

Spass am Fotografieren : mit der Kamera, die sprechen kann

Autor(en): **Bill, Jean-Jacques**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **2 (1995)**

Heft 15

PDF erstellt am: **27.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980145>

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.

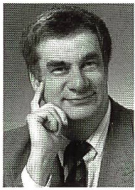
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen 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.

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Ehrlich gesagt, ich bin von der Qualität der Einfilmmarkas überrascht. Sie sind wesentlich besser als das, was man ihnen nachsagt. Um die Unterschiede der Kameras im Druck zeigen zu können, mussten wir den Negativen mit einer 15fach-Vergrößerung zu leibe rücken – das ist weitaus mehr als das was Herr und Frau Tourist von einem solchen Produkt erwarten. Vorsicht ist lediglich bei Blitzaufnahmen geboten: Die Maximalreichweite von drei Metern ist schnell überschritten. Auch den Themenkomplex der Materialweiterverwendung behandeln wir in dieser Nummer ausführlich. Dazu noch ein wichtiger Hinweis: Demontieren Sie die Kameras nicht selbst. Man kann sich leicht an den Kunststoffteilen verletzen, und der noch geladene Kondensator kann zu unangenehmen Überraschungen führen. Wieviele Teile in den Kameras drin sind, haben wir für Sie ausgezählt und in einer Tabelle auf Seite 11 aufgelistet.

Urs Tillmanns

Spass am Fotografieren – mit der Kamera, die sprechen kann

Polaroid führt eine sprechende Kamera im Schweizer Markt ein. Es ist eine Polaroidkamera der 636-Reihe mit einem digitalen Voicerecorder, der neben ein paar Standardsätzen auch das wiedergeben kann, was man ihm einflüstert. Wie sieht Polaroid die Marktposition dieses Produktes? Wer sind die Käufer? Wer die Verkäufer? Unser Gesprächspartner bei Polaroid war Marketing- und Verkaufsleiter Jean-Jacques Bill.

FOTOintern: Herr Bill, die «Talking Kamera» kommt nota bene aus Amerika. Glauben Sie, dass der Schweizer Konsument auf die synthetisierte Stimme Ihrer Kamera ebenso enthusiastisch reagiert wie der Amerikaner?

Jean-Jacques Bill: Ja, ich bin überzeugt, dass der Schweizer Konsument ebenso positiv auf dieses neue Feature reagieren wird. Die drei vorgegebenen Ansagen sind übrigens teilweise in der Schweiz ent-

wickelt worden, und die aufgenommene Stimme ist sehr realitätsgetreu und gut verständlich. Zwei der Sounds, das Muhen einer Kuh und das herzhaftes Lachen eines Mannes, sind nicht sprachbezogen und für jedermann gut erkennbar. Mit diesen drei verschiedenen Sounds sprechen wir eine breite Zielgruppe von Konsumenten an.

FOTOintern: Dann lassen sich ja auch eigene Grussbotschaften aufsprechen ...



Jean-Jacques Bill, Marketing- und Verkaufsleiter von Polaroid mit der neuen Talking Kamera.

Bill: Richtig.

Zusätzlich zu den drei vorgegebenen Ansagen kann der Benutzer auch selbst jederzeit eine acht Sekunden

Fortsetzung Seite 3

4 Jugend

Spass am Fotografieren. Zwei Aktionen, bei denen das Fotografieren im Zentrum stand, trugen bei Jugendlichen zur Förderung der Fotografie bei.

5 SVPG

Die Reaktionen auf die ID-Fotomustertafel des Bundesamtes für Polizeiwesen blieben nicht aus. Hans Peyer nimmt Stellung dazu auf Seite 5.

9 Batterien

Die Schweizer sind im Batteriensammeln gut, aber nicht gut genug. Eine breit angelegte Informationskampagne soll das Umweltbewusstsein fördern.

10 Einfilm

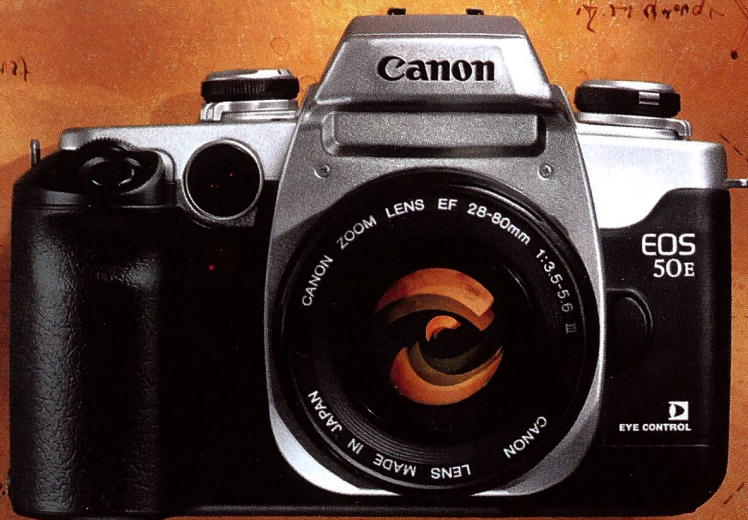
Was leisten die Einfilmmarkas? Im zweiten Artikel über diese Kameraklasse geht es um einen Praxistest und die verschiedenen Recycling-Programme der drei Anbieter.

13 Recycling

Wie werden die Kunststoff- und Elektronikteile der Einfilmmarkas entsorgt? Wir waren bei einer der bedeutenden Rezyklierfirmen und haben uns nach dem Verfahren erkundigt.

14 Minolta

Minolta präsentiert die neue Version der Dynax 500si und zwei neue Objektive für höchste Ansprüche im Telebereich. Die wichtigsten Details dazu finden Sie in unserem Kurzbericht.



Die Canon EOS 50E. Ein echter Geniestreich.

Zeitlos genial

Das menschliche Auge fasziniert seit Jahrhunderten. Wen wundert's schliesslich liegt es auch den Prinzipien der Photographie zugrunde.

Mit der Entwicklung der EOS 50E hat Canon nun erneut einen grossen Schritt nach vorne getan: Bei der Augensteuerung (Eye Control Focus) wird das übliche Autofokus-Messfeld durch die Pupillenbewegungen verschoben und bewirkt, dass der anvisierte Punkt scharf eingestellt und optimal belichtet wird. Dafür sind Sie freier und können Ihr Augenmerk voll und ganz der Bildkomposition widmen - damit das

Resultat noch professioneller wird.

Das unverwüstliche und trotzdem federleichte Gehäuse der EOS 50E wurde nach modernsten ergonomischen Erkenntnissen konzipiert, um besonders komfortabel und bedienerfreundlich zu sein. Aber natürlich ist ob der reichlich angewandten Wissenschaft die Ästhetik nicht vergessen gegangen. Qualität und Liebe zum Detail verleihen diesem Meisterwerk den Look und das Feeling eines Klassikers.

Canon EOS 50E

Canon (Schweiz) AG, Industriestrasse 12, 8305 Dietlikon,
Tel. (01) 835 68 00, Fax (01) 835 68 88



Fortsetzung von Seite 1

lange Botschaft aufnehmen, einen originellen Gruss beispielsweise, der beim Fotografieren zum Lachen animieren soll. Dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt, denn der eigene Text kann immer wieder neu aufgenommen werden, sodass für jeden Anlass der passende Spruch verwendet werden kann.

FOTOintern: Wer sind, nach den bisherigen Verkaufserfahrungen in anderen Ländern, die Kunden, die auf dieses Produkt ansprechen?

Bill: Es sind nicht nur Erwachsene, sondern auch Jugendliche, die viel Freude an dieser zusätzlichen Kameraeigenschaft haben werden. Mit der 636Talking ist es einfach, die Leute an Parties, Festen und sonstigen Anlässen zum Lachen zu bringen. Es entstehen spontane, lockere und ungezwungene Fotos. Die Kamera richtet sich an alle, die den Spass der Sofortbildfotografie durch eigene kreative Ideen und eine persönliche Note verstärken wollen. Sie eignet sich darum nicht nur als origineller Party-Gag, sondern auch als persönliches Geschenk für Leute, die «schon alles haben».

FOTOintern: Welche Verkaufskanäle werden Sie in erster Linie dafür suchen? Ist es der Fachhandel, oder sind es vor allem die Verkaufsketten?

Bill: Nachdem es sich um eine Kamera im unteren Preissegment handelt, möchten wir die 636Talking den Konsumenten über möglichst viele Absatzkanäle anbieten.

FOTOintern: Zu welchem Preis soll die neue Kamera verkauft werden?

Bill: Den empfohlenen Verkaufspreis haben wir mit Fr. 79.– leicht über der regulären 636CL Kamera (Fr. 69.–) festgelegt. Damit ist dieses neue Produkt nur Fr. 10.– teurer und bietet den Konsumenten wesentlich mehr Spass.

FOTOintern: Welche Bedeutung hat die sprechende Kamera in Ihrem Sortiment, welche Erwartungen setzen Sie in dieses Produkt, und wie werden Sie den Verkauf unterstützen?

Bill: Die 636-Kameralinie nimmt im Gesamtsortiment eine bedeutende Rolle ein. Von dieser Serie wurden weltweit am meisten Kameras verkauft. Durch die einfache Handhabung und das

gute Preis-/Leistungsverhältnis spricht die Linie eine breite Zielgruppe an, und vor allem die 636Talking ist als spassiges Geschenk geeignet.

Mit der rechtzeitigen Lancierung im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft, einer



massiven Kino- und TV-Werbekampagne und der Platzierung unseres Displays im Handel sollte dieses Produkt zum absoluten Renner werden.

FOTOintern: Welche Argumente möchten Sie an die Verkäufer weitergeben?

Bill: Um dieses Produkt am Verkaufspunkt mit Erfolg ab-

setzen zu können, empfehlen wir dem Handel vor allem in der kommenden Vorweihnachtszeit eine optimale Warenpräsentation mit dem speziell dafür entwickelten Displaymaterial sicherzustellen. Ist der Kunde einmal im Laden, ist es wichtig, dass die 636Talking aktiv demonstriert wird, denn die Kamera verkauft sich nicht

im Regal, sondern am Ladentisch. Es sollte immer eine aufnahmebereite Kamera zur Verfügung stehen, um dem Kunden live die vielen Möglichkeiten demonstrieren zu können.

Besonders wertvoll beim aktiven Verkaufsgespräch ist auch, einen ganz persönlichen Spruch für den Kunden zu speichern und ihn gleich selbst testen zu lassen. Und ganz wichtig: Je mehr Kameras verkauft werden, desto mehr Filme werden auch gebraucht. Marktforschungen haben ergeben, dass mit neuen Polaroid-Kameras besonders häufig und gerne fotografiert wird.

FOTOintern: Herr Bill, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Die flachste Kompakte der Welt



Ricoh R1, die robuste Kompaktkamera mit eingebautem Blitzgerät bietet bewusst nur jene Funktionen, die für erstklassige Fotos unentbehrlich sind. Auf unnötige Features wurde zugunsten eines ultraschlanken und zeitlos schönen Designs verzichtet. Neben einem 30-mm-Objektiv ist auch eine erstklassige 24-mm-Optik für raumgreifende Superpanorama-Aufnahmen integriert. Ein hervorragender Sucher (umgekehrtes Galilei-Fernrohr) besticht durch klare Bildrahmen und prägnante Fokussier-Informationen.

Gujer, Meuli & Co., 8953 Dietikon, Telefon 01/ 745 80 51