

Von der Internet-Tauschbörse zur Bildergalerie im Zentrum von Zürich

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 19

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979622>

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 Ausdrücke 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.

lumobox Von der Internet-Tauschbörse zur Bildergalerie im Zentrum von Zürich

Lumobox ist ein Unternehmen der Fujifilm (Switzerland) AG. Das Projekt ist im Frühling 2006 lanciert worden und besteht aus den Bereichen Agentur und Photosharing. Die virtuelle Agentur bietet über das Portal www.lumobox.ch Bilder zum Download an. Fotografen, Grafiker und Amateure können ihre Bilder selbständig online stellen und beschlagworten. Lumobox betreibt die Datenbank im Internet und wickelt über Labors und Infrastruktur Ausdruck, Lieferung und den Verkauf ab.

Viele haben es versucht, doch lumobox.ch hat sich im Gegensatz zu vergleichbaren, in den vergangenen Jahren zumeist aufgegebenen Projekten zum Erfolgsmodell entwickelt. Im Hintergrund steht eine sehr einfach zu bedienende und verlässliche Softwareapplikation. Wer eine Finepix-Kamera kauft, wird bei der Installation per Mausclick in die Community aufgenommen. Überraschend haben auch viele Profis Gefallen an Lumobox gefunden, die Kunden in der Verarbeitung sind. Das motivierte und kompetente Team gewann rasch ihr Vertrauen.

Fotointern befragte Christian Broglie, Manager Consumer Division bei Fujifilm Schweiz zum Schritt, um aus der virtuellen Galerie auf dem Internet eine reale Fotogalerie in unmittelbarer Nähe der Zürcher Bahnhofstrasse zu eröffnen.

Fotointern: Lumobox verfolgte bisher Aktivitäten auf dem Internet. Was hat Sie dazu bewogen, ein Geschäftslokal im Zentrum von Zürich zu eröffnen und was wird dort die Kunden von Fujifilm erwarten?

Christian Broglie: Die Lumobox Galerie ist eine logische Weiterentwicklung aus den Online-Aktivitäten. Es ist oft schwierig, anhand einer Betrachtung auf dem Bildschirm die Qualität von Aufnahmen zu beurteilen, ge-

seit Ende November 2008 ist Lumobox mit einer neuen Galerie an der Uraniastrasse 31 in Zürich im Umfeld der elegantesten Warenhäuser mit einer Bildergalerie präsent. Lumobox? Ist das nicht die Tauschbörse für Bilder von Fujifilm auf dem Internet?



Die Galerie eröffnet mit einer Ausstellung zum Thema «Marilyn meets Zurich». Vertreten wird die aktuelle Fotoszene mit Werken von Jens Ruppert und Peter Michels. Ergänzt wird die Ausstellung mit Bildern der Picture Collection von Keystone, aus dem Fundus des Schweizerischen Landesmuseums und aus dem Fujifilm Webmuseum Tokio.

Copyright: Keystone / Everett Collection

schweige denn die Qualität der im Print veredelten Werke zu bewerten. Aus diesem Grund schaffen wir mit der Galerie einen Ort der Begegnung, in dem wir die Werke und Arbeiten ins richtige Licht setzen können.

Kulturzentrum

Die Fotogalerie lumobox.com befindet sich an der Uraniastrasse 31 in Zürich und ist gleichzeitig neues Kulturzentrum für Fotografie.

www.lumobox.com

Daneben stellen wir in einer Vitrine Kameras von Fujifilm aus, um den Markennamen Fujifilm und den Brand Finepix weiter im Markt bekannt zu machen. Der Fokus liegt auf einem Kompetenzzentrum von Fujifilm. Wir zeigen den Konsumentinnen und Konsumenten den richtigen Umgang mit der Kamera und Software durch Beratung und Schulung.

Fotogalerien gibt es in der Schweiz nicht wenige. Mit der Finanzkrise ist der Bilderhandel wieder ins Zentrum des Inter-

esses von Kunstinvestoren gerückt. Was wird in der Lumobox-Galerie anders sein als in vergleichbaren Ausstellungs- und Verkaufsräumen in Zürich?

Unsere Galerie ist das «Tor zur Welt» von Lumobox. So wird in Zürich lediglich ein ausgewählter Themenkreis gezeigt. Die Online-Galerie vermittelt alles, was auf Lumobox präsentiert werden kann. Auf dem Internet erlauben die Suchfunktionen diese Vielfalt. Der Konsument bekommt durch die Ausstellung in der Galerie Sicherheit und die Bestätigung, dass ein ausgewähltes Lumobox-Print von hoher Qualität ist und dem Verkaufspreis gerecht wird. Doch online und offline sollen den gleichen Qualitätskriterien entsprechen und stehen zueinander in einem spannenden Dialog.

Junge und wenig bekannte Künstler haben es selbst mit guten Arbeiten schwer, um in der Galerieszene Fuss zu fassen. Wie fördert Lumobox junge Fotograf/innen?

Wie in jeder Galerie muss das Werk und damit verbunden die fotografische Arbeit an sich das Herz eines Kunden gewinnen. Die Hürden sind somit für alle Künstler gleich hoch. Grundsätzlich sind jedoch die Eintrittsschwellen im Vergleich zu einer traditionellen Galerie tiefer, da für die Bewerbung bei Lumobox und später für die Präsentation in Lumobox keine finanziellen Investitionen getätigt werden müssen.

Für die Aufnahme genügt die digitale Version für künstlerische Qualität. Die Vermarktung ist die Aufgabe von lumobox.com. Die Bildrechte bleiben beim Fotografen, und er erhält eine Kommission. Zusätzlich gibt es auf lumobox.com eine spezielle Rubrik «Newcomers» für Fotograf/innen, die noch wenig Erfahrung mit Galerien und dem Verkauf ihrer Werke haben und von uns persönlich betreut werden.

annie leibovitz **Lavazza-Kalender zu gewinnen**

Annie Leibovitz interpretiert im neuen Lavazza-Kalender den «Italian Style» in sieben Fotografien, die Wahrzeichen der italienischen Kultur darstellen.

Die 17. Ausgabe des Lavazza-Kalenders wurde der Fotografin Annie Leibovitz anvertraut, der gesuchtesten und berühmtesten Porträtfotografin der Gegenwart. Das Thema «Italian Style», an das sich Annie Leibovitz herangewagt hat, ist facettenreich und war für die grosse Fotografin sicherlich ungewohnt: Um die «Italianness» darzustellen, hat Lavazza eine geniale Künstlerin gefunden, die in der Lage ist, die Wahrzeichen der Vergangenheit und der Gegenwart miteinander zu verschmelzen und das Besondere zum Ausdruck zu bringen, welches den italienischen Stil in Kunst, Kino, Mode, Küche, Schönheit und Sinnlichkeit ausmacht. Annie Leibovitz hat für Lavazza sieben Bilder geschaffen, die eine surrealistische Reise durch ein

Italien darstellen, von dem nicht nur die Italiener selbst, sondern die Menschen weltweit ein differenziertes und festes Bild gewonnen haben und das eine Lebensfreude und einen Lebensstil



bezeichnet, die in der Welt einzigartig sind.

Die Bilder der Leibovitz, mit denen die grosse Kunstgalerie der bereits bestehenden Lavazza-Kalender erweitert wird, sind Kunstwerke, die eine theatrale Sprache sprechen. Sie gehen über die Wirklichkeit hinaus, indem sie in einem der flämischen Malerei ähnlichen Dämmerlicht gehalten sind, das für diese Künstlerin typisch ist. Es sind Werke, die in Erstaunen versetzen, verzaubern

oder auch zum Lächeln reizen, die aber mit Sicherheit nicht unberührt lassen und direkt und wirkungsvoll überraschen.

Wie das Bild mit dem Titel «Il cinema», das dem grossen Ma-



estro des italienischen Kinos Tribut zollt: Federico Fellini. Hier liess Annie Leibovitz sich von der Schlüsselszene inspirieren, die den Trevi-Brunnen in der ganzen Welt bekannt gemacht hat. Oder das Bild «Genio», das spielerisch ein Symbol der italienischen Geschichte und Kultur aufgreift, die menschliche Gestalt nach Vitruv von Leonardo Da Vinci, dessen Studie in einer sinnlich weiblichen Version wiedergegeben wird. Oder das imaginäre

Atelier des Bildes «La Moda», in dem feinsinnig und modisch der wahre italienische Espresso von Lavazza ins Bild gesetzt wird mit einer prächtigen Kulisse aus Abendkleidern, die zu diesem



Zweck von zwei führenden Modeschöpfern der internationalen Haute Couture, Dolce & Gabbana, zur Verfügung gestellt wurden. Mehr Infos: www.lavazza.com

Gewinnen Sie vielleicht einen von fünf Lavazza-Kalender und beantworten Sie folgende Frage: «Welche berühmte englische Rockband hat Annie Leibovitz 1975 auf Tour fotografiert?»

Senden Sie die Antwort mit Ihrer Postadresse bis 7. 12. 2008 an: lavazza@fotointern.ch

Canon PowerShot G10



14,7-Megapixel-Sensor, 5fach optisches Weitwinkelzoom, RAW-Modus und DIGIC 4 für superschnelle Bildverarbeitung: die Canon PowerShot G10 sprengt Grenzen.

Technische Daten:

14.7 Megapixel, Weitwinkelobjektiv (28-135mm, f/2.8-4.5) mit 5fach Zoom, Bildstabilisator, 3" PureColor-LCD, RAW-Unterstützung, DIGIC 4 Prozessor, optischer Sucher, Belichtungskorrektur- und ISO-Wählrad, i-Contrast, Blitzschuh, umfangreiches Zubehör.



Tech Data (Schweiz) GmbH
www.techdata.ch

Birkenstrasse 47
6343 Rotkreuz

Telefon +41 (0)41 799 10 00
Telefax +41 (0)41 799 10 25