

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 6 (1999)
Heft: 2

Artikel: Die Gewinner : das waren die besten Anzeigen des Jahres 1998 in FOTOintern
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979192>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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

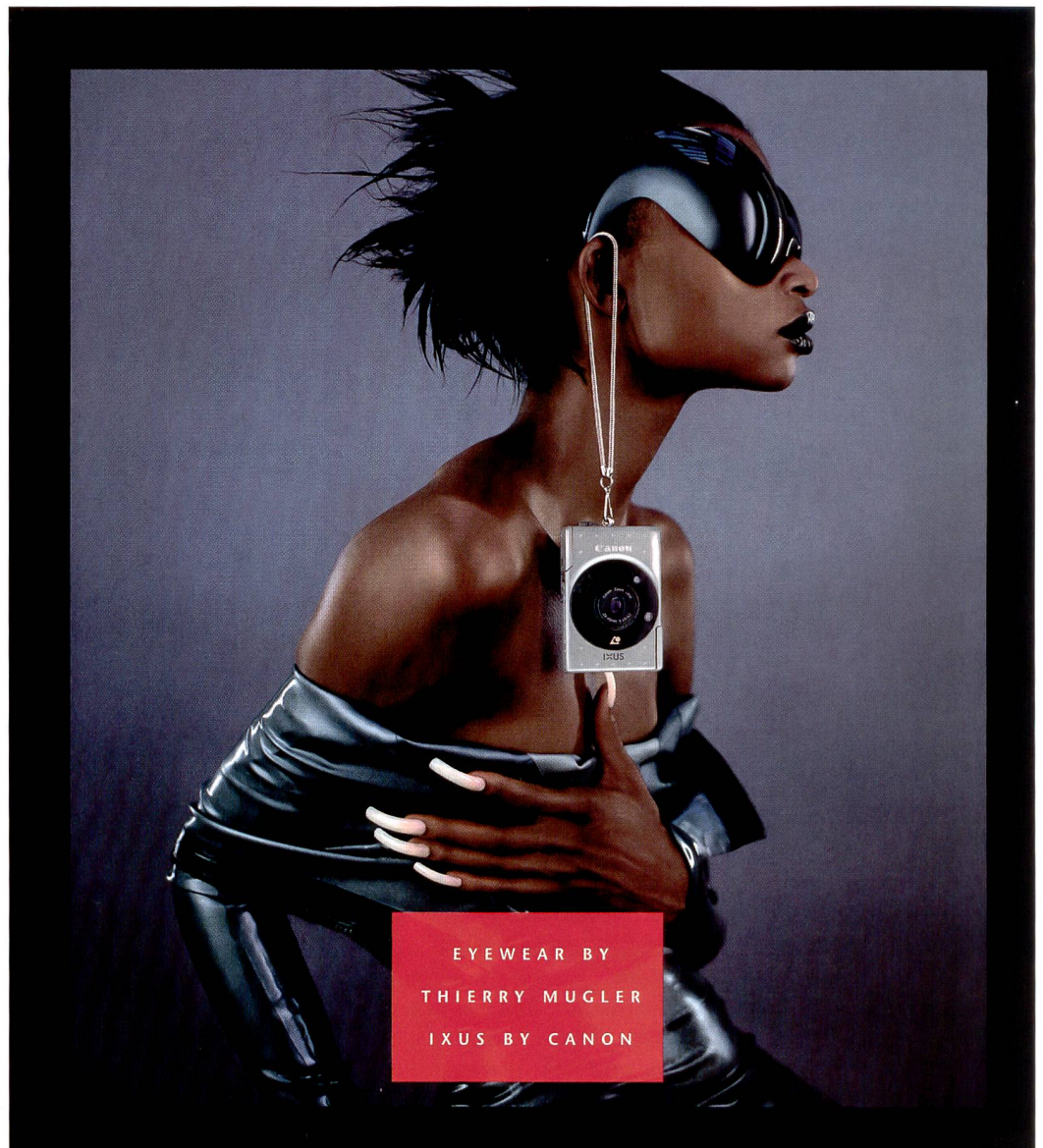
Die Canon IXUS ist ein Trend-Produkt für Fotografen jeden Alters mit einer Affinität zu exklusivem Design. Dementsprechend widerspiegelt sich dies im Inserat: Canon IXUS ist das Kult-Produkt für Trendsetter und Modebewusste.

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



Nicht jedes Bild von Agfa ist ein Foto.

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

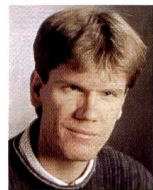
Die ganze Welt der Agfa-Technologie.

AGFA

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.

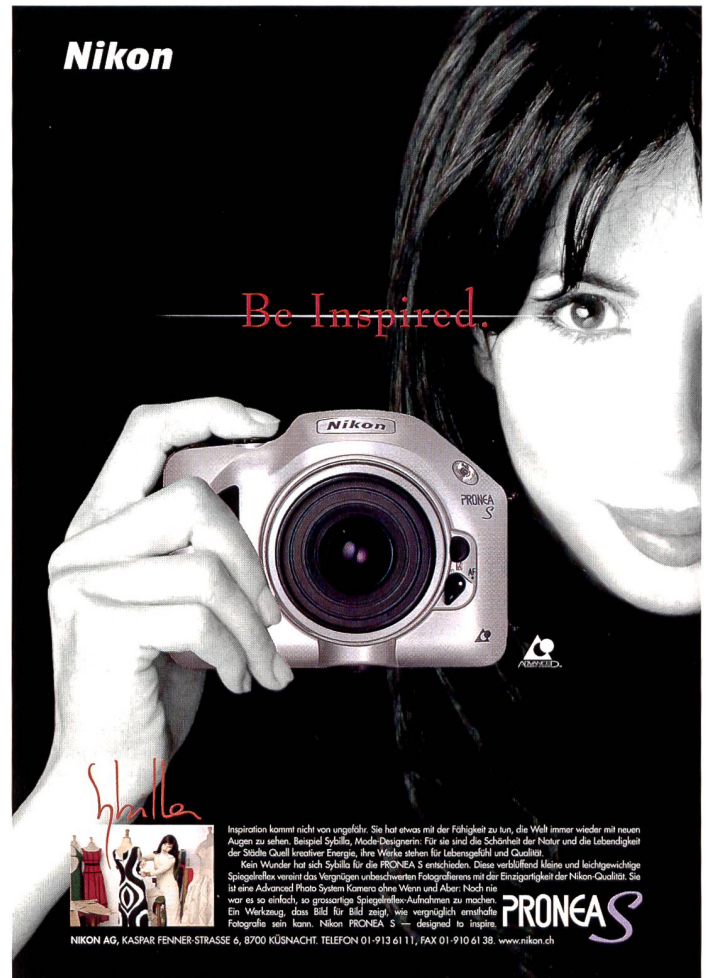
Felix Engler



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.»

3. NIKON



Nikon

Be Inspired.

Sybilla

PRONEA S

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 verbindet Manie 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 Fotografie sein kann. Nikon PRONEA S — designed to inspire.

NIKON AG, KASPAR FENNER-STRASSE 6, 8700 KÜSNACHT, TELEFON 01-913 6111, FAX 01-910 6138, www.nikon.ch

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.»