, Ihr Mitarbeiter sieht nämlich Ihre Fehler auch, was seine Leistung nicht fördert. Vielleicht werden Sie dann plötzlich zu jenen gehören die sich selbst mit steigenden Umsätzen überraschen. Wenn Sie nachdenken, könnte diese Steigerung vom «luege – lose – rede» kommen.

Hans Peyer, SVPG-Präsident: T. 01 341 14 19, F. 01 341 10 24

zef informierte über Fotoberufe

Am 16. November fand im zef ein Infotag statt, an welchem die verschiedenen Fotoberufe vorgestellt wurden. Insbesondere ging es um die Präsentation des neuen Ausbildungsreglements für **Fotofachangestellte**, das sprachlich der Zeit angepasst und um die Ausbildungsmöglichkeit der digitalen Fotografie erweitert wurde. Ab 2001 erfolgt die Lehrabschlussprüfung nach dem neuen Reglement.
Der Beruf des **Fotofinisher** existiert seit Sommer 1998; es wurden bisher 13 Lehrverträge abgeschlossen. Heiri Mächler erläuterte diesen auf den Betrieb eines Minilab ausgerichteten Beruf im Detail und zeigte eine fiktive Prüfungsarbeit, die er zur Aufdeckung von Schwachpunkten zusammen mit seiner Lehrtochter erstellt hatte.
Als neuer Beruf präsentierte Jörg Schwarzenbach den **Multimediahändler, Fachrichtung Foto,** der ab Sommer 1999 geschaffen werden soll. Der Beruf spezialisiert sich auf neue Bildtechniken und den Verkauf entsprechender Gerätschaften.
Zum Schluss informierte Beni Basler über die beiden Weiterbildungsmöglichkeiten zur / zum **Fotofachfrau / Fotofachmann** mit Berufsprüfung oder eidgenössischem Diplom (siehe FOTOintern 11/98). Die entsprechenden Reglemente wurden an das BTU eingereicht und befinden sich zur Zeit in der Bewilligungsphase. Es wird damit gerechnet, dass im Sommer 2000 die ersten Prüfungen abgelegt werden können. Die Vorbereitungskurse bietet voraussichtlich das zef an, wobei sich auch die Berufsschulen für deren Durchführung interessieren.
Wir werden in einer späteren Ausgabe detailliert auf die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sämtlicher Fotoberufe eingehen.

2 Weihnachtsaktionen von Pro Ciné

Pro Ciné bringt zum Weihnachtsgeschäft zwei interessante Aktionen für den Fotofachhandel:
Ilford und Pro Ciné offerieren Ilford FP4 Plus und HP5 Plus Kleinbildfilme 135-24 inklusive Filmentwicklung und 10x15 cm Top-Kopien im Pauschalangebot zum Aktionspreis. Verarbeitet werden die Filme auf Ilford Multigrade-Gradationswandelpapier. Abhängig von der Bestellmenge beträgt der Aktionsrabatt über 30 Prozent. Die Ilford-Aktionsfilme werden mit Wertgutscheinen direkt von Ilford Imaging Switzerland Gmbh, 1705 Fribourg ausgeliefert. Die Aktion läuft bis zum 24. Dezember 1998.

Als ideales Weihnachtsgeschenk liefert Pro Ciné den **persönlichsten Fotokalender**, der mit eigenem Text bedruckt werden kann und dadurch ein absolutes Einzelstück wird. Der Fotokalender kann mit eigenen Ferien-, Party-, Vereinsfotos oder lustigen Schnappschüssen gestaltet werden. Der Kalender, den es mit Jahres-, Monats- oder Quartalskalendarium gibt, kann mit persönlichen Daten (Geburtstagen, Veranstaltungen, Hochzeitstag etc.). versehen werden.
Auskünfte für beide Aktionen:
Pro Ciné AG, 8820 Wädenswil
Tel. 01/783 71 11, Fax 01/780 69 41

INFO-ECKE OLYMPUS

μ[mju:]-II
ZOOM 80

Ein echtes All-Round-Talent, das nicht nur brillante Ergebnisse liefert, sondern immer auch einen exzellenten Eindruck hinterlässt!

Die ultrakompakte und superleichte μ[mju:]-II ZOOM 80 ist das erste Modell der μ[mju:]-II Serie, das Zoom-Aufnahmen ermöglicht. Sie verfügt über ein hochauflösendes 38 – 80mm 2fach-Zoom-Objektiv, misst lediglich 115 x 59,5 x 39,5mm und bringt gerade einmal 185g auf die Waage.

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

Alpinamar
GRUPPEN- UND INDIVIDUALREISEN FÜR DIE FOTOBRANCHE

ab Fr. 1'690.–

PMA '99 Las Vegas
18. bis 21. Februar 1999

Unser **Pauschalangebot** pro Person beinhaltet:
- Linienflug mit American Airlines in der Economy Class
- Hinflug am Mittwoch, 17. Februar 1999 ab Zürich
- Rückflug am Sonntag, 21. Februar (Ankunft Zürich Montag, ca. 08.10 Uhr)
- 4 Übernachtungen im Doppelzimmer ohne Verpflegung, inkl. Taxen und Service in einem Erstklass-Luxushotel am berühmten Strip von Las Vegas
- Flughaften- und Sicherheitstaxen für die Schweiz und USA

Preise:	Hotel New York:	DZ Fr. 1'690.– / EZ Fr. 2'090.–,
	Hotel Treasure Island:	DZ Fr. 1'850.– / EZ Fr. 2'390.–
	Hotel Mirage:	DZ Fr. 2'090.– / EZ Fr. 2'690.–

Zuschläge (Opt.): Swissair Genf /Zürich, 17.2. bis 21.2. Ank. Zürich 22.2.	Fr.	100.–
American Airlines Business Class, ZRH - Chicago (- Las Vegas Eco), ret.	Fr.	2'150.–
American Airlines Business Class, ZRH - Chicago - Las Vegas, ret.	Fr.	2'500.–
Swissair Business Class, ZRH - Los Angeles - Las Vegas, ret.	Fr.	2'680.–

Verlängerungswünsche offerieren wir Ihnen gerne. Besonders interessant: Kalifornien, Hawaii, New York, Karibik etc. – für Sie individuell organisiert.

ALPINAMAR TOURISTIK AG, 7270 DAVOS-PLATZ, T/F 081 413 16 90

❑ Ihr Angebot interessiert mich ❑ Senden Sie Unterlagen ❑ Rufen Sie mich an
Name: _____
Adresse: _____
PLZ/Ort: _____
Telefon: _____ Telefax: _____

WEITERBILDUNG - IHR BERUFLICHER AUFSTIEG!

Endlich ist es soweit, die Fotobranche darf sich auch zu den Berufsgruppen zählen, welche ihren Berufsleuten eine qualifizierte Weiterbildung anbieten kann.

Anlässlich der Generalversammlung des SVPG in La Neuveville wurde das Konzept vorgestellt. Anschliessend nahm sich eine Kommission der Angelegenheit an und erarbeitete zwei Reglemente für die Berufe "Fotofachfrau/ Fotofachmann mit eidg. Ausweis" und "Eidg. dipl. Fotofachfrau/ Fotofachmann". sowie zu jedem Reglement eine umfassende Wegleitung, welche die Anforderungen genau beschreibt.

Fotofachfrau / Fotofachmann mit eidg. Ausweis

Diese Weiterbildungsstufe stellt die sogenannte erste oder mit dem Fachausdruck die Berufsprüfung (BP) dar. Das Schwergewicht der Ausbildung respektive der Abschlussprüfung liegt in den Bereichen Fotografie und Verkauf. Weiter werden die Themen Betriebswirtschaft, Marketing und Kommunikation, Allgemeinbildung und Informatik geprüft. Das Erreichen der Berufsprüfung befähigt die Absolventin / den Absolventen zur Übernahme einer leitenden Stellung in einem Betrieb der Fotobranche wie z.B. Filialleiter/In, Abteilungsleiter/In usw.

eidg. dipl. Fotofachfrau eidg. dipl. Fotofachmann (höhere Fachprüfung HFP)

Im Gegensatz zur Berufsprüfung, welche vorwiegend fachbezogene Ausbildung aufweist, befasst sich die/der dipl. Fotofachfrau/Mann mit Themen, welche für die Geschäftsführung wichtig sind. Dementsprechend sind die Prüfungsfächer ausgelegt. Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Marketing und Kommunikation bilden die Schwerpunkte der Abschlussprüfung. Weiter wird auch das Wissen in Rechtskunde, Informatik, Berichtswesen und praktischer Fotografie eingehend geprüft. Nach dem Abschluss der Prüfung sind eidg. dipl. Fachfrauen und -männer befähigt, einem Betrieb in der Fotobranche als Geschäftsführer/In vorzustehen.

Zur Abschlussprüfung wird von allen Absolventinnen und Absolventen bei jeder Ausbildungsstufe eine Abschluss- respektive eine Diplomarbeit verlangt. Die Themen werden bei der Anmeldung zur Abschlussprüfung bekannt gegeben. Es steht heute schon fest, dass in der Berufsprüfung die Abschlussarbeit eine fotografische, bei der höheren Fachprüfung eine betriebswirtschaftliche Aufgabe ist.
Anzufügen ist noch, dass - nach Meinung der Kommission - das Absolvieren einer Prüfung ohne Vorbereitung fast unmöglich ist.

Interessiert:

Der erste Vorbereitungskurs, welcher 1 1/2 Jahre dauert, beginnt im Frühjahr 1999. Die maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Melden Sie sich noch heute an, die genauen Angaben zum Vorbereitungsstudiengang sowie zur Zulassung an die Abschlussprüfung werden Ihnen noch in diesem Jahr zugestellt.

Übrigens:

Der Vorbereitungskurs wurde in Zusammenarbeit mit der Schule für Gestaltung in Bern, der Berufsschule Zürich, Abt. DGM, und dem zef Reiden organisiert. Der Durchführungsort ist das **zef** in Reiden.

zef Zentrum für Foto Video EDV Spitzhubelstr. 5, Postfach 648, 6260 Reidermoos
Tel.: 062 / 758 19 56 Fax: 062 / 758 13 50 E-Mail: zef@reiden.ch

Von 80 auf 400 in 13,6

Ob Sie mit Canon, Minolta, Nikon oder Pentax AF fotografieren, mit dem ersten 80–400-mm-Zoom der Welt kommen Sie schneller näher ran. In einem strapazierfähigen Metallgehäuse von nur 13,6 Zentimeter Baulänge bietet dieses Fünffachzoom eine profitaugliche Hochleistungsoptik zu einem auch für Amateure attraktiven Preis: Fr. 1240.–.

IRNIGER

Tokina AT-X AF 4,5–5,6/80–400 mm

Tokina

Gujer, Meuli & Co., Schöneggstrasse 36, 8953 Dietikon, Tel. 01 745 80 50, Internet: www.gujermeuli.ch

... and a happy New Year!

Liebe Leserin
Lieber Leser
In Umkehrung einer bekannten Redensart herrschte 1998 bei Polaroid Schweiz so etwas wie der Sturm vor der Ruhe – viel Bewegung, die für 1999 beruhigende Voraussetzungen schaffte: eine neue Organisation und Infrastruktur, die uns helfen, optimal auf Ihre Bedürfnisse als Kunden einzugehen. In diesem Sinn danken wir Ihnen für Ihr Verständnis während der «Übergangszeit» und dürfen Ihnen schon heute eine ganze Palette attraktiver Sofortbild-Produkte im Neuen Jahr ankündigen. Ein neues Jahr, für das wir Ihnen dasselbe wünschen wie für den Endspurt im alten: gute Geschäfte, gute Gesundheit und gutes Gelingen bei allem, was Sie beruflich oder privat anpacken.

Herzlich, Ihr
Jean-Jacques Bill
Direktor Polaroid AG

Von 'ran' bis 'ranissimo': mit der Polaroid Macro 5 SLR.

Mit fünf «Gängen», Spiegelreflexsystem und Doppel-Elektronenblitz ganz nah ans Objekt heran: Die vollautomatische Polaroid Macro 5 SLR sorgt für gestochen scharfe und farbbrillante Close-up's.

Die Nahaufnahmekamera für sofortige Dokumentationen anatomischer Details, kleiner und kleinster Objekte hat es in sich: fünf eingebaute, per Drehschalter wählbare Abbildungsmassstäbe: 1:1, Verkleinerungen auf 20 und 40% sowie Vergrösserungen auf 200 und 300% (plus optionale 5-fach-Vorsatzlinse). Der Raster im Sucher sorgt für präzis eingegrenzte Bildausschnitte, das berührungslose Lichtpunkt-Messsystem für die genau richtige Fokussierung, die prozessgesteuerte Lichtmessung und die beiden Elektronenblitze für korrekte Belichtung und ausgewogene Lichtverteilung auf den wahlweise einsetzbaren Integral-Sofortbildfilmen Polaroid 990 oder Polaroid Grid mit 192er-Quadrat-Linienraster. Genau das Richtige für Sie oder Ihre Kunden? Dann machen Sie sich an den nebenstehenden Coupon. Damit wir Ihnen ein höchst interessantes Angebot machen können.

Polaroid

Der Close-up-Coupon:

Ja, die vollautomatische Nahaufnahmekamera Polaroid Macro 5 SLR möchte ich näher kennenlernen. Bitte machen Sie mir ein unwiderstehliches Angebot.

Name _____

Firma _____

Str./Nr. _____

PLZ/Ort _____

Tel./Fax _____

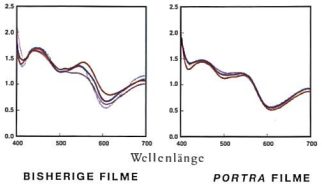
Bitte einsenden oder faxen an:
Polaroid AG, Postfach, 8037 Zürich.
Fax 01/277 72 73
Tel. 01/277 72 72

LIVE FOR THE MOMENT

Die neue Familie der KODAK Professional PORTRA Filme

Ihre Gemeinsamkeiten machen sie einzigartig

Die KODAK Professional PORTRA Filmfamilie sind vier neue Color-Negativ-Filme, die wir für Sie entwickelt haben, um Ihnen ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit zu bieten. Dank eines echten Durchbruchs in der Emulsionstechnologie erhalten Sie eine Qualität, die Sie nur mit PORTRA Filmen erzielen – und zwar genau dort, wo sie am meisten gebraucht wird: bei Hauttönen. Unabhängig davon, welche Aufnahmesituation Sie bewältigen müssen, mit dem KODAK Professional PORTRA NC Film = natürliche Farbtöne, und dem KODAK Professional PORTRA VC Film = brillante Farbtöne, in 160 oder 400 ISO, liegen Sie auf jeden Fall richtig. Und: Alle Ihre Abzüge sind wie aus einem Guß – egal, welche der vier Filme Sie miteinander kombinieren. Darüber hinaus bieten Ihnen die Professional PORTRA Filme einen noch nie dagewesenen Spielraum bei Unterbelichtung. Und noch etwas: Durch die optimierte Verpackung und das Produktdesign wird Ihnen der Umgang mit jedem Film vereinfacht. Testen Sie die vier neuen KODAK Professional PORTRA Filme – Ihre Einzigartigkeit wird Sie begeistern.



Alle vier KODAK Professional PORTRA Filme besitzen dieselbe Farbkurve und unterscheiden sich nur in der Farbsättigung

Mehr Informationen unter: www.kodak.com/go/portra

Kodak Professional