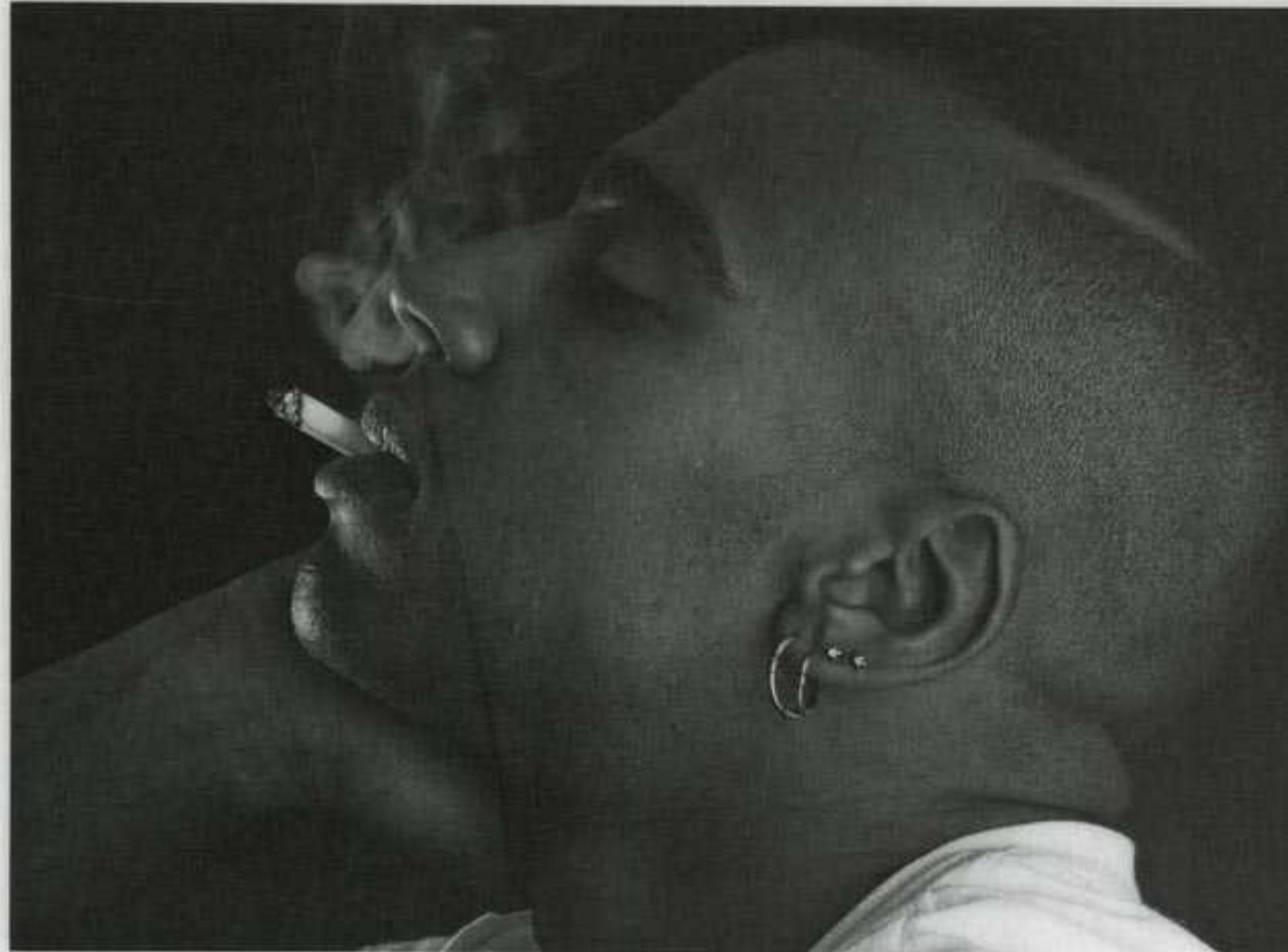


PHOTO PRESS

WELTMESSA BILD - TON -
PROFESSIONAL MEDIA
Photokino

Köln 1992
16.-22. September

Informationen für
Berufsphotographen · Photohändler
Photoindustrie · Fach- und Großlabors



39 - 92

24. September 1992

47. Jahrgang

Klie Verlagsgesellschaft mbH

Postfach 1348, 3510 Hann. Münden 1

temperatur des Lichtes und die bessere Gradationsabstufung durch den Kurzzeiteffekt des Blitzes.

Bildformate und Vorlagengröße

Die Einrichtung ist mit 2 Kameraformaten lieferbar: 24×36 mm, max. Vorlagengröße 60×90 cm; 6×6/6×9, max. Vorlagengr. 70×100 cm bei 6×9, 73×73 cm bei 6×6.

Diaduplikate

Bei Kombination mit einem Farbkopf können mit der gleichen Anlage Diaduplikate in großen Stückzahlen gemacht werden. Dazu braucht dann lediglich der Mattscheibenprojektor abgenommen zu werden. Homrich liefert dafür Farbmischköpfe bis zu einer Vorlagengröße 20×25 cm.

Ausland

Photokulturelles aus New York

Der Performance-Künstler Joey Skagg narrt seit 26 Jahren mit seinen Inszenierungen Medien und Öffentlichkeit.

Vater Joseph war mit dem Radl da. Zum Parteitag der Demokraten war er den langen Weg aus Kalifornien nach New York gekommen. Weil kein Mensch mehr Zeit hat, seine Sünden in der Kirche zu bereuen, hatte Vater



Kommst Du nicht zur Kirche, kommt die Kirche samt Beichtstuhl zu Dir...

Joseph seinen mobilen Beichtstuhl mitgebracht. Der war hinten auf sein dreirädriges Fahrrad montiert und mit den goldenen Lettern „Portofess“ verziert.

Heiliger Schwindel!

Natürlich wurde Vater Joseph permanent photographiert, gefilmt und interviewt und illustrierte weltweit die trockenen Nachrichten über Clinton und Co. „Die Vergebung kommt auf drei Rädern“, titelte die *Süddeutsche Zeitung* am nächsten Tag, die *AZ* schrieb über den „heiligen Rollstuhl“, und *Bild* zeigte sich besonders kreativ: „Das Beicht-Mobil: Neuer Service für New Yorks Sünder“. In der Tageszeitung *New Yorker Newsday* hieß es zum Photo des radelnden Priesters „Forgiving on the Run“ und im *San Francisco Chronicle* stand zu lesen „Confession to go.“ Auch japanische und australische Journalisten waren froh, ein ungewöhnliches Photo zu ihren langweiligen Berichten zu haben, schließlich verkaufen sich Nachrichten besser übers Auge. Außerdem sagte dieser freundliche Priester druckreife Sätze wie „the church must go where the sinners are“ und schweißüberströmt vom Radeln „we must suffer for the church“. Wer wollte angesichts dieser Leiden an den Worten des heiligen Mannes zweifeln und etwa in Kalifornien nachfragen, ob „Father Joseph of Carmel“ dort auch tatsächlich bekannt sei.

Noch drei Wochen später erschien ein New Yorker Stadtteil-Magazin mit dem Priester und seinem Beichtstuhl auf der Titelseite, daneben ein Demonstrant mit der Parole „Keep abortion legal.“ Zu diesem Zeitpunkt hatte der Gottesmann längst selbst gebeichtet.

Priester und Beichtstuhl waren falsch, wie man inzwischen weiß. Der Performance-Künstler Joey Skagg hatte wieder einmal gezeigt, wie leicht die Medien zu manipulieren sind.

Weil die Story so wahr erscheint

„I'm using the Media as my canvas“, erklärt Joey seine Arbeit, mit dem „joke“ wird aufmerksam gemacht und die Presse angelockt. Danach muß publik gemacht werden, daß die Presse auf den Schwindel hereingefallen ist. Das ist der schwierigste Teil seiner Arbeit, erzählt Joey, denn natürlich braucht er auch dafür die Medien, „but often they don't want to



... und mahnt Dich, schnellstens Buße zu tun: Joey im „Einsatz“. (2 Photos: Susanne Lingemann)

know if it's true or not, because the story is so good.“ Schließlich gibt keiner gerne zu, daß die Wahrheit leicht zu ermitteln gewesen wäre, es dennoch keiner getan hat. Im Falle von Father Joseph wäre es ein Anruf in Kalifornien gewesen.

Seit 26 Jahren inszeniert der Maler und Bildhauer Joey Skagg solcherart „Kunst-Stücke“, und wir Zeitungsleser, Fernsehgucker sind Teil seiner Arbeit. 1987 trat Joey als Joe Rones auf und gründete eine Diät-Polizei mit dem bezeichnenden Namen „Fat Squad“ (fette Truppe). Hunger-Willige konnten diese Jungs mieten, damit sie – zur Not mit Gewalt – vom Kühlenschrank ferngehalten wurden. Die Welt lobte diese Idee: „Diät-Wächter essen ihren Kunden den Pudding weg.“ Die Japaner konnten sich die bedrohliche Truppe in den *Japan Business News* anschauen. Joeys Bekennnis wurde damals mit seinem Photo – wie schon häufiger – abgedruckt. Aber das optische Gedächtnis ist offensichtlich auch in Redaktionen nicht sehr ausgeprägt. Schon bei Joeys nächstem Coup hatte man sein Gesicht vergessen. Als Dr. Long warb er da für seinen Verein „Save the geoduck“. Dafür ließ er sich mit einer riesigen Muschel photographieren, die angeblich vom Aussterben bedroht sei, weil japanische Männer sie als Aphrodisiakum entdeckt hätten. Auch ein bekanntes Hamburger Nachrichten-Magazin druckte Bild und Aufruf ab.

Eine Sensation wurde in den USA Joeys „Hundeborde“, für das er 25

Schauspieler engagiert hatte, die vor laufenden Kameras und atemlos „schießenden“ Photographen als Besitzer zufriedener Kunden von dieser Einrichtung schwärzten. Die Fernsehgesellschaft ABC stellte sich an die Spitze der empörten Bevölkerung und drehte eine kritische Dokumentation, die, weil so hervorragend gemacht, für den „Emmy“ nominiert wurde. Nach der Aufklärung hat Joey nie wieder etwas von ABC gehört.

„Really good joke“

Für seinen Auftritt als Father Joseph hat Joey viel Zeit in Kirchen verbracht und die Priester studiert. Er hat den Beichtstuhl selbst gebaut, Fahrrad und Priestergewand anfertigen lassen und sich sogar eine Lizenz besorgt, mit der er hätte die Beichte abnehmen dürfen. Denn Joey wollte schließlich keinem Gläubigen zu nahe treten, die meisten Beicht-Willigen hat er in die nächste Kirche geschickt.

Seine Aktionen werden jedesmal auf Video festgehalten, und ein Ausschnitt-Büro liefert ihm alle erschienenen Artikel. Auch das ist Teil seiner

quickpoint®

Die einzigen Diashorten mit
• Format-Indikatoren
• Haftfixierung
• Seitenkennung

Kunst. „The art-scene is a market place“, meint Joey, sie habe heute nichts mehr mit dem künstlerischen Prozeß zu tun. Aber mit Joeys Kunst ist kein Geld zu verdienen, sie kann nicht ausgestellt, nicht verkauft werden. Vielleicht erreiche sie aber deshalb ihr Ziel eher, meint Joey. Er nennt seine Arbeit „a really good joke with a message“. Als Maler und Bildhauer allein kann er seine „Kunst-Stücke“ nicht finanzieren, deshalb arbeitet er auch als Lehrer. Er berichtet von seinen Aktionen, erklärt Planung und Durchführung, erörtert Artikel und Sendungen in den Medien. Das macht Mut und läßt um Joeys Kunst fürchten: seine Studenten sind zukünftige Journalisten.

Christiane Osterhof

Namen und Nachrichten

Refrema mit neuer Organisation

Bewegung in der Branche der photokina: Um noch aktiver in die Produktentwicklung zu investieren und mit anderen Herstellern Komplettsysteme für Photofinishing und Photofachläbors anzubieten, wurden bei Refrema die Weichen neu gestellt. Die Refrema 1992 A/S führt die Geschäfte der Refrema A/S unverändert weiter. Das gleiche gilt für Refrema Futura 1992 A/S. Beide Gesellschaften wurden mit einer wesentlich besseren Kapitalausstattung versehen.

Metrum gründet neuen Geschäftsbereich

Metrum Information Storage hat die Bildung eines neuen Geschäftsbereiches mit der Bezeichnung Metrum Imaging Products bekanntgegeben. Dieser neue Geschäftsbereich kann auf 20 Jahre an Erfahrungen in der Technologie der Leiter-Elektronenstrahlröhren zurückgreifen und soll sich auf die Entwicklung, Fertigung und Vermarktung von digitaler Präzisions-Belichtungs-technik konzentrieren, mit der eine Herstellung von Bildern in bester Qualität aus digitalem Ausgangsmaterial möglich ist.

Das erste Produkt, das von diesem Unternehmen auf den Markt gebracht wird, ist der „Metrum Fotoprint 1000“, der sein internationales Debüt auf der photokina '92 in Deutschland hatte. Der Drucker kombiniert ein vom Unternehmen entwickeltes digitales Ein-Passagen-Belichtungssystem und konventionelle photochemische Verfahren mit der Wirtschaftlichkeit von Standard-Photopapier in handelsüblichen Qualitäten. Der Drucker ist geeignet für Photofinishing, Druck, Desktop-Publishing, Werbegraphik und sonstige Anwendungen, bei denen hochqualitative Farbbilder billig und in einer kurzen Verweilzeit gefordert werden.

John Brenan, Vice-President und Geschäftsführer von Metrum Information Storage: „Wir haben dieses separate Geschäft unternehmen gegründet, um auf dem schnell expandierenden und von starkem Wettbewerb geprägten Markt der Hersteller von elektronischen Belichtungsgeräten ein entscheidendes Wort mitreden zu können. Es wird sich voll und ganz darauf konzentrieren, einen Vorsprung vor den Wettbewerbern bei der

Belichtung von Farbbildern herzustellen und auszubauen. Das geschieht natürlich nicht von heute auf morgen, doch wir wollen Metrum Imaging Products und seine digitalen Farbdrucker zu einem Synonym für Innovation, Qualität und günstige Preise machen.“

Ihr zweites Produkt, den Metrum Fotoprint 500, will die Firma im Jahre 1993 auf den Markt bringen. Der Drucker arbeitet ohne integrierte photochemische Entwicklungseinheit. Das Unternehmen zeigte auf der photokina auch den Prototyp eines digitalen Farbdruckers im Jumboformat, der Bilder bis zu einer Breite von 1,20 Metern und einer Länge von 1,50 Meter herstellen kann.

Metrum Imaging Products, der neue Geschäftsbereich der Metrum Information Storage, hat den Geschäftssitz in Denver, Bundesstaat Colorado, USA.

Docter-Optik in Thüringen

Am 27. August 1992 wurde in Schleiz/Thüringen ein Tochterunternehmen der Docter-Optik, Wetzlar, in Anwesenheit von Ex-Bundesminister Hans Dietrich Genscher und Dr. Jürgen Bohn, thüringer Minister für Wirtschaft und Verkehr feierlich eingeweiht. In der Fabrikationsstätte im ehemaligen Jenaer Glaswerk Schleiz werden 230 Arbeitsplätze geschaffen.



Bei der Einweihung der Docter Optic Schleiz GmbH. Hans Dietrich Genscher läßt sich ein hochwertiges Fernglas erklären. Rechts: Dr. Jürgen Bohn, Minister für Wirtschaft und Verkehr des Landes Thüringen.

Bei den hier entstehenden Produkten handelt es sich vor allem um asphärische Linsen, die aus hochwertigem Stangenglas bei 1000° C gepreßt werden. Das Werk ist im Dezember 1972 ein Betriebs teil der Jenaer Glaswerke geworden. Die Übernahme durch die Docter-Gruppe (insgesamt ca. 1700 Beschäftigte) fand zum 1. Juli 1991 statt. Innerhalb kurzer Zeit wurden Sanierungsarbeiten erfolgreich durchgeführt. Heute ist das Werk hochmoderne eingerichtet.

Die wirtschaftspolitische Bedeutung dieses guten Aufbau-Ost-Beispiels spiegelte sich in den Ansprachen wider. Otto Solms, Vorsitzender des Beirats der Unternehmensgruppe Docter, wünschte sich mehr Unternehmer vom Schlag Bern-

Wir bitten unsere Inserenten, die Chiffre-Anzeigen aufzugeben, unbedingt alle Zuschriften zu beantworten, bzw. Bewerbungsunterlagen unter allen Umständen an die Bewerber zurückzusenden.

Vielen Dank **PHOTO PRESSE**