



Wir stellen vor Das **rapid system**

ZEISS IKON, Voigtländer, Rollei, REGULA

ferrania, GEVAERT, ILFORD, PERUTZ

DACORA, BRAUN HÖRBERG, BILORA, Balda

ADOX, Agfa

Rapid heißt schnell. Rapid wird ein neues System des Filmeinlegens und Photographierens sein. Ein Gemeinschaftssystem. Maßgebende europäische Camera- und Filmhersteller haben Rapid gemeinsam für den internationalen Photomarkt entwickelt. Der 1. Juli 1964 ist – noch geheim für das Publikum – der Stichtag.

Ab 1. Juli 1964 werden geliefert: Rapid-Cameras und Rapid-Filme bewährter und bekannter Markenfabrikate. Eine Palette von Cameras, eine Palette von Filmen. Schwarzweiß und farbig.

Neu ist das System. Neu die Rapid-Kassette für schnelles und einfaches Filmeinlegen.

Neu ist die automatische Filmeinfädelfung. Gebilben ist der bewährte Kleinbildfilm, der überall in der Welt verarbeitet werden kann.

Das wäre in kurzen Worten das Wesentliche. Mehr über das Rapid-System erfahren Sie von den beteiligten Unternehmen, sobald deren Produkte marktreif geworden sind. Mehr über das Rapid-System erfahren Sie von der Fachpresse.

Übrigens: Rapid-Cameras und Rapid-Filme werden ein echtes Zusatz-Geschäft sein. Das bestehende Programm der beteiligten Unternehmen wird davon nicht berührt. Und in diesem light Unternehmen wird davon nicht berührt. Und in diesem light Unternehmen wird davon nicht berührt. Und in diesem light Unternehmen wird davon nicht berührt.

Abb. 3: Doppelseitige zeitgenössische Agfa-Rapid-Werbung, 1964

### Werbeaufwand in nie da gewesener Form

Wie schon eingangs betont, wurde die Einführung des neuen Rapid-Systems mit enormem Werbeaufwand betrieben (Abb. 3). Hierzu ist aufschlussreich, sich einmal zu vergegenwärtigen, in welchem Umfang damals Marketing betrieben wurde. Ein Blick in die zeitgenössische Fachpresse von 1964 gibt hierüber profunde Auskunft.

Unter der Überschrift „Einmaliger Werbeaufwand“ zitiere ich die zeitgenössische Fachpresse<sup>4</sup>:

„Die gemeinsamen werblichen Bemühungen aller Beteiligten Firmen bieten die Garantie, dass sich Rapid über Nacht durchsetzen wird, erklärte der Agfa Werbefachmann Pieper in Düsseldorf. Aber: ‚Die Werbung wird und muß vermeiden, daß das Geschäft in traditionellen Kameras vom Rapid-System in irgend einer Form berührt, geschweige denn angeknabbert wird. <...> Rapid-Kameras werden zusätzlich zum laufenden Geschäft verkauft!‘ Und: ‚Die Agfa hat in diesem Orchester der Werbung für bekannte Marken und für das Rapid-System freiwillig die Aufgabe übernommen, mit einem Paukenschlag an die Öffentlichkeit zu treten: Mit Stichtag 1. Juli 1964 wird die europäische Öffentlichkeit mit einer Werbekampagne für unsere Rapid-Kameras und Rapid-Filme angesprochen, wie sie bisher in der Photobranche unbekannt war. Wir setzen Millionen ein, um Millionen zusätzlicher Käufer zu gewinnen!‘“

Im einzelnen sieht der von Agfa aufgestellte Werbeplan vor:

### In der Bundesrepublik Deutschland

- 89 Werbe-Fernsendungen allein im Juli 1964. Praktisch sollen an jedem zweiten Abend elf Millionen Fernseher angesprochen werden.
- Veranstaltung eines Preisausschreibens im Fernsehen, bei dem kontinuierlich von der ersten Juli-Woche bis zur Bekanntgabe der Preisträger am Ende des Monats die neue Art des Filmeinlegens und Photographierens vorgestellt wird.
- 163 Werbefunksendungen allein im Juli, die von zehn Millionen Rundfunkgeräten empfangen werden.



Abb. 3a: Die erste und einfachste Agfa-Rapid-Kamera, ISO RAPID I

- Doppelseitige Anzeigen in den aufлагestärksten Illustrierten mit zusammen 41,37 Millionen Lesern.
- Farbige Beihefter für Lesezirkelhefte, mit denen 7,5 Millionen Leser erreicht werden.

### Im übrigen Europa

- Hunderttausende von Plakaten an den Anschlagssäulen und -flächen besonders in den Urlaubsländern.
- 40.000 komplette Schaufensterdekorationen für den europäischen Photofachhandel.
- Werbe-Fernsendungen wie in der Bundesrepublik.
- Werbe-Rundfunksendungen über alle Rundfunksender des Kontinents im Norden, Westen und Süden.
- Ganz- oder wenigstens habseitige Inserate in den bedeutendsten Tageszeitungen und Illustrierten.

### In Übersee

- Wie uns Agfa-Werbeleiter Heinz Gas-sauer mitteilte, werden auch die Übersee-Vertretungen der Agfa ab 1. Juli 1964 zumindest über einen so großen Vorrat an Rapid-Filmen verfügen, daß der Bedarf europäischer Reisender gedeckt werden kann. Eine eigentliche Rapid-Werbeaktion der Agfa wird außerhalb Europas teilweise im Oktober 1964, teilweise erst im Frühjahr 1965 einsetzen. Zur Saison 1965 ist das Ra-

<sup>4</sup> Photo-Technik und -Wirtschaft: „Agfa-Tage im Zeichen des Rapid-Systems“, Heft Nr. 7, 1964, S. 37 ff