

# Der neue Disney-Film "Toy Story" und die Energizer-Promotion für den Fotofachhandel

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **3 (1996)**

Heft 5

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979947>

## **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.

# Der neue Disney-Film «Toy Story» und die Energizer-Promotion für den Fotofachhandel

«Toy Story» soll ein Kassenschlager werden wie «Lion King». Allein für das weltweite Marketing wurden über 100 Millionen Dollar eingesetzt. Und ab 29. März läuft der neueste Walt Disney-Film «Toy Story» in rund 100 Kinos der Schweiz an.

Fotofachhändler haben jetzt die Gelegenheit, von diesem Erfolgsfilm zu profitieren, denn Energizer gehört neben Nestlé und McDonalds zu den drei ausgewählten Promotions-Partnern von «Toy Story».

Die Geschichte des Films spielt sich im Kinderzimmer von Andy ab, und die Hauptfiguren sind seine Spielzeuge. Sobald die Kinder und Erwachsenen ihnen den Rücken zuwenden, erwachen sie zum Leben. Woody, der Cowboy, ist das Lieblingsspielzeug von Andy. Für ihn gibt es zwei kritische Daten im Jahr: Andy's Geburtstag und Weihnachten, denn da kommen neue Spielsachen ins Kinderzimmer. Und wirklich: Zum Geburtstag bekommt Andy Buzz, den Mann aus dem Weltall, geschenkt, und Woody fühlt sich



abgeschoben: Der Konflikt zwischen den beiden beginnt. Neben dem rein Unterhaltenden hat die Geschichte lehrreiche Grundsätze für Kinder und lässt auch erwachsene Kinobesucher nicht zu kurz kommen. «Toy Story» ist der erste, ganzheitlich mit Computer und einem neuartigen dreidimensionalen Darstellungsverfahren hergestellte Kinofilm, der jung und alt

faszinieren wird. In den USA läuft der Film schon seit mehreren Monaten und ist ein voller Erfolg. Da Energizer-Batterien viele Spielzeuge zum Erwachen bringen, ist die Verbindung zu «Toy Story» naheliegend. Energizer hat eine breit angelegte Werbekampagne entwickelt und versieht die 8er-Verpackungen von LR6-Batterien mit den von Kin-

dern begehrten «Toy Story»-Figuren. Nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene, welche von diesem Publikumsrennen hören werden sich für Energizer-Batterien entscheiden. Entweder um gratis zu den sympathischen Figuren oder mittels Konsumentenaktionen zu «Toy Story»-Postern- und Magneten zu kommen, die sie an den amüsanten und faszinierenden Film erinnern. Die aktuellen Promotion wird von Energizer mit einer breiten Werbekampagne unterstützt und bietet dem Fotofachhandel mit vier verschiedenen Angeboten die Möglichkeit, vom dem Erfolg dieses neuesten Walt Disney-Kinofilms zu profitieren. Energizer verspricht sich von dieser Aktion einen bedeutenden Mehrumsatz, der bei einer aussergewöhnlichen Marge dem Fotofachhandel zugute kommen soll.

Für Detailinformationen und Bestellungen ist die Firma Perrot AG, Neuengasse 5, 2501 Biel, Tel. 032 22 76 32, zu kontaktieren.



## Wählen Sie Ihr «Toy-Story» Promotion-Set:

	Set A	Set B	Set C	Set D
Display	Thekendisplay	Sekundendisplay	Bodendisplay	ohne Display
Total Verkaufseinheiten	37	74	148	36
davon gratis	—	8	18	4
gratis sprechende Filmfiguren	1	1	2	—





**SVPG**



## Freuen Sie sich auf APS?



Hans Peyer  
Präsident  
und Sekretär  
des SVPG

Wie stellen wir uns zur neusten Entwicklung auf dem Kamera- und Filmmarkt? Zum ersten Mal seit vielen Jahren geht der Trend in Richtung bessere Qualität und vom einstigen Disc-Format auch wieder zurück zu einem grösseren Negativ; eine Verbesserung, die absolut in die Nähe von Kleinbild kommt. Müssten wir uns nicht diesmal genauso ehrlich, wie wir uns früher gegen jene Neuheit wehrten, jetzt für die neuen Kameras und Filme einsetzen? Dies vor allem im Bewusstsein, dass die Masse der Fotoamateure die Kameras eben dort einkauft, wo sie angeboten werden. Erinnern wir uns bitte wieder ans Verkaufen, statt unnötige Diskussionen mit den potentiellen Kunden zu führen.

Die Medien werden in den nächsten Wochen und Monaten die Kunden für uns auf das neue System einstimmen. Diese gewaltige Vorarbeit müssen wir nutzen, anstatt kleinlich an alte Nebensächlichkeiten zu denken. Wirkliche Gründe, um zu APS «nein» zu sagen, gibt es kaum – was allerdings nicht heisst, dass die hochwertigen Kleinbildkameras deswegen schlechter werden und zum Abfall gehören. Gerade für den Fachmann, der vielleicht sogar die Bilder selbst verarbeitet, bleiben unübersehbare bearbeitungsmässigen Vorteile erhalten.

Schon mehrmals hat sich in der Vergangenheit der Fotofachhandel gegen Neuheiten gerichtet, die sich nach seiner Meinung nicht zu Gunsten guter Qualität auf dem Fotomarkt auswirkten. Zum Beispiel hatten wir uns damals gegen die Formatverkleinerung von 6x9 oder 6x6cm zum 4x4cm Format mit den konstruktiv einfachen Billigkameras wie Starflash und viele ähnliche aufgelehnt. Der Trend zu Einfachkameras und immer kleineren Negativformaten setzte sich dann – sehr zum Ärger der Fotohändler – mit Instamatic, Pocket, Rapid und schliesslich am extremsten mit den Disc-Kameras fort. Die Begründung für unsere negative Haltung war: «Die Qualität dieser Neuheiten ist vollständig unbefriedigend. Wir müssen uns für eine bessere Qualität der Fotografie einsetzen». In der Tat sank die Qualität von Fotosystem zu Fotosystem und erreichte schliesslich mit Disc seinen Tiefststand.

Was hatten wir mit unserer Kritik erreicht? Wir hatten fleissig mitgeholfen, dass die Verkäufe immer mehr in jene Kanäle abwanderten, die sich um übertriebene Qualitätsforderungen wenig kümmerten. Und wie hatte der Kunde reagiert? Zum einen hat er die Qualitätsverschlechterung geschluckt, zum anderen haben viel Kunden, wenn sie nicht richtig zufrieden waren, einfach die nächste, meist noch kleinformatigere Neuheit, gekauft. Wo? Eben dort, wo er auch die letzte Kamera erstanden hatte, also wieder nicht beim Fotofachhändler, der sich so heroisch für die bessere Qualität eingesetzt hatte. Das ist alles, was wir damals mit unserer (nicht ganz unberechtigten) Kritik erreicht hatten?

Was haben wir daraus gelernt? Vom Diskutieren können wir nicht leben, sondern nur vom Verkaufen. APS verspricht eine bessere Qualität und ist gerade in der heutigen Zeit eine grosse Chance für den Fotofachhandel. Deshalb: Machen Sie mit und empfehlen Sie ihren Kunden die neuen APS-Kameras – sobald sie lieferbar sind.

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

## Rumitas ist nicht verkauft

Zur Zeit macht das Gerücht die Runde, die Firma Rumitas sei verkauft worden. Inhaber und Geschäftsführer Urs Haberthür legt Wert auf die Klarstellung, dass die Besitzverhältnisse unverändert seien und dass keine Verkaufsabsichten bestünden.

## Die nächsten Giftkurse...

...der Kommission Foto, Repro, Druck, werden am 26. bis 28. März 1996 in Zürich durchgeführt.

Adresse für Anmeldungen: Kommission Foto, Repro, Druck, für Giftkurse und -prüfungen, Sekretariat Eckhard Bohtz, Friesenbergalder 1, 8055 Zürich, Telefon 01 462 28 74

## INFO-ECKE OLYMPUS

### Eine defekte Kamera ist Ihre Chance...

... unsere Service-Administration näher kennenzulernen. In der Serie «Unser Innendienst-Team» präsentieren wir Ihnen heute **Christine Luchsinger**



#### Service-Administration

Unsere fröhliche und stets gutgelaunte Frau Luchsinger kümmert sich schnell und unbürokratisch um Ihre «Problemfälle» und sorgt dafür, dass Ihr Kunde so schnell wie möglich wieder im Besitz seiner Kamera ist.

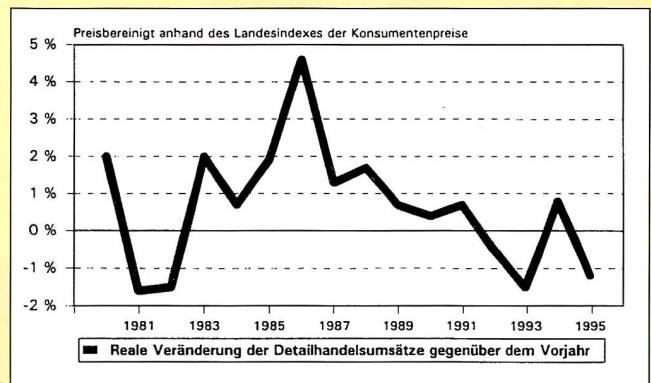
**OLYMPUS**

THE VISIBLE DIFFERENCE

Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications

Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

## Flaute im Detailhandel



Die anhand des Landesindex der Konsumentenpreise bereinigten realen Umsätze im schweizerischen Detailhandel gingen 1995 um insgesamt 1,2 Prozent zurück, nachdem im Vorjahr noch ein Wachstum um 0,8 Prozent verzeichnet werden konnten.

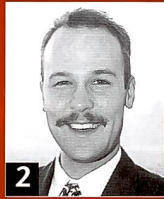
Am härtesten getroffen hat es den Bereich Bekleidungsartikel und Textilwaren, in welchem die realen Umsätze um 6,2 Prozent schrumpften. Bei den Nahrungs- und Genussmitteln betrug die Abnahme 0,8 Prozent, währenddem die übrigen Branchen eine leichte Umsatzsteigerung verbuchen konnten.

Auch das Weihnachtsgeschäft, das für viele Branchen nach wie vor von zentraler Bedeutung ist, verlief aus der Sicht des Detailhandels sehr ernüchternd. Zum schlechten Geschäftsgang beigetragen haben neben der nach wie vor gedämpften Konjunkturlage, einem gestiegenen Preisbewusstsein der Konsumenten und dem Ausbleiben ausländischer Touristen auch die ungünstigen Witterungsverhältnisse.

gpd



# CANON (SCHWEIZ) AG FOTO/VIDEO/AUDIO



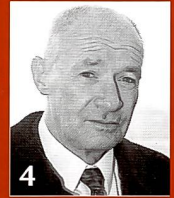
Jens Traber  
Verkaufsberater  
Mittelland  
Conseiller de vente  
Plateau (suisse)  
Natel 077/39 74 05



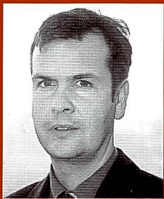
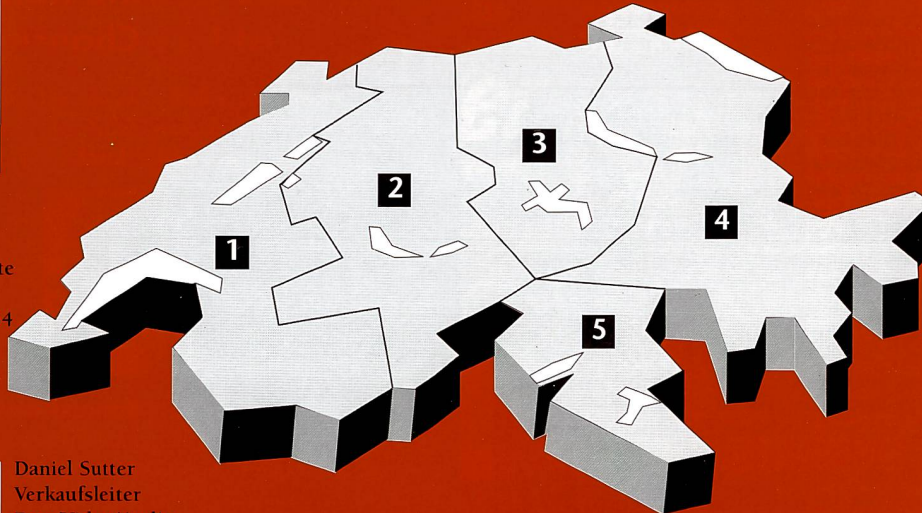
Bruno Meier  
Verkaufsberater  
Nord- und  
Zentralschweiz  
Conseiller de vente  
Nord de la Suisse  
et Suisse centrale  
Natel 077/62 81 06



Rene Stadelmann  
Verkaufsberater  
Westschweiz  
Conseiller de vente  
Suisse romande  
Natel 077/62 79 34



Jonny Schnyder  
Verkaufsberater  
Ostschweiz und  
Graubünden  
Conseiller de vente  
Suisse orientale et  
Grisons  
Natel 077/62 78 65



Daniel Sutter  
Verkaufsleiter  
Foto/Video/Audio  
Chef de vente  
photo/video/audio  
Natel 077/77 04 34  
Tel. 01/835 65 33



Dominique Léger  
Grosskundenbetreuer  
Foto/Video/Audio  
& Verkaufsberater Tessin  
Conseiller des grands clients en  
photo/video/audio et conseiller  
de vente au Tessin  
Natel 077/77 22 26



Fritz Dreyer  
Fachberater  
Foto/Video  
Conseiller spécia-  
lisé photo/vidéo  
Tel. 01/835 65 40



HansPeter Steiner  
Canon Prof.  
Service &  
Digitalfotografie  
Service prof.  
Canon et photo-  
graphie digitale  
Tel. 01/835 65 05

Zentrale/Central:  
Tel. 01/835 61 61  
Fax 01/835 64 68

Buchhaltung/Comptabilité:  
Gilbert Sauteur  
Tel. 01/835 61 61

Reparaturen/Réparations:  
Tel. 062/889 72 60  
Fax 062/889 72 62

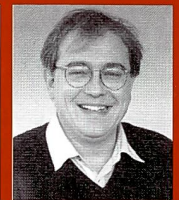
Bestellbüro/Bureau de commandes:  
Tel. 01/835 64 64, Fax 01/835 68 32



Renata  
Stierli



Beatrice  
Grossmann



Olivier  
Vermeulen

Zentrale/  
Central:  
Canon (Schweiz) AG  
Industriestrasse 12  
8305 Dietlikon  
Tel. 01/835 61 61  
Fax 01/835 64 68

Bestellungen/  
Commandes:  
Canon (Schweiz) AG  
Industriestrasse 12  
8305 Dietlikon  
Tel. 01/835 64 64  
Fax 01/835 68 32

Reparaturen/  
Réparations:  
Canon (Schweiz) AG  
Almuesenacherstrasse 4  
5506 Mägenwil  
Tel. 062/889 72 60  
Fax 062/889 72 62

Buchhaltung/  
Comptabilité:  
Gilbert Sauteur  
Canon (Schweiz) AG  
Industriestrasse 12  
8305 Dietlikon  
Tel. 01/835 61 61  
Fax 01/835 64 08

# Canon

Canon (Schweiz) AG, Consumer Products Division, Sparte/dép. FOTO/VIDEO/AUDIO



## 2 neue Kompaktkameras von Canon

Das neue Canon-Spitzenmodell **Prima Super 135** ist mit einem Weitwinkel/Teleskop 1:3,6-8,9/38-135 mm, 3-Punkte-Autofokus, einem 3-Zonen- und Spot-Belichtungsmesssystem sowie einem Automatikblitz ausgerüstet. Abgesehen von der Programmautomatik bietet die neue Canon Prima Super 135 vier Motivprogramme für Aktions-, Nacht-, Porträt-, Nah- und

Die neue **Canon Prima Mini II** ist noch handlicher und noch benutzerfreundlicher als ihr Vorgängermodell Canon Prima Mini. Ob auf Reisen, im Familienkreis oder auf einer Party: Knopfdruck genügt, und die 195 g leichte Kamera liefert in allen Aufnahmesituationen erstklassige Bilder. Die Canon Prima Mini II, ausgerüstet mit einem 32-mm Objektiv (Lichtstärke



Landschaftsaufnahmen. Der Blitz schaltet sich in kritischen Situationen oder bei Gegenlichtaufnahmen automatisch zu. In der Langzeitfunktion belichtet die neue Canon Prima Super 135 bis zu vier Sekunden und blitzt den Vordergrund vor dem stimmungsvoll durchzeichneten Hintergrund auf. Die kürzeste Verschlusszeit beträgt 1/1200 Sekunde. Eine manuelle Belichtungs-korrektur von +/- 1.5 Blendenstufen ist ebenfalls jederzeit möglich. Eine Minilampe verringert die Gefahr des Rotaugeneffektes.

Weitere interessante Eigenschaften der neuen Canon Prima Super 135 sind das titanfarbene Design und der praktische Objektiv-Schutz. Praktisch ist auch die Schutzhülle, die mit Tragriemen auf beiden Seiten des Gehäuses fixiert ist. Die Abmessungen der Canon Prima Super 135 betragen 133 x 70 x 65 mm, und sie wiegt 345 Gramm. Der Verkaufspreis wird mit Fr. 498.- empfohlen.

1:3,5) arbeitet mit einem 3-Zonen-AiAF-Autofokus-System, das das Objektiv bis zur Nahgrenze von 45 cm scharf stellt.

Für zusätzliche Benutzerfreundlichkeit sorgen der praktische, seitlich verschiebbare Objektivschutz sowie die vereinfachte Auswahl für die Blitzeinstellungen. Natürlich bietet die Canon Prima Mini II auch in Bezug auf den Filmtransport alle Annehmlichkeiten einer modernen Kompaktkamera: Einlegen, Vor- und Zurückspulen des Films werden von der Kamera selbst vorgenommen.

Die neue Canon Prima Mini II besticht nicht nur durch kompakte Abmessungen (120 x 62 x 41 mm), sondern auch durch ihr modernes Design. Neu ist der edle metallfarbene Look, der nicht nur High-Tech-Liebhaber ansprechen wird. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt Fr. 168.-.

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

### Canon: 5 neue AF-Objektive

**Canon EF 1:3,5/180 mm L Macro USM:** Erstes Makro-Objektiv mit dem Ultraschall-Motor (USM). Es ermöglicht eine grössere Aufnahmedistanz (0,48 m) mit dem Abbildungsmaßstab von 1:1. Verkaufspreis: Fr. 3290.-.

**Canon EF 1:2,8/17-35 mm L USM:** Ersetzt das bisherige EF 1:2,8/20-35 mm L. Neuer Zoombereich bis 17 mm und die minimale Aufnahmedistanz bis 0,42 m. Besonders interessant ist es für fortgeschrittene Amateure wie auch für professionelle Anwender. Verkaufspreis: Fr. 3200.-.

**Canon EF 2,8/200 mm L II USM:** Hochleistungstele, auf Wunsch von Profis entwickelt. Ersetzt Canon EF 2,8/200 mm L. Verkaufspreis: Fr. 1600.-.

**Canon EF 2,8/400 mm L II USM:** Lichtstarkes Supertele mit Ultraschall-Motor (USM) und verbesserter Gewichtsverteilung gegenüber Vorgängermodell Canon EF 2,8/400 mm L U. Verkaufspreis: Fr. 14900.-.

**Canon EF 2,0/135 mm L USM:** Im Gegensatz zum bisherigen EF 135 mm Softfokus-Objektiv liegt die Nahgrenze bei 90 cm. Es können die Extender 1,4 x und 2 x eingesetzt werden. Verkaufspreis: Fr. 2150.-.

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

# Fachleute haben einen Partner; qualitätsbewusst, zuverlässig, kompetent: Bron+Co

BRONCOLOR  
Studioblitzgeräte, Generatoren,  
Kompaktgeräte, Flächenleuchten, Spots,  
HMI-Dauerlicht

SCHNEIDER  
Aufnahme-, Vergrößerungs-,  
CCTV-, AV-Objektive

FIDELITY  
Doppelkassetten  
in Inches- und cm-Formaten

ROTATRIM  
Rollenschneider für Filme, Papiere und  
Karton. Schnittlängen 31-215 cm

RRB  
Vergrößerungsrahmen mit 2 und  
4 Masken, Saugplatten  
bis 75 x 100 cm

LEE  
Farb- und Korrekturfilter,  
Blatt- und Rollenware

BENBO  
Stative für besondere Anforderungen

WINDOWLIGHT  
Flächenleuchten, Stative

TEUFEL  
Magnet-Copy-Boards, Papiersafes



Bron+Co, 4051 Basel, Spalenterweg 15  
Telefon 061 261 32 55, Telefax 061 261 34 42