

Das sind die GewinnerInnen von "Die besten Anzeigen des Jahres '99"

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **7 (2000)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980023>

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

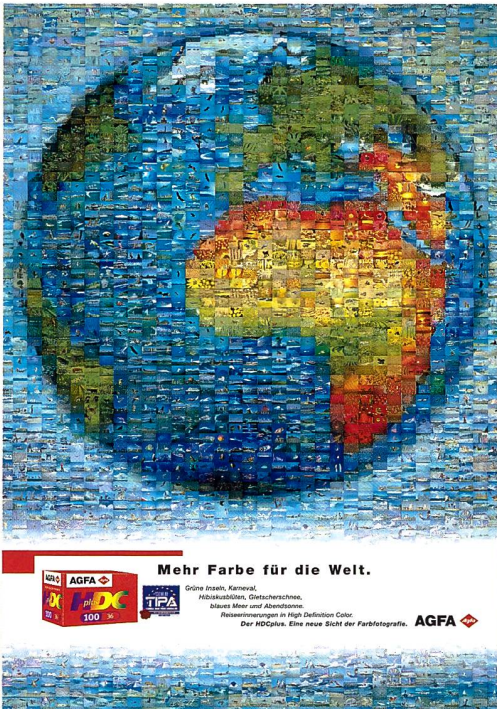
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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

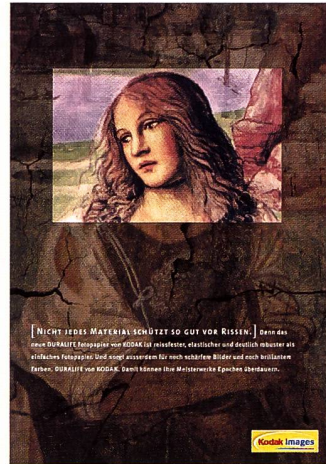
Wiederum ist unser Leserwettbewerb «Die beste Anzeige des Jahres» auf grosse Beachtung gestossen und hat einen grossen Rücklauf bewirkt. Unsere Leserinnen und Leser konnten unter acht verschiedenen Anzeigen, die als

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

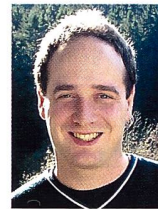
Christine Meier aus Winterthur hat den zweiten Preis gewonnen: Kodak Material oder Geräte im Wert von Fr. 1000.-. Sie arbeitet als Fotofachang-



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 Grü-



nert ange stellt 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, kleinste 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 massgeschneiderten Modellen im Laufe dieses Jahres. Und drittens, weil selbst die Skeptischsten unter Ihnen gemerkt haben, dass die Polaroid i-zones wie warme Weggli laufen – vorausgesetzt, der Kunde muss ihnen nicht nachlaufen, 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

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

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 Fachausstellung sowie Verpflegung und Kaffee. Referate der Aussteller sind kostenlos.

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

* Abonnenten von Produktion & Print erhalten 50% Rabatt.

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

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 gewinnen.

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