

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging

**Herausgeber:** Urs Tillmanns

**Band:** 7 (2000)

**Heft:** 4

**Artikel:** Mit der Kodak Picture CD kostet ein Scan nur 45 Rappen

**Autor:** Elsner, Jean-Luc

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-980029>

### 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>**

# FOTO

mit digital imaging

INTERN 4/00

15. März 2000

neuheiten  
handel  
wirtschaft

FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für  
Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie  
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.-

## editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist  
und Herausgeber  
von FOTOintern

PMA und CeBIT sind vorüber, die Messlatte der digitalen Bildqualität ist gesetzt. Verblüffend, was diese filmlosen Kameras leisten. Die Bilder unterscheiden sich kaum noch von den konventionellen, und digital ist in aller Munde.

Man könnte meinen, es gäbe nur noch digitales. Dabei hat die konventionelle Fotografie – mit Film, Chemie und Papier – klammheimlich einen Level erreicht, der alle Digitalfans noch ins Staunen versetzen könnte. Legen Sie einen neuen 800 ISO Film in Ihre Kamera ein und suchen Sie hinterher die Körnigkeit auf den Bildern! Oder schauen Sie wieder einmal den Detailreichtum und die Tonwertsinfonie einer Barytvergrösserung an!

So sehr der Fortschritt der Digitalfotografie zu bewundern ist, dürfen die Qualitäten eines fotografischen Negativs oder Dias nicht übersehen werden. Beide stellen immer noch das beste Ausgangsmaterial für alle späteren Verwendungen dar. Gerade im digitalen Zeitalter und mit den hervorragenden Scannern, ist diese hybride Fotografie in vielen Fällen der einfachste und sicherste Weg zu einer herausragenden Qualität.

*Urs Tillmanns*

## digital: Mit der Kodak Picture CD kostet ein Scan nur 45 Rappen



**Herr Elsner, neben der Photo CD bieten Sie nun die Kodak Picture CD an. Für wen ist das neue Produkt bestimmt?** Die Kodak Picture CD ist in erster Linie für den Heimbereich gedacht. Sie stellt ein kostengünstiges Speichermedium für Bilddaten dar und wird bei der Verarbeitung von Frischfilmen angeboten. Gegenüber der Photo CD bietet sie den Vorteil, dass eine

moderne Bildbetrachtungs-Software auf jeder CD enthalten ist, so dass der Kunde seine Bilder jederzeit auf seinem PC betrachten und nachbearbeiten kann.

**Bleibt die Photo CD weiterhin im Angebot oder wird sie durch die Kodak Picture CD ersetzt?**

Nein, die Photo CD bleibt weiterhin im Sortiment. Sie ist nach wie vor ein geeignetes

Die Markteinführung der Kodak Picture CD hat begonnen. An wen sich das neue Produkt richtet, und welches die Vorteile gegenüber der bisherigen Photo CD sind, wollten wir von Jean-Luc Elsner wissen, Direktor für Consumer Imaging bei Kodak SA Lausanne.

Medium für den professionellen Bereich und den engagierten Fotoamateur. Der Hauptunterschied zwischen der Kodak Picture CD und der Photo CD liegt einmal in der bereits erwähnten mitgelieferten Software und in der Bildauflösung. Diese beträgt bei der Kodak Picture CD 1536 x 1024 für Kleinbildformat- und

*Fortsetzung auf Seite 3*

## inhalt

### picture cd

Ergänzend zu unserem Interview haben wir die Kodak Picture CD praktisch getestet.

Seite 14

### CeBIT Hannover: Noch mehr Neuheiten

Seite 8

### perrot sa

Perrot hat sich neu organisiert. Wir haben mit der neuen Geschäftsleitung gesprochen.

Seite 17

### farbwelt

Kodak führt in Deutschland eine neue Filmfamilie ein. Die Schweiz bleibt bei Gold.

Seite 23



## Nur die Wirklichkeit wirkt wirklicher.

Sie können nicht verhindern, dass einer der Funken überspringt. Sie wirken so unglaublich real, weil sie mit der fortschrittlichsten Tintenstrahldruck-Technologie überhaupt gedruckt wurden: mit HP's revolutionärer PhotoREt Präzisionstechnologie.

Diese mischt nicht nur bis zu 29 Tintentropfen auf jedes mikroskopisch kleine Pünktchen, sie tut dies auch noch mit Höchstgeschwindigkeit. Damit Sie, auch wenn Sie wenig Zeit haben, jederzeit exzellente photorealistische Bilder haben können. Bilder, die wirklich nur noch von der Wirklichkeit selbst übertrffen werden.



Die PhotoSmart und DeskJet Drucker von HP.



*Fortsetzung von Seite 1*

1536 x 864 Bildpunkte für APS-Bilder, während auf der Photo CD die Bilder mit 3072 x 2048 Pixel im PCD-Format abgelegt sind. Zudem ist auf der Photo CD keine Software enthalten, weil wir annehmen, dass der Benutzer einer Photo CD bereits eine Bildbearbeitungssoftware besitzt, zum Beispiel einen Photoshop oder ein Paint Shop Pro.

**Weshalb die geringere Auflösung bei der Kodak Picture CD? Die Speicherkapazität der CD ROM würde doch für eine höhere Auflösung ausreichen?**

Durchaus, doch ist die Auflösung von 1536 x 1024 Pixel für den Heimbereich ausreichend, um einen guten Ausdruck im Format 13 x 18 cm herzustellen. Ein wichtiger Anwendungsbereich für die Kodak Picture CD sehen wir auch in der Bildübermittlung via Internet, und da ist die Datenmenge mit 1,5 MB pro Bild bei der heutigen Technologie sowieso an der oberen Grenze. Auch dürfen Sie nicht vergessen, dass viele der Anwender im Heimbereich nicht über die leistungsfähigsten Computer verfügen, und dass viele dieser Geräte bei der Bearbeitung zu grosser Datenmengen sehr langsam werden.

**Wie läuft die Bestellung und Herstellung einer Kodak Picture CD in der Praxis ab?**

Der Kunde bringt seinen belichteten Film zum Fotohändler und bestellt wie üblich die Filmentwicklung mit den Papierbildern im Format 10 x 15 cm und hat nun zusätzlich die Möglichkeit, die Bilddaten zusammen mit einem Index-

kosten zirka 18 bis 20 Franken für den Konsumenten. Wenn Sie nun bedenken, dass auf der CD auch noch eine leistungsfähige Bildbearbeitungs-Software enthalten ist, so ist die Kodak Picture CD die preisgünstigste Möglichkeit,

Allerdings sind, nach meiner persönlichen Beurteilung, die Möglichkeiten der Bildbearbeitung nicht sehr umfangreich. Kann ich die Bilddaten auch von der CD downloaden und in einem anderen Programm bearbeiten?



print auf CD zu erhalten. Im Labor wird der Film entwickelt und danach eingescannt. Während von den aufbereiteten Bilddaten die CD gebrannt wird, läuft der Film durch den Printer, und zum Schluss werden die Negative, die Bilder, die Kodak Picture CD und der Indexprint wieder zusammengeführt. Der Kunde hat nun alles in einer «Kodak images»-Fototasche: die Farbbilder zur Sofortbetrachtung und zum Verschenken, den Indexprint zur Bildauswahl sowie als Archivierungshilfe, die Negative zum Ablegen und die Kodak Picture CD als elektronisches Bildmedium.

**Was kostet diese neue Dienstleistung?**  
Eine Kodak Picture CD

«Auf jeder CD ist eine eigens für Kodak Picture CD von Adobe entwickelte Software. Damit hat der Anwender immer die aktuellste Version, um seine Bilder zu bearbeiten, als Diaschau zu betrachten oder um sie übers Internet zu verschicken. Weiter vermittelt ein ‹Fotomagazin› wertvolle Tipps für die Praxis.» *Jean-Luc Elsner*

um digitalisierte Bilder mit einer ausreichend hohen Auflösung zu erhalten. Maximal 40 Bilder werden auf eine CD gebrannt. Da kostet ein Scan noch etwa 45 Rappen! Und das in professioneller Qualität – von der mitgelieferten Software ganz zu schweigen.

**Was kann diese Software?**

Sie ist in erster Linie für die Bildbetrachtung gedacht, und in beschränktem Masse auch für die Bildoptimierung. Sicher hat sie zum jetzigen Zeitpunkt auch noch nicht die definitive Form. Adobe, der Hersteller dieses Programms, und Kodak arbeiten zur Zeit noch neue Features aus, die dem Anwender in Zukunft noch mehr Möglichkeiten der Bildbearbeitung bieten. Abgesehen von der Bildbetrachtung bietet die Software noch ein paar interessante andere Features, zum Beispiel die Diaschau-Funktion, mit der die Bilder nacheinander selbsttätig auf dem Bildschirm ablaufen oder die Funktion, um die Bilder per E-Mail übers Internet zu verschicken. Der Vorteil der Software auf jeder CD liegt darin, dass der Anwender mit jeder Kodak Picture CD softwaremäßig wieder auf dem neuesten Stand ist.

Selbstverständlich. Die Bilddaten sind in üblichem JPEG abgelegt und universell verwendbar. Deshalb ist die Kodak Picture CD auch für anspruchsvollere Anwender ideal.

**Die Verbreitung der Bilder über Internet ist eine weitere Möglichkeit, die mit der Kodak Picture CD geboten wird. Ist das in Europa nicht noch etwas Zukunftsmusik?**

Ja, aber das kommt. Amerika ist diesbezüglich wesentlich weiter als wir Europäer. Das hängt in erster Linie mit den Kapazitäten der Telekommunikation zusammen, andererseits aber auch mit den geografischen Distanzen. Bei uns ist es noch üblich, dass man sich die Bilder beim nächsten Treffen zeigt oder dass man diese per Post verschickt. In Amerika hat das Internet einen bedeutend wichtigeren Stellenwert, und es ist dort durchaus an der Tagesordnung, dass man sich die Bilder per E-Mail zuschickt.

**Auch die Bildbestellung über Internet ist in Amerika ja auch weiter als bei uns. Funktioniert dieser Service im Kodaklabor Renens schon?**  
Nein, noch nicht. Wir sind zur Zeit zusammen mit anderen Ländern in einer Testphase



*Einem Teil der Auflage liegt eine Fototasche mit einer Original Kodak Picture CD und einem Indexprint bei. Diese Demoversion kann auf einem PC oder Mac praktisch ausprobiert werden.*

# 4 interview

und wollen unseren Kunden diese neue Dienstleistung erst anbieten, wenn die Versuche erfolgreich abgeschlossen sind. Allerdings sind noch viele Fragen offen, die allmählich auf Grund der Erfahrungen im Ausland beantwortet werden können.

#### **Was empfehlen Sie dem Fotofachhändler, um seine Kunden auf die Kodak Picture CD aufmerksam zu machen?**

Die Kodak Picture CD ist ein aktuelles und interessantes Thema für das Kundengespräch. Der Händler sollte sei-

ne Kunden auf diese moderne und kostengünstige Möglichkeit der Bilddigitalisierung aufmerksam machen, weil die Kodak Picture CD für ihn ein attraktives Zusatzgeschäft ist, und weil er damit seine Bildkompetenz einmal mehr unter Beweis stellen kann. Noch ein Pluspunkt: Wir werden einen Wettbewerb durchführen, um die Händler mit dem höchsten Anteil an Kodak Picture CDs zusätzlich zu belohnen. Darüber werden wir in einer der nächsten Ausgaben von FOTOintern berichten.

#### **Wo sehen Sie persönlich den grössten Vorteil der Kodak Picture CD?**

Wir bieten mit der Kodak Picture CD ein modernes und kostengünstiges Medium an, um Bilder zu digitalisieren und in digitaler Form weiter zu bearbeiten. Die Kodak Picture CD ist die Schnittstelle zwischen der Silberfotografie und der Digitalfotografie. Ideal auch für Leute, die noch keine Digitalkamera anschaffen, weil sie die qualitative Überlegenheit des Films schätzen, aber trotzdem nicht auf digitale Bildda-

ten verzichten möchten. Hier schliesst die Kodak Picture CD eine echte Marktlücke und bietet dem Konsumenten einen wichtigen Zusatznutzen. Und dann eben, was wir vorhin ausrechneten: Die Kodak Picture CD ist die preisgünstigste Möglichkeit, um professionelle Scans in ausreichender Datenqualität zu erhalten.

**Herr Elsner, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.**

Bitte beachten Sie auch unseren Artikel über die Kodak Picture CD auf Seite 14.

## Aufbruch in ein neues Jahrtausend



Das Hasselblad-Mittelformat-system ist allererste Wahl für die weltweit führenden Fotografen. Ausserordentliche Bildqualität, Zuverlässigkeit und äusserst stabile Konstruktion zeichnen die Kameras von Hasselblad aus. Warum also nicht gleich in ein Kamerasytem der Zukunft investieren?

### **HASSELBLAD**

Die verchromten Kameras sind mit dem Signet «Millennium», Gehäuse und Magazin zudem mit vergoldeter Typenbezeichnung versehen. Zusätzlich offerieren wir Ihnen pro Set ein Testpaket von 20 Kodak Ektachrome 100 VS Filmen. Das abgebildete Objektiv ist im Setangebot nicht enthalten.



**Kodak Professional**

TM of Eastman Kodak Company

Begrüssen Sie das neue Jahrtausend mit unserer «Hasselblad Millenniums-Edition». Bis zum 30. Juni 2000 erhalten Sie:

**Die klassische Hasselblad 503 CW und A12 Magazin zum Detailpreis von nur sFr. 3'333.–, (Listenpreis sFr. 4'125.–).**

**Die komfortable Hasselblad 203 FE und E12 Magazin bieten wir Ihnen für sFr. 7'777.–, (Listenpreis sFr. 9'770.–) an.**



**LEICA**

Nähtere Informationen erhalten Sie bei: Leica Camera AG, Hauptstrasse 104, 2560 Nidau  
Tel. 032-331 34 34, E-Mail: info@leica-camera.ch, http://www.leica-camera.ch



*Paul Schenk  
Präsident des SVPG*



**«Es hat Klick gemacht ...»**

«Ich habe während der Bezirksschule in einem Fotofachgeschäft geschnuppert, danach hat es bei mir 'Klick' gemacht, und ich wusste, dass ich in dieser Branche arbeiten will.» So erzählt eine junge Lehrtochter im neuen «Berufsbild der Foto-branche», wie sie den Einstieg in einen unserer schönen Berufe erlebt hat.

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Verband für Berufsberatung, dem FOTOintern und dem SVPG, entstand ein Faltprospekt, welcher unsere verschiedenen Berufe auf unkomplizierte Weise vorstellt – mit Aufnahmen von Beni Basler vorbildlich illustriert. Endlich haben wir damit wieder ein Hilfsmittel zur Frage der Berufswahl, welches für jeden Ausbildner von grossem Nutzen ist. Neben der interessanten Darstellung der verschiedenen Berufsbilder werden auch die entsprechenden Weiterbildungsmöglichkeiten beschrieben, schematisch dargestellt und die dazu nötigen Anforderungen erwähnt. Ein Fragebogen mit der dazugehörigen Auswertung gibt einem Betrieb auf einfache Art die



Ausweitung gibt einem Betrieb auf einfache Art die Möglichkeit herauszufinden, ob sich ein Schnupperlehrling mit den diversen Berufen auseinandergesetzt hat und somit auch Interesse signalisiert.

Anlässlich der GV des SVPG konnten wir das neue «Berufsbild» offiziell mit einer kurzen Diaschau präsentieren und die ersten Exemplare abgeben – bzw. verkaufen. Dieses interessante, farbig gestaltete Faltblatt sollte in keinem Fotobetrieb fehlen. Sie kann im 10er Pack für nur Fr. 30.– beim Sekretariat des SVPG bestellt werden. Jedes Mitglied des SVPG wird mit der Rechnung des Jahresbeitrages ein kostenloses Exemplar erhalten. Wir vom Verband hoffen, dass diese aufschlussreiche Dokumentation über unsere Berufe nicht nur die Schnupperlehrlinge und die Berufsberater positiv beeinflusst, sondern auch wieder vermehrt junge Betriebe dazu animiert, die Verantwortung der Lehrlingsausbildung zu übernehmen. Unsere Branche hat es bitternötig!

zu übernehmen. Unsere Branche hat es bitternotig, Den Verantwortlichen für das Konzept, Heinz Stauffer SVB, Heiri Mächler SVPG, Beni Basler SVPG und Urs Tillmanns von FOTOintern, möchte ich an dieser Stelle für das gelungene Werk meinen herzlichsten Dank aussprechen.

*Euer Präsi. Paul Schenk*

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

# Wird die swissphoto aufgelöst?

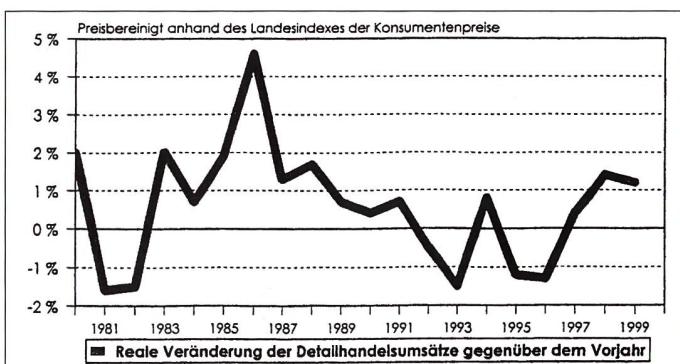
Photovision AG, Foto Wolf Hämmerli AG und ein weiteres Mitglied sind aus der swissphoto ausgetreten «weil eine derartige Vereinigung unzeitgemäß, zu träge und heute nicht mehr sinnvoll ist» wie Kai Schuler von photovision dazu bemerkte. Auch eine zweimal pro Jahr erscheinende Zeitungsbeilage sei ein veraltetes Werbemittel, das vor allem durch den immensen Streuverlust fragwürdig und pro gewonnen Kunden zu teuer sei. Kommt hinzu, dass ein grosser Teil der Mitglied-firmen viele der beworbenen Artikel nicht in ihren Sortimenten führen, was den gemeinsamen Werbeauftritt grundsätzlich in Frage stellen würde.

«Es müssen im Zeitalter von Internet, Cyberspace und digitaler Fotografie neue Wege gegangen werden, um den Kunden bessere Dienstleistungen bieten zu können» meinte Schuler weiter.

Im Falle von swissphoto sei auch ein gemeinsames Erscheinungsbild nicht mehr sinnvoll, da die Ausrichtungen und der grafische Auftritt der einzelnen Firmen zu unterschiedlich seien. «Grundsätzlich sind solche Allianzen für alle zu teuer. Die Unabhängigkeit ist heute *die Chance für den Fachhandel*» sagt Kai Schuler.



## Schweizer Detailhandel legt zu



Die preisbereinigten Umsätze im schweizerischen Detailhandel stiegen 1999 um insgesamt 1,2 Prozent an. Dies entspricht der zweithöchsten Zunahme in den letzten 10 Jahren. Die wertmässigen Umsatzeinbrüche, die noch Mitte der neunziger Jahre zu verzeichnen waren, scheinen damit für den Detailhandel als Ganzes der Vergangenheit anzugehören. Allerdings gibt es je nach Branchen Unterschiede: Während die Nahrungs- und Genussmittelbranche um 1,3% zulegte, mussten die Bekleidungen und Textilwaren einen Rückgang um 0,5% hinnehmen.

Das Weihnachtsgeschäft 1999 wurde mehrheitlich positiv beurteilt. Allgemein kann eine Zunahme der Käuflust festgestellt werden, wobei bei den Konsumenten nach wie vor ein ausgeprägtes Kostenbewusstsein zu beobachten ist. sgv



# Image Trade

**Diarahmen, Diamagazine, Inkjet Spray,  
APS Archivierung und vieles mehr**

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

FOTOintern 4/00

# fuji frontier 350: «Die Bildqualität ist für das Überleben des Fotohandels entscheidend»

Seit November steht bei Foto Schaich in Baden ein Fuji Frontier 350. Und seitdem hat der Kundenstrom zugenommen, weil sich die bessere Bildqualität herumgesprochen hat.

«Eigentlich hat damals ein Zeitungsartikel in der Lokalpresse den Ansturm ausgelöst», erklärt Ronald Schaich, «in welchem die technischen Möglichkeiten des neuen Gerätes und der Trend zur digitalen Fotografie das Thema waren. Das hat im Dezember zu einer aussergewöhnlichen Spur im Bereich der Laborarbeiten geführt. Wir konnten das neue Minilab mit vollen Auftragskörben einfahren.» Ronald Schaich ist nicht erst seit kurzem Selbstverarbeiter. Bereits standen ein Gretag- und ein Noritsu-Gerät in seinen Räumen. «Der Entscheidung für das Fuji Frontier 350 ging ein praktischer Test



Auf engem Raum steht das Frontier 350. Im Ladenlokal wäre es ein Publikumsmagnet.

voraus. Ich machte eine Aufnahme mit einem sehr hohen Kontrast und liess das Negativ in verschiedenen Geräten vergrössern. Das Gerät, welches die beste Qualität brachte, erhielt den Zuschlag – es war das Fuji Frontier 350. Die Bilder dieses Medialabs zeigten auf Anhieb mehr Details als diejenigen der Mitbewerber, und mir war klar, dass ich damit meinen Kunden eine bessere Bildqualität anbieten konnte.»

Der Einsatz des neuen Minilabs fiel zeitlich mit einem markanten Aufschwung der Digitalkameras zusammen, so dass

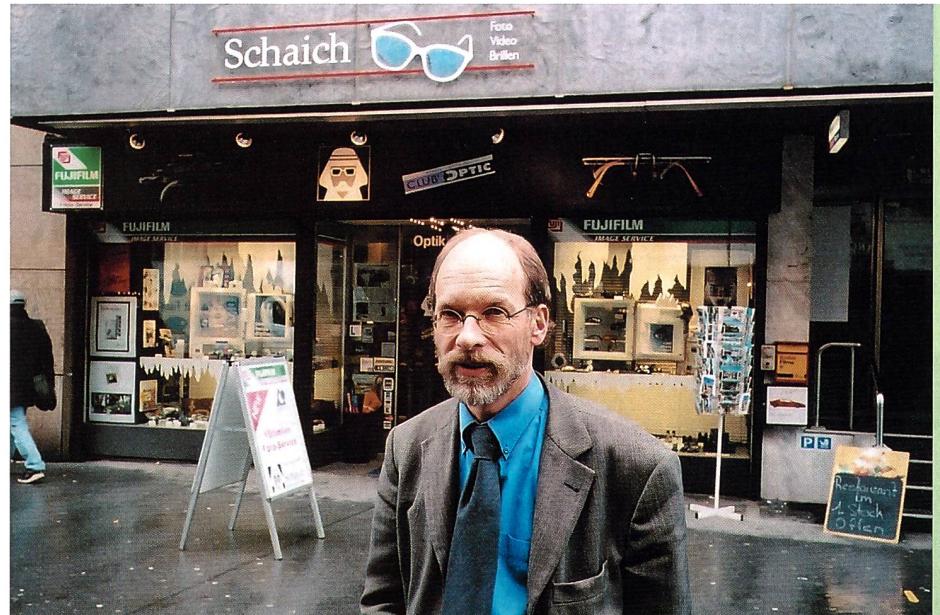


Foto Schaich in Baden ist ein Fachgeschäft mit Tradition. Seit 80 Jahren pflegt Schaich am Bahnhofplatz eine anspruchsvolle Stammkundschaft. Jetzt lockt die bessere Bildqualität viele neue Kunden.

Schaich seinen Kunden die optimale Bildqualität nicht nur von Negativen und Dias anbieten konnte, sondern genauso von allen digitalen Bilddaten. Das hat sich ebenfalls herumgesprochen – und nach weiteren Investitionen gerufen.

## Bilder aus dem Netzwerk

Auffallend im Ladenlokal von Ronald Schaich ist ein Fuji Pictrostat. «Wir hatten den Pictrostat schon länger, aber heute ergänzt er über unser Netzwerk mit einer Mac-Arbeitsstation und dem Frontier den Arbeitsfluss. Das ist nicht nur für Effizienz und Produktivität ausschlaggebend, sondern wir können unseren Kunden einen Vollservice für jedes Ausgangsmaterial bieten.»

Ronald Schaich profitiert bei solchen komplexen Installationen von Renato Gerussi, der für den digitalen Bereich in seinem Unternehmen verantwortlich ist. «Jetzt steht dann übrigens die dritte Ausbauphase an» informiert Gerussi, «denn wir wollen demnächst ins Internet, um beim digitalen Datenverkehr von Anfang an dabei zu sein. Zudem glauben wir gerade im Fotobereich an den Erfolg von E-commerce, und alleine diese neuen Möglichkeiten des elektronischen Einkaufens lohnen die Investition in eine professionell aufbereitete Homepage.»

## Der Bilderpreis ist kein Thema

Seit das Frontier 350 im Laborraum bei Schaich installiert ist, läuft es von frühmorgens bis abends spät.

«Die Auslastung ist höher, als ich es erwartet hatte, weil die Kunden eine bessere Bildqualität bekommen als früher,» sagt Ronald Schaich. «Sie spricht sich weit herum, und bringt neue Kunden in den Laden, darunter viele Gewerbetreibende und Kleinfirmen. Preisdiskussionen gibt es keine. Alle wissen, dass der Schaich nicht billig ist, dass dafür aber die Qualität stimmt. Ich habe in der Vergangenheit auch schon versucht, mit Billigangeboten mehr Umsatz zu generieren. Aber Erfolg habe ich damit nie gehabt. Der Fachhandel hat heute nur mit einer überlegenen Qualität Erfolg – und in diesem Konzept war das Fuji Frontier 350 die richtige Entscheidung.»

**Erfolgsstories** über Fuji Frontier 350 erscheinen in loser Folge in FOTOintern.

Auskünfte über das modernste Minilab der Welt erhalten Sie bei:

Fujifilm (Switzerland) AG, Bereich Foto,  
Niederhasistrasse 12, 8157 Dielsdorf  
Tel. 01 855 50 50, Fax 01 855 51 10,  
E-Mail: mhunsperger@fujifilm.ch



joycam

## Das neue Glanzlicht auf der Joycam-Welle.

Glänzende Aussichten im Polaroid Tempo-und-Fun-Foto-Business: Die neue Silver Joycam bringt noch mehr Stil ins Spiel. Mit ihrem dezent-silberglänzenden Outfit fällt sie sofort ins Auge, mit ihren brillanten Aufnahmen mit dem Polaroid Film 500 (empf. VP Fr. 14.90) steht sie sofort im Mittelpunkt jeder Gesellschaft. Wer den kreativen Sofortbildkitzel sucht und Wert auf das gestylte Äussere seiner Kamera legt, ist mit der Polaroid Silver Joycam bestens bedient.

Und weil die Schweizerinnen und Schweizer bekanntlich für etwas mehr Design gerne etwas tiefer in die Tasche greifen, dürfte das neue Glanzlicht auf der Joycam-Welle zum empfohlenen Verkaufspreis von Fr. 49.90 auch in Ihrem Geschäft zum Geschäft werden. Zumal sich die neue Kamera in ihrer transparenten Box äusserst verführerisch präsentiert.

Die Joycam-Welle läuft. Surfen Sie mit?

 **Polaroid**  **LIVE FOR THE MOMENT**