

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 7 (2000)
Heft: 2

Artikel: Das sind die GewinnerInnen von "Die besten Anzeigen des Jahres '99"
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980023>

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: 02.02.2026

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

wettbewerb **Das sind die GewinnerInnen von «Die besten Anzeigen des Jahres '99»**

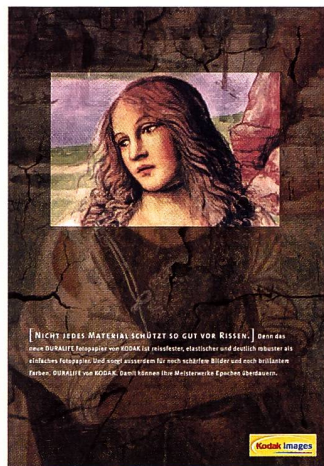
Wiederum ist unser Leserwettbewerb «Die beste Anzeige des Jahres» auf grosse Beachtung gestossen und hat einen grossen Rücklauf bewirkt. Unsere Leserinnen und Leser konnten unter acht verschiedenen Anzeigen, die als

Wiederum haben unsere Leserinnen und Leser entschieden, welches die besten Anzeigen des Jahres 1999 in FOTOintern waren. Jetzt stehen auch die Gewinnerinnen und Gewinner fest.

das beste ist. Das Freskenmotiv gefällt mir sehr gut. Obwohl die Anzeige in verschiedensten Zeitschriften erschienen ist, ist sie mir in FOTOintern am meisten aufgefallen. Einmal war sogar ein Bild auf der Titelseite.»



Die Weltkugel von Agfa wurde als «beste Anzeige des Jahres 1999 in FOTOintern» bewertet.



Die Kodak-Kampagne mit dem aufgeklebten Duralife-Bild wurde zur «zweitbesten Anzeige des Jahres 1999» erkoren.



Die Sigma-Werbung mit den beispielhaften Reportagefotos wurde als «drittbeste Anzeige des Jahres 1999» auserwählt.

ganzseitige Sujets im Jahre 1999 in FOTOintern geschaltet und in der Ausgabe 20/99 zur Abstimmung vorgeschlagen wurden, ihre Favoriten auswählen für die beste, die zweitbeste und die drittbeste Anzeige des Jahres 1999. Unter den jeweiligen Kategorien entschied das Los. Die Gewinnerin und Gewinner wurden vom Verlag umgehend benachrichtigt. Wir möchten an dieser Stelle unseren Inserenten danken, die sich abermals bereit erklärt hatten, bei diesem Wettbewerb mitzumachen. Der Wettbewerb beweist einmal mehr, dass sich die Leserschaft von FOTOintern sehr intensiv mit den Anzeigenmotiven auseinandersetzt. Hier die Gewinnerkommentare:

1. Agfa

Nadine Durand aus Murten hat als Hauptpreis Waren von Agfa im Wert von Fr. 1500.– gewonnen. Sie ist Fotofachangestellte und arbeitet bei Noir-et-blanc in Bern.



«Die Weltkugel von Agfa, die sich aus Tausenden kleiner Bildchen zusammensetzt, hat mich schon immer fasziniert. Es ist eine Superidee, die Welt so bunt darzustellen. Die Werbung wirkt gleich doppelt: Einmal das Motiv als Ganzes, dann aber auch durch die uferlose Flut einzelner Fotos aus allen Bereichen. Wie kann man für Fotografie besser werben?»

2. Kodak

Christine Meier aus Winterthur hat den zweiten Preis gewonnen: Kodak Material oder Geräte im Wert von Fr. 1000.–. Sie arbeitet als Fotofachang-



stellte bei Foto Grau in Zug. «Nicht nur die Idee mit dem aufgeklebten Duralife-Bild ist genial, sondern auch die Kampagne mit den vier verschiedenen Sujets. Wo immer ich diese Werbung sah, sprach sie mich sehr stark an, besonders weil man das neue Fotopapier befühlen und sich von der neuen Qualität gleich selbst überzeugen kann. Schwer zu sagen, welches der vier Sujets

3. Sigma

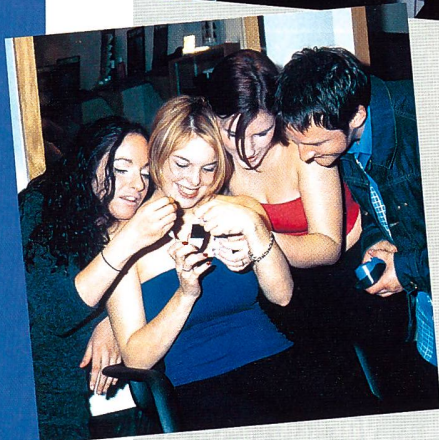
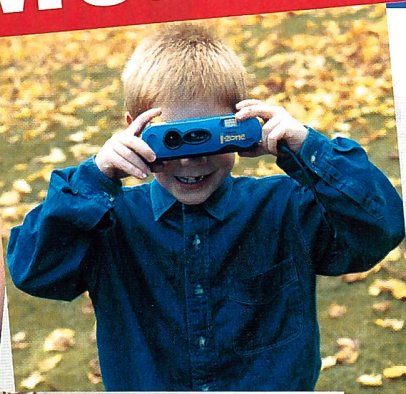
Frank Brüderli aus Stallikon ist als Fotograf bei Thomas Grünstert angestellt und hat als dritten Preis ein Sigma-Objektiv im Wert von Fr. 500.– gewonnen.



«Eine saubere Werbung mit einer klaren Aussage. Das Bild ist typisch für die Reportagefotografie mit langen Brennweiten, und da ist Sigma mit hohen Lichtstärken und apochromatischer Korrektur führend. Mit den schnellen und lautlosen Autofokusmotoren hat die Reportagefotografie eine völlig neue Dimension gewonnen – sie ist schneller und treffsicherer geworden.»

40'000 i-zones in drei Monaten!

Und der Boom hat eben
erst begonnen...



Alles an der neuen i-zone ist klein:
die Kamera, das Bild, der Preis.
Das finden immer mehr Schweizer-
Innen ganz gross und gönnen sich
den Mega-Plausch für nur
Fr. 39.90 (Kamera, Batterien
und 6er-Probefilm) und
den 12er-Film ab Fr. 9.90.



Die Polaroid i-zone erobert den Schweizer Fotomarkt
im Sturm: Mit über 40'000 verkauften Stück in nur
drei Monaten (notabene 10% der Jahresmenge aller
hierzulande abgesetzten Kameras) ist die jüngste, klein-
ste und preiswerteste Polaroid Sofortbildkamera dabei,
sämtliche Rekorde zu übertreffen. Weil sie nicht nur
bei den Jüngsten und Jungen ankommt, sondern quer
durch alle Altersklassen Furore macht. So, dass auch
der Filmverbrauch pro Kamera überdurchschnittlich
hoch ist. Und dabei hat die Erfolgsgeschichte erst

angefangen. Die Fortsetzung folgt Schlag auf Schlag.
Erstens dank mittlerweile 100%iger Lieferbarkeit der
drei aktuellen Modelle. Zweitens dank der Lancierung
von weiteren, auf besondere Zielgruppen massgeschnei-
derten Modellen im Laufe dieses Jahres. Und drittens,
weil selbst die Skeptischsten unter Ihnen gemerkt
haben, dass die Polaroid i-zones wie warme Weggli lau-
fen – vorausgesetzt, der Kunde muss ihnen nicht nach-
laufen, sondern findet sie auf Anhieb: im Schaufenster,
auf der Ladentheke und am zweiten Verkaufspunkt.

 **Polaroid**

LIVE FOR THE MOMENT



23.–25. Februar 2000 Kongresshaus Zürich

Programm

Tagesablauf (alle Tage)

8:30	Einlass
9:00	Keynote
9:30	Referate
12:30	Mittagsverpflegung Wurst und Bier (gratis)
14:00	Referate
18:00	Verlosung

Eintrittskarten

erhältlich an der Tageskasse:

1 Tag	= 15 Franken
2 Tage	= 20 Franken
3 Tage	= 25 Franken
inkl. Kaffee, Wurst und Getränk	

Fachausstellung

Agfa-Gevaert AG

AM Digital AG

Baumgartner Papier AG

Biella-Neher AG

Christinger Partner AG

Digital Information Ltd.

Excom AG

Graphpapier AG

Grafisches Forum Zürich

Hediger Schriften AG

IRD (Deutschland)

Le rendez-vous des Créateurs

LithoTronic AG

Maschinen AG (Sponsor)

Mühlebach AG

Nikon AG

Pago AG

Sihl+Eika Papier AG

VSD

Zanders Feinpapiere AG

* Stand: 20. Januar 2000

Referate*

anmelden: www.vkomm.ch

1 Tag mit 2/4/6 Referaten =
200/300/400 Franken

2 Tage mit 2/4/6 Referaten =
300/400/500 Franken

3 Tage mit 2/4/6 Referaten =
400/500/600 Franken

inkl. Tageskarte(n) für die Fach-
ausstellung sowie Verpflegung
und Kaffee. Referate der Aus-
steller sind kostenlos.

T: 01/296 97 98 F: 01/296 97 02

* Abonnenten von Produktion & Print
erhalten 50% Rabatt.

Verlosung

Punkte sammeln und gewinnen

Die Aussteller der vkomm
stempeln die Eintrittskarte mit
3, 4 oder 5 Punkten. Wer
40 Punkte gesammelt hat und
um 18 Uhr an der Verlosung
anwesend ist, kann einen der
attraktiven Tagespreise ge-
winnen.

www.vkomm.ch

Prepress & Publishing

23. Februar 2000

9.00	KEYNOTE	Olaf Drümmer
9.30	Webpublishing	Achim H. Pollert
10.30	Die Zeitung im Wandel	Mario Garcia
11.30	Prepress-Publishing	ADOBE, QUARK

14.00	PDF-Publishing	Olaf Drümmer
15.30	Podium «Publishing»	Olaf Drümmer, QUARK, ADOBE
16.00	Internet-Design	Mario Garcia
18.00	Verlosung	

Design & Communication · CTP

24. Februar 2000

9.00	KEYNOTE	Prof. Peter Wippermann
9.30	Graphic Design	John Warwicker
10.30	Update in CTP	Michael Mittelhaus
11.30	Kommunikation	Prof. Peter Wippermann

14.00	Graphic Design-Trends	John Warwicker
15.30	Podium «Kommunikation»	J. Warwicker / P. Wippermann
16.00	Computer-to-Plate	Michael Mittelhaus
18.00	Verlosung	

Printing · CMS · Workflow-Systeme

25. Februar 2000

9.00	KEYNOTE	Kurt K. Wolf
9.30	Digitaldruck	Kurt K. Wolf
10.30	Workflow managen	Michael Mittelhaus
11.30	Perspektiven im Druck	Dieter Kleeberg

14.00	Online-Buchherstellung	Kurt K. Wolf
15.30	Color Management	Dieter Kleeberg
16.00	WFM für Agenturen	Michael Mittelhaus
18.00	Verlosung	



Fachausstellung und Kongress