

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

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

Heft 17

PDF erstellt am: **12.07.2024**

### **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.

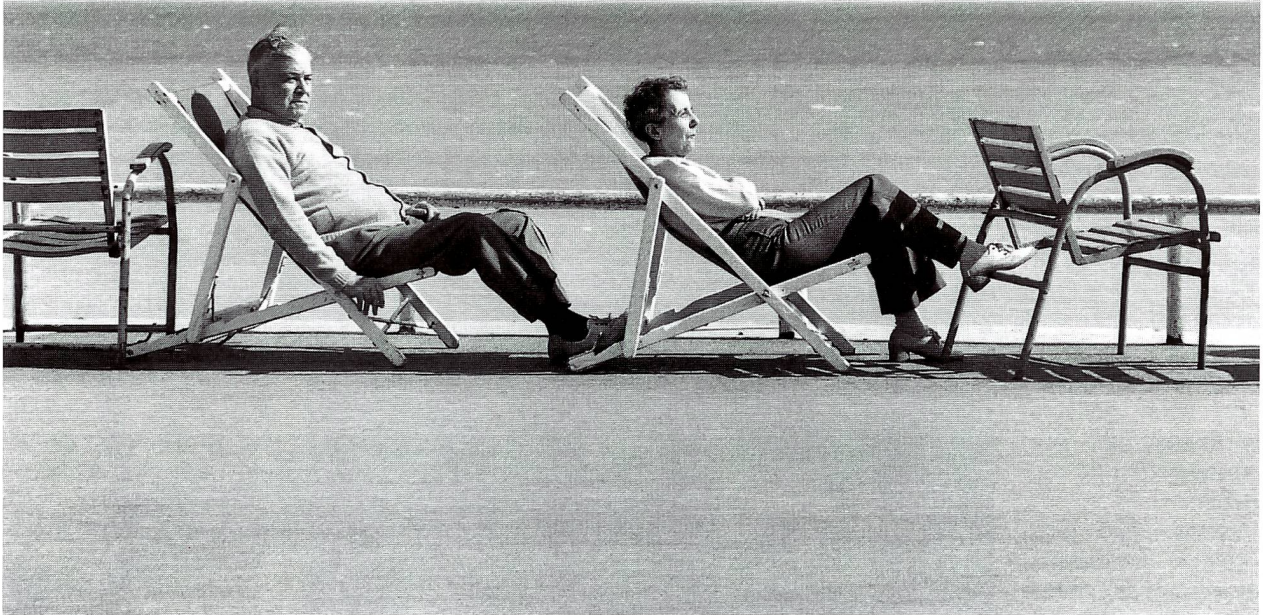
### **Haftungsausschluss**

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.

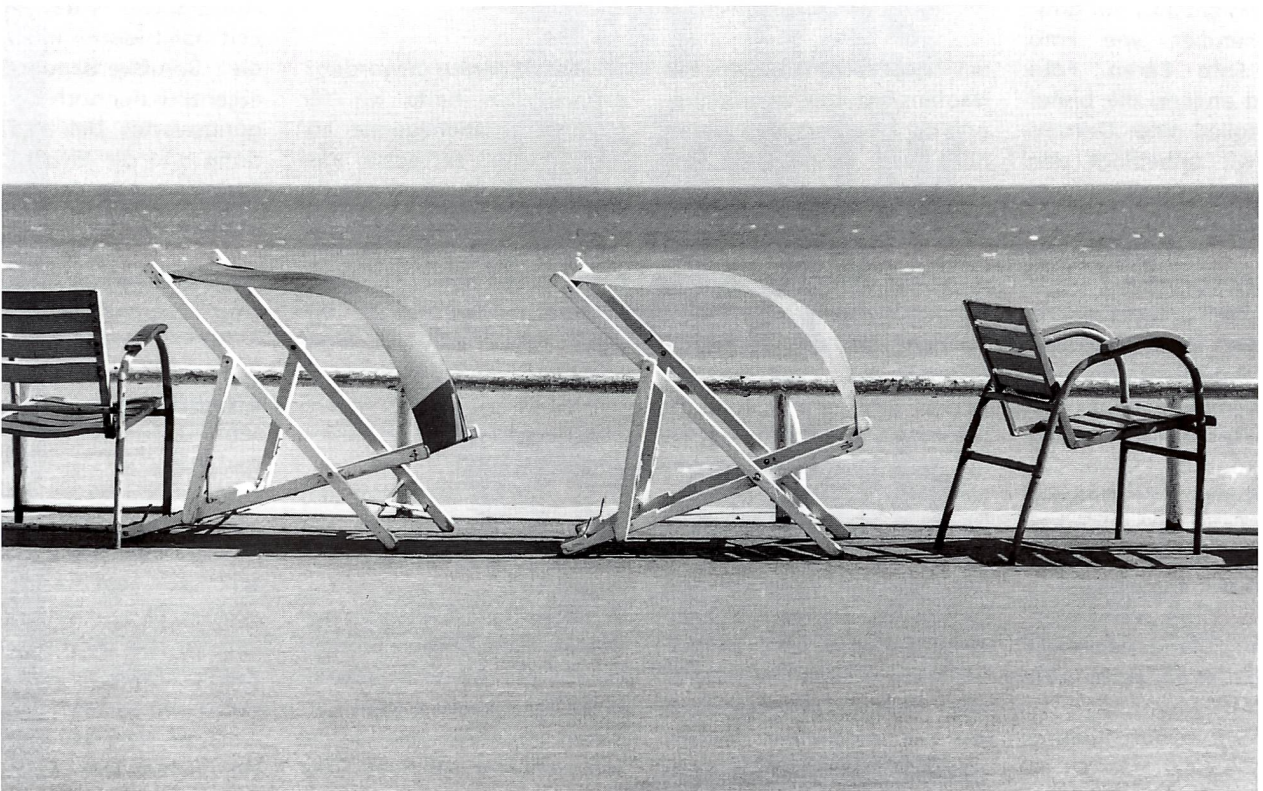
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

# CANON.



## AND ACTION!



© Elliott Erwitt/Magnum Photos



Canon EOS 50E

Das Einzigartige an der neuen Canon EOS 50E sind Sie. Oder genauer Ihre Pupille. Dank Eye Control Focus erkennt die EOS 50E nämlich an der Bewegung Ihrer Augen, welchen Punkt innerhalb des Ausschnitts Sie anvisieren. Und stellt so automatisch die optimale Belichtung und Schärfe ein. Womit Sie jetzt alle Zeit haben, das Fotomotiv zu finden, das andere aus dem Sessel haut.

Canon (Schweiz) AG, Industriestrasse 12, 8305 Dietlikon, Tel. 01 835 61 61, Fax 01 835 65 26.

**Canon**  
FOTO · VIDEO



SVPG



## Endlich: Rubrik «Leserbriefe»



Hans Peyer  
Präsident  
und Sekretär  
des SVPG

Seit langem hege ich den Wunsch nach einer Rubrik «Leserbriefe» in unserer Fachzeitschrift. Mein Glaube an die Schreibfreudigkeit der Mitglieder scheint allerdings wesentlich grösser zu sein als derjenige des Redaktors. Dieser fürchtet, eine Rubrik einzurichten, die kaum benutzt würde. Das Sekretariat erhält jedoch immer wieder Briefe von Verbandsmitgliedern, die für alle Fachhändler von Interesse sind.

Seit kurzem habe ich und die Redaktion wiederum mehrere Briefe mit dem Wunsch erhalten, sie zu veröffentlichen. Es sind Berichte, die die Ansicht vertreten, in der Branche würde von einzelnen

Exponenten eigenmächtig vorgegangen oder aber nicht korrekt informiert. Es werden darin Informationen oder auch lediglich Meinungen vertreten, die es Wert sind, von uns Händlern gelesen zu werden. Wie weit die Redaktion der Zeitschrift sich mit diesen Aussagen einverstanden erklären kann, steht auf einem anderen Blatt. Teilweise besteht vermutlich das Problem, dass sich diese Briefe direkt gegen Abonnenten, Inserenten oder Personen wenden, die sich üblicherweise für die Zeitschrift oder den Fotohandel und seine Ziele einsetzen. Mit der Rubrik «Leserbriefe» besteht die Möglichkeit, solche Ansichten trotzdem zu veröffentlichen und damit auch eine neutrale Haltung einzunehmen. Ich persönlich bin der Ansicht, es sollte jeder Händler seine ganz persönliche Meinung bekannt machen können. Filtern wir die Meinung unserer Händler, und sagen wir nur das, was uns passt, entsteht schnell der Eindruck, wir würden versuchen, den Fotohandel zu manipulieren oder – noch schlimmer – in ehrlicher Art beeinflussen.

Nun muss ich die Leser von FOTOintern dringend bitten: Lassen Sie die neue Rubrik nicht verhungern. Schreiben Sie, was Sie auf dem Herzen haben und was von öffentlichem Interesse ist, auch wenn es sich gegen mich oder einen anderen Repräsentanten des Verbandes, der Verbandskommissionen, der Experten usw. wendet, und senden Sie Ihr Anliegen an die Redaktion FOTOintern, «Leserbriefe», Postfach 1080, 8212 Neuhausen. Jeder im Verband oder in Kommissionen tätige Fotohändler fürchtet kaum etwas mehr, als auf seine Arbeit überhaupt keine Reaktion zu erhalten. Sie wissen: Besser man spricht negativ von Ihnen als gar nicht.

Eine Bitte zum Schluss, Ihre Einsendungen werden aus technischen Gründen in der Regel etwa vier Wochen brauchen, bis sie in FOTOintern erscheinen. Die Briefe werden sinngemäss unverändert bleiben, jedoch wird sie die Redaktion vielleicht geringfügig kürzen müssen oder – wie das bei mir immer wieder nötig ist – ein Komma einstreuen oder gar einen Tipfehler ausmerzen. Das sind aber Kleinigkeiten. Die Hauptsache ist, dass uns jetzt eine Rubrik öffentlicher Meinungsäusserung zur Verfügung steht, die wir rege benutzen sollten.

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

## SVPG ZÜRICH

### Sektionsausflug des SVPG Zürich

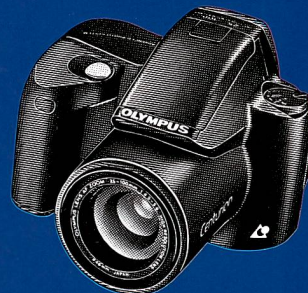
An einem Sonntag im August trafen sich die Sektionsmitglieder mit Frauen und Kindern in Ziegelbrücke, um zusammen einen gemütlichen Tag unter leicht bewölktem Himmel zu verbringen. Mit Ross und Wagen gings durch die Lithenebene nach Benken, wo wir mit Grilliertem verwöhnt wurden und über alles (nur nicht über die Branche) plauderten. Die Zeit verging rasch, und bald verlegten wir uns nach Lachen, wo die Kaffeesüchtigen auf ihre Rechnung kamen. Dann schippelten wir über den Obersee, verabschiedeten dort die Oberländer und setzten die Fahrt Richtung Abendrot fort. Die Unermüdlichsten liessen den Tag in der «Spaghetti-Factory» ausklingen.

Wir alle haben einen tollen Tag verbracht, und wir freuen uns schon auf das nächste Treffen.

E. Hüss, Uznach

INFO-ECKE OLYMPUS

OLYMPUS CENTURION



### Die erste All-In-One APS-Spiegelreflex-Kamera

Die Kamera, die das ausgeklügelte All-In-One-Spiegelreflexkonzept mit der Welt des Advanced Photo System vereint. Mehr über die kleine, feine Centurion erfahren Sie in Kürze schriftlich oder sofort von Ihrem Gebietsverkaufsleiter, bzw. unserem Verkaufsteam in Volketswil.

Anruf genügt!

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications

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

### Nanoweber, Joule und Apostilb

Heimlich, still und leise hat es in unserem Land ein paar wichtige Änderungen gegeben. Sie liegen gedruckt vor uns auf dem Tisch. Es geht um Einheiten im schweizerischen Messwesen, die «für den geschäftlichen und amtlichen, innerstaatlichen Verkehr nicht mehr zugelassen» sind. Merken Sie sich deshalb bitte: Anstelle von Seemeilen ist die neu zu verwendende Einheit der Kilometer (!). Das Wort «Zentner» ist abgeschafft und wird endlich durch «Kilogramm» ersetzt. Abgeschafft ist sodann der Begriff «Pferdestärke» – das weiss man, braucht die PS aber trotzdem volksmündlich weiter. Richtig ist «Kilowatt». Und jetzt noch ein paar für unser tägliches Leben ausserordentlich wichtige Änderungen: «Barye» wird ersetzt durch «Pascal», wobei 1 barye =  $10^{-1}$  Pa ist. «Clausius» wird ersetzt durch «Joule/Kelvin» (1 Cl = 4,1868 J/K). «Maxwell» wird ersetzt durch «Nanoweber» (1 Mx =  $10^{-8}$  Wb = 10 nWb); «Apostilb» wird ersetzt durch «Candela-Meter<sup>2</sup>» und «Internationale Tafelkalorie» (es geht da natürlich nicht um Schokoladetafeln, Sie Schleckmaul) wird ersetzt durch «Joule». So, das war's erste. Wir haben hier natürlich nur die Ihnen geläufigen Alltags-Begriffe aufgeführt.

Aber ein besonders hübscher Satz aus der Broschüre des Eidgenössischen Amtes für Messwesen sei Ihnen zum Schluss nicht vorenthalten: «Unter einer handelsüblichen Gewichtsangabe von beispielsweise 100 g Butter oder 50 kg Kartoffeln ist demnach eine Angabe der Masse zu verstehen, die unabhängig gelten sollte, ob die Messung auf dem Mond oder der Erde durchgeführt wird.»

Kommentar: Uns würde noch interessieren, wieviel denn Butter und Kartoffeln auf dem Mond kosten? GPD

# Mit Kodak Advantix ist das Format reine Einstellungssache.

Ein Fingerdruck an der Kamera und schon haben Sie eines der drei verfügbaren Bildformate eingestellt. Bild für Bild. Je nach Motiv. Dank der «Drop-in» Einlegeautomatik legen Sie den Film problemlos ein und sind sofort schussbereit.



**Classic**



**HDTV**



**Panorama**

Kodak Advantix Kameras und Filme garantieren Ihnen mehr Spass und Sicherheit beim Fotografieren. Mit der Wahl zwischen drei Bildformaten • der «Drop-in» Einlegeautomatik • dem Index Print • und der Negativ-Aufbewahrung in der Originalkassette. Lassen Sie sich die Kodak Advantix Palette von Ihrem Fotohändler zeigen. Dann können Sie jedem Motiv das passende Format verpassen.



## Das Advanced Photo System



Kodak Advantix Kameras und Filme

**Kodak macht aus Bildern mehr.**

Kodak und Kodak Advantix sind geschützte Marken.



## LESERBRIEFE

### Ein Inserat erzählt eine Geschichte

Im Normalfall haben Inserate eine ganz bestimmte Aufgabe. Inserate werden von Zeitungen verkauft, um einer breiten Leserschaft Produkte oder Dienstleistungen ihrer Kunden vorzustellen und damit Bedürfnisse zu wecken oder den Verkauf anzukurbeln. Dass Inserate auch Geschichten erzählen, ist relativ neu.

Ein Inserat in der Oktobernummer des FOTOintern erzählt so eine Geschichte. Eine Geschichte, die mich berührt und betroffen macht. Da hat das Verwalterehepaar des ZEF per Inserat ihren Abschied verkündet, ein Abschied, der ihnen sehr schwer fällt und den sie eigentlich weder gewollt noch erwartet haben.

Das Verwalterehepaar, das sich sechs Jahre lang für eine gute Sache eingesetzt und viel geleistet hat, bekam völlig überraschend die Kündigung. Was haben diese Leute falsch gemacht? Haben sie ihre Aufgabe nicht erfüllt? Sind Reklamationen von unzufriedenen Gästen Schuld?

Nichts dergleichen. Alle Befragten sind des Lobes voll. Keiner, aber auch gar keiner hat etwas negatives anzumerken. Und doch wurde diesen Leuten gekündigt. «Aus finanziellen Gründen», so wird jedenfalls behauptet. Es ist schon erstaunlich, wie gewissen Kreisen heute angebliche finanzielle Interessen wichtiger sind als die Wahrnehmung sozialer Verantwortung. Man könnte Gänsehaut bekommen, wenn man miterlebt, wie leichtfertig ganzen Familien die Existenz unter den Füßen weggezogen wird. Die angebliche Rezessionsphase macht es ja so leicht. Aber wo bleibt der Mensch, wo bleibt seine Würde und das Recht auf Arbeit? Und, wo bleibt vor allem die Solidarität der anderen, die sich mit dieser Entscheidung nicht einverstanden erklären? Haben sie alle Angst, dass es sie selber auch treffen könnte? Oder schweigen Sie, weil sie froh sind, dass nur die anderen betroffen sind? Diejenigen, von denen sie in der Vergangenheit profitiert haben, aber die sie eigentlich nicht weiter interessieren?

Vielleicht ist es auch schon zu spät. Man kann dem fleissigen Verwalterehepaar nicht mehr helfen. Die sollen nun gefälligst selber schauen, wo sie bleiben. So einfach ist das. Es graut mir vor einer solchen Welt, und es graut mir vor Leuten, die solch unmenschliche Entscheidungen fällen. Aus finanziellen Gründen. A propos Finanzen. Dem Verwalterehepaar hat seine Aufgabe so gut gefallen, dass es sogar bereit gewesen wäre auf einen happigen Betrag ihres Lohnes zu verzichten!

Heinz Weninger, Wädenswil

### Heckenschütze gegen Fachhandel

Etwas ungeschickt, dass der letzte Aussand des Versandlabor «Swisscolor» ausgerechnet auch in meinem Privatbriefkasten landete. Nicht nur die Bilder können bis zum 31. Januar 1997 mit einem Herbststrabatt von 10 Prozent in Dielsdorf bestellt werden, sondern die Empfänger dieses Angebots haben auch die Möglichkeit, die neuen Fuji APS-Kameras zu günstigeren Preisen und mit einem Mengenrabatt (bis zu 10 Stück) zu bestellen. Die Bilderpreise überraschen: Standard 9x13 cm kostet 45 Rappen, bis hin zur «Big-Copie», die mit nur 85 Rappen berechnet wird. APS-Bilder sind besonders günstig und kosten 65 Rappen, egal ob es sich um ein Classic-, ein HD- oder gar um ein Panoramaformat handelt.

Dass das «Swisscolor»-Labor, mit dem das Fujilabor in Dielsdorf identisch ist, bleibt niemandem verheimlicht, sondern geht ganz eindeutig aus dem Briefkopf hervor. Das Vorgehen ist nicht nur bedenklich vom Prinzip her, sondern es ist geradezu provokativ gegen den Fachhandel und die jahrelangen Handelspartner des Fujilabor gerichtet. Wir Fotohändler können nichts dafür, dass die schweizerische Fuji-Vertretung das Migros-Filmgeschäft verlieren wird, und es ist unfair, dass ein für den Fachhandel wichtiger Lieferant hemmungslos solche Direktgeschäfte abwickelt.

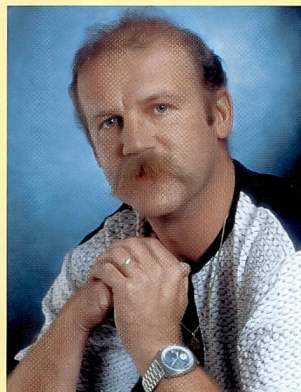
Vielleicht sollte die Geschäftsleitung nochmals über die Bücher gehen und sich überlegen, ob sie diese bedenkliche Geschäftspolitik tatsächlich mit beiden Firmennamen weiterbetreiben will. Freunde wird sie sich damit bei den angestammten Kunden des Fotofachhandels wohl kaum schaffen.

Roland Schweizer, Basel

PR-Anzeige

## KODAK DPS Special

**Frank Senn: «Die Leute staunen, was mit der DPS alles möglich ist»**



Frank Senn ist Geschäftsführer bei Foto Dany am Waisenhausplatz in Bern. Als die DPS vor rund zwei Jahren eingeführt wurde, gehörte Foto Dany zu den ersten, die das neuartige Gerät praktisch einsetzen.

? Wer sind Ihre Kunden, und welche Kunden bedienen Sie mit der DPS (Digital Print Station)?

! Die DPS ist für jeden Kunden interessant, der von seinem Bild kein Negativ mehr hat und gerne für jemanden eine Kopie haben möchte. Das sind viele ältere Leute, die mit ihren fotografischen Erinnerungen Kindern oder Enkeln eine Freude bereiten möchten. In den meisten Fällen herrscht grosses Staunen, dass die Abzüge fast besser sind als die Originale, und dass man die Bilder sogar vergrössern kann. Meistens bestellen die Kunden gleich ein paar Exemplare mehr.

? Zählen Sie auch Industriefirmen zu Ihrer Kundschaft?

! Darauf habe ich noch gar nie geachtet, aber es gibt viele Geschäftsleute, die schnell ein paar Projektionsfolien brauchen, um eine Präsentation wirkungsvoller gestalten zu können. Hier ist es neben der Qualität die kurze Herstellungszeit der Folien, die überrascht. Viele der Kunden fragen ganz nervös, wie lange es wohl dauern würde und sind dann

erstaunt, wenn wir ihnen die fertigen Folien wenige Minuten später überreichen. Das spricht sich übrigens herum.

? Welche Werbemassnahmen treffen Sie?

! Fast keine. Die Kodak DPS hat in unserem Geschäft einen sehr zentralen Standort, und mit verschiedenen Beispielbildern zeigen wir, was wir unseren Kunden mit der DPS bieten können. Was wir gelegentlich tun, ist Flyer den Auftragstaschen beilegen. Viel wichtiger ist aber, dass man den Kunden zeigt, was man mit der DPS alles machen kann.

? Hat die DPS zum Beispiel auch Ihr Rahmengeschäft angekurbelt?

! Ja, wir weisen die Kunden fast immer auf unser Rahmenangebot hin, und viele reagieren positiv, vor allem, wenn es sich um ein Geschenk handelt. Wir lösen besonders älteren Leuten ein Problem, weil sie nicht noch irgendwo einen Rahmen suchen müssen. Derartige Dienstleistungen werden immer wichtiger.

? Herr Senn, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.

**An welcher  
Spiegelreflex-  
kamera ist  
mehr dran?**



An der kleineren natürlich, unserer neuen und kompakten Vectis S-1. Die sieht zwar ganz und gar nicht aus wie eine herkömmliche Spiegelreflexkamera, dafür kann sie mehr. Um das zu erreichen, hat Minolta die S-1 von

Grund auf neu entwickelt und erstmals die Vorteile von APS (Advanced Photo System) mit denen einer erstklassigen Systemkamera verbunden. Dazu kommen Feinheiten wie der weit nach links versetzte Sucher ohne Penta-



prisma (macht den Kompaktbau erst möglich), der elektronische Anschluss für Wechselobjektive oder der Dioptrienausgleich für Fehlsichtige und Brillenträger. Alles zusammen ergibt ein Bijou von Kamera, das Ihnen jeder

Fotofachhändler für 998 Franken (inkl. Zoom) gerne ins Handtäschchen packt. Oder in den Aktenkoffer, sofern er klein genug ist. **Das Leben ist voller Minolta.**

