

# Die Gewinner : das waren die besten Anzeigen des Jahres 1998 in FOTOintern

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **6 (1999)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979192>

## **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.

unsere leserinnen und leser haben entschieden:

## 1. CANON

### Das Produkt

Canon lancierte mit der ersten IXUS schlicht die Kult-Kamera des A.P.S.-Systems. Die Canon IXUS ist auch rund zwei Jahre nach der Einführung immer noch mit Abstand die meistverkaufte A.P.S.-Kamera.

### Die Zielsetzung

Die Werbeagentur TBWA/H neth-work in Amsterdam erhielt den Auftrag, die gesamte IXUS-Reihe zu bewerben, wobei der Star dieser Inserate-Serie immer noch die allererste IXUS sein soll und im Zentrum des Inserates stehen muss.

### Die Realisation

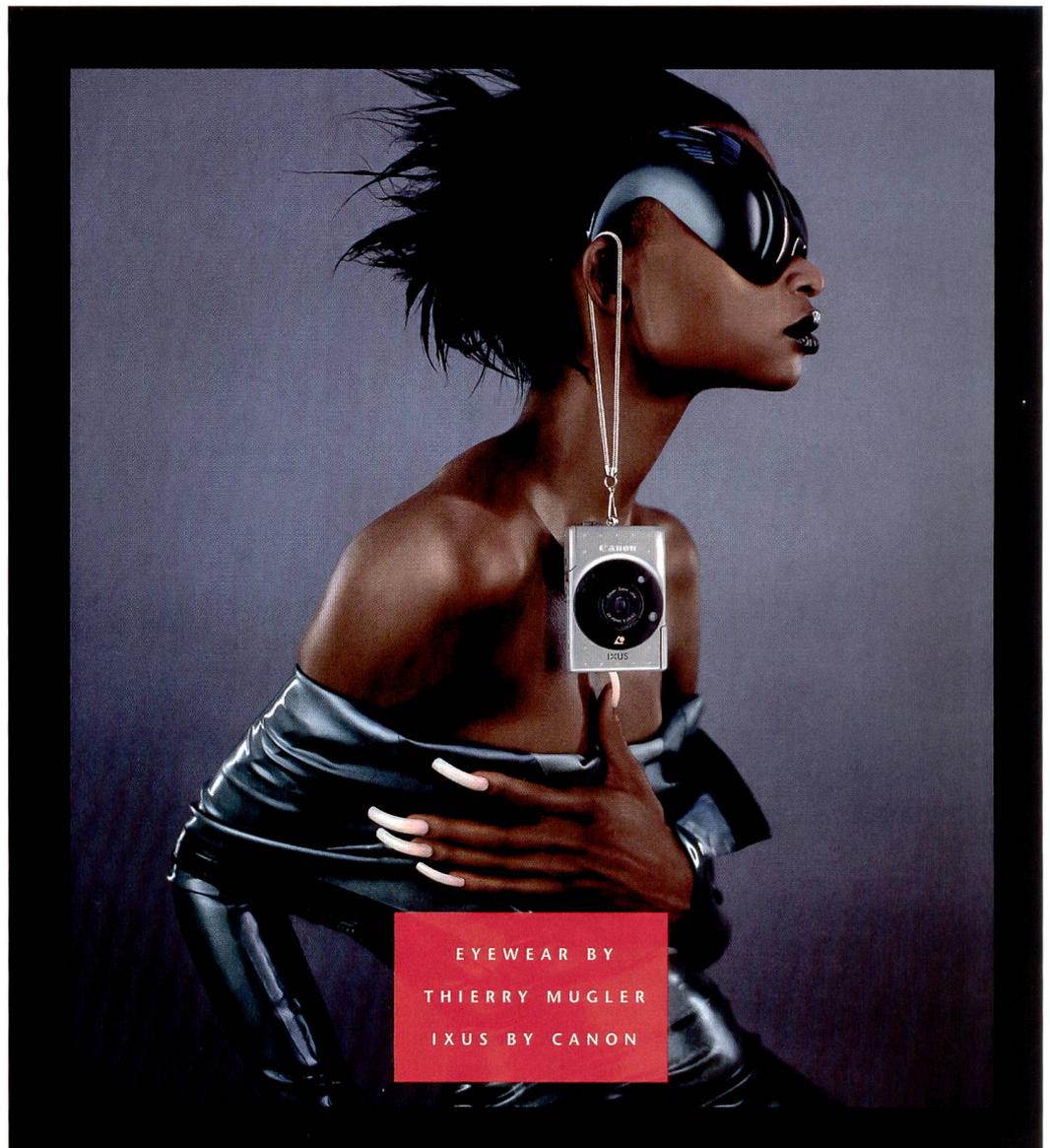
Die Canon IXUS ist ein Trend-Produkt für Fotografen jeden Alters mit einer Affinität zu exklusivem Design. Dementsprechend widerspiegelt sich dies im Inserat: Canon IXUS ist das Kult-Produkt für Trendsetter und Modebewusste.

### Manuela Battaglia



ist die Gewinnerin des 1. Preises und erhält eine Canon-Kamera im Wert von Fr. 1'500.-.

«Auf den ersten Blick hat mich diese Anzeige fasziniert», sagte Manuela Battaglia. «Es ist nicht nur ein originelles Bild, sondern auch eine hervorragende Fotografie mit einem gelungenen Zusammenspiel der Tonwerte.»



EYEWEAR BY  
THIERRY MUGLER  
IXUS BY CANON



IXUS



IXUS L-1



IXUS Z70



IXUS Z90

Weshalb ist die IXUS ein Objekt der Begierde? Wegen Ihrem kompromisslosen Design? Wegen Ihrem 2-fach Zoom? Wegen dem bedienungsfreundlichen Advanced Photo System? Oder ganz ein-

fach, weil sie so gut aussieht? Canon (Schweiz) AG, Industriestrasse 12, 8305 Dietlikon, Tel. (01) 835 61 61, Fax (01) 835 65 26, <http://www.canon.ch>

**Canon**

OFFICIAL CAMERA OF WORLD CUP FRANCE '98

# Das waren die besten Anzeigen des Jahres 1998 in FOTOintern

## 2. AGFA

## 3. NIKON

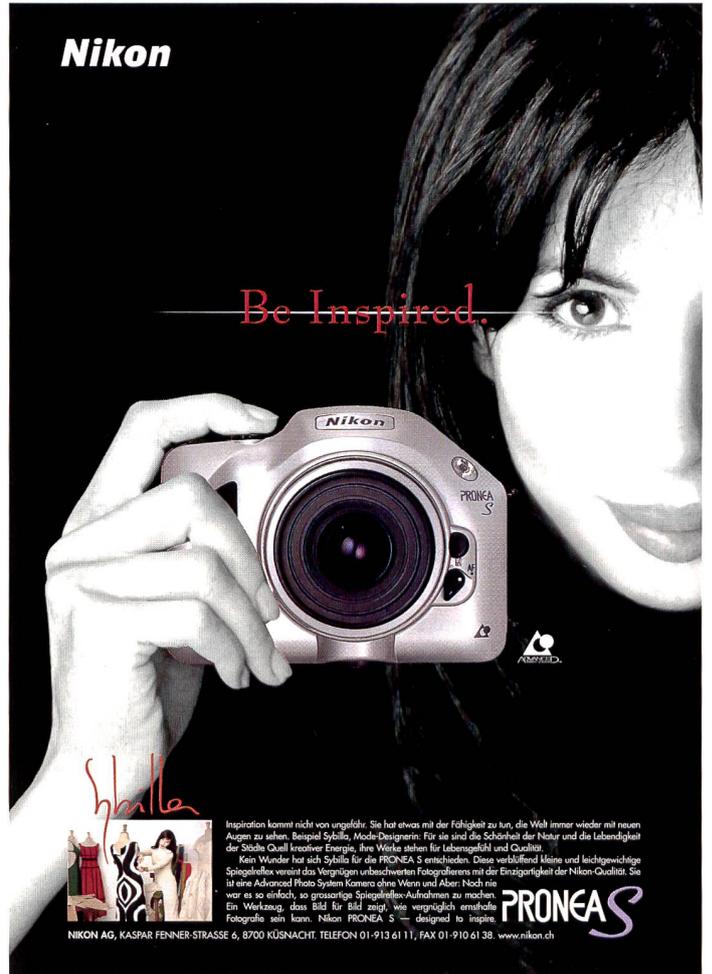


**Nicht jedes Bild von Agfa ist ein Foto.**

- Material-Sicherheitstests
- Digitale Bildverarbeitung
- Medizinische Diagnostik
- Fotografie

Die ganze Welt der Agfa-Technologie.

**AGFA**



**Nikon**

*Be Inspired.*

*Sybilla*

Inspiration kommt nicht von ungefähr. Sie hat etwas mit der Fähigkeit zu tun, die Welt immer wieder mit neuen Augen zu sehen. Beispiel Sybilla, Mode-Designerin. Für sie sind die Schönheit der Natur und die Lebendigkeit der Städte Quell kreativer Energie. Ihre Werke stehen für Lebensgefühl und Qualität.

Kein Wunder hat sich Sybilla für die PRONEA S entschieden. Diese verblüffend kleine und leichtgewichtige Spiegelreflex vereint das Vorzügen unbeschwerter Fotografierens mit der Einzigartigkeit der Nikon-Qualität. Sie ist eine Advanced Photo System Kamera ohne Wenn und Aber. Noch nie war es so einfach, so grossartige Spiegelreflex-Aufnahmen zu machen.

Ein Werkzeug, das Bild für Bild zeigt, wie vergrössert erhellte Fotografien sein kann. Nikon PRONEA S — designed to inspire.

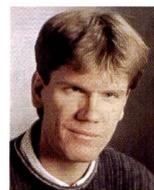
NIKON AG, KASPAR FENNER-STRASSE 6, 8700 KÜSNACHT, TELEFON 01-913 61 11, FAX 01-910 61 38, www.nikon.ch

**PRONEA S**

### Das Inserat

Robert Silver heisst der Künstler, der sich vor rund drei Jahren auf Fotomosaike spezialisiert hatte und für Agfa diese Komposition kreiert hat. Robert Silver scannt Tausende Bilder ein und fügt diese nach Helligkeit und Farbton so zusammen, dass ein harmonisches Kunstwerk entsteht. Dazu sind eine Menge Bilder notwendig: 2000 sind ein Anfang. Je grösser die Auswahl, desto feiner die Nuancen.

### Felix Engler



aus Rorschach ist der Gewinner des 2. Preises und erhielt Agfa-Material im Wert von Fr. 1'000.–.

«Eine ausgezeichnete Fleissarbeit!», kommentierte Felix Eugster die Komposition. «Sehr effektiv. Je länger man hinsieht, desto mehr ist man von dieser aussagestarken Bilderflut begeistert.»

### Das Inserat

Mit der Nikon Pronea S Kampagne wird die attraktive APS-SLR-Kamera bei einem jungen Publikum, aber speziell auch bei Frauen, als trendige Neuheit positioniert. Aus diesem Grund wurde die bekannte spanische Designerin Sybilla als zentrales Element integriert. Das Inserat wurde von K&L Inc. in Tokyo gestaltet und durch die Agentur Kiefer Mosimann Kommunikation in Zürich adaptiert.

### Dani Haberstock



aus Baden hat als 3. Preis eine Nikon-Kamera im Wert von Fr. 500.– gewonnen.

«Ich bin fasziniert von guten Schwarzweissbildern», sagte der junge Pressefotograf. «Das Bild hat für mich eine sehr direkte und sympathische Ansprache mit einem Produkt, das sehr ästhetisch wirkt.»