NEWSLETTER
03/11

Dokfünf
keywording

„Wolkenbank“ © Kai Ober

DOKFÜNF
Worte finden Bilder

Das INTERVIEW (Teil 2)
Andreas Trampe

DOKFÜNF KREATIV

Liebe Kunden, liebe Servicepartner, liebe Fotografen,
Liebe Freunde des Bildermarkts,

Wir warten auf den Frühling.

Am Donnerstag, den 7. April, beginnen wir damit auf dem PICTAday im Ehemaligen Hauptzollamt Hafen Hamburg.

In diesem Newsletter lesen Sie den zweiten Teil des Interviews mit Andreas Trampe, dem Ressortleiter der Bildredaktion des Stern.

Außerdem laden wir Sie ein zu einem Spaziergang durch schlagende Landschaften voll blühender Worte. Oder so…

Viel Spaß beim Lesen.

Beste Grüße
Dokfünf Keywording

NEWSLETTER
03/2011

Dokfünf
keywording

DAS INTERVIEW
Andreas Trampe im Gespräch (Teil 2)

Sie lesen hier die Fortsetzung des Gesprächs mit dem Ressortleiter der Bildredaktion des Stern, Andreas Trampe. Seit 1999 hat er diese leitende Funktion inne. Zuvor war er bereits drei Jahre stellvertretender Ressortleiter. Von 1991 bis 1996 war er Fotochef bei Bild am Sonntag, davor aktiv als Freier Fotograf.

Welchen Stellenwert haben für Sie Street Photography und Story Telling?

Story Telling ist sehr wichtig. Der Fotograf überlegt vorher, was für eine Geschichte er erzählen will. Er entwickelt dafür ein Konzept, das er im Kopf hat.

Er klopft als allererstes theoretisch ab, ob es überhaupt möglich ist, diese Bilder machen zu können und überlässt nur den Rest dem Zufall.

Er braucht Erfahrung für die Umsetzung, das ist solides Handwerk, konzentrierte Arbeit.

Street Photography ist normalerweise nicht journalistisch, weil der Fotograf die Ergebnisse dem Zufall überlässt. Das kann ganz wunderbar sein, aber auch belanglos.

Im Journalismus geht es nicht um schöne Bilder, sondern vor allem um Geschichten.

Früher haben Bilder einen Text begleitet und illustriert, und heute begleiten Texte eher die Fotos. Wie sehen Sie das?

Ich kann Ihnen leider nicht zustimmen.

In den meisten Zeitschriften regiert sozusagen der schreibende Journalist und Bilder werden benutzt, das geschriebene Wort zu illustrieren.

Wenige Zeitschriften in Deutschland schaffen es, dass Bilder die Geschichte vorgeben und der Text ergänzend dazu gestellt wird.

Gibt es Trends im Markt, die sie begrüßen?

Es gibt eher Trends die ich nicht begrüße.
Die Menge der Bilder explodiert jedes Jahr immer mehr, ohne dass sich die Qualität wesentlich verbessert.

Bei der Recherche führt dies dazu, dass wir jetzt 250 Agenturen haben, in denen wir online recherchieren können.

Wir werden überschüttet mit Bildern und die Frage ist, ob „Aufwand und Ertrag“ in einem sinnvollen Verhältnis zueinander stehen …

Dokfünf
keywording

Ist dieses Problem z.B. durch intelligente Verschlagwortung der Bilder lösbar?

Aus meiner Sicht müssen drei Bedingungen erfüllt sein, damit ein sehr gutes Bild den Weg in den Stern findet.

Erstens, brauche ich eine sehr gute Verschlagwortung, damit ich das Bild überhaupt finde.

Zweitens, brauche ich eine sehr, sehr gute technische Qualität damit das Bild sehr gut gedruckt werden kann.

Drittens, ich brauche ein sehr gutes Motiv, ein richtig tolles Bild.

Doch: Es bleibt das Problem - wenn die gute Verschlagwortung fehlt, dann finde ich das Bild gar nicht erst und es wird nie gedruckt.

Sie stellen also hohe Anforderungen beim Input der Fotos?

Es braucht eine korrigierende Instanz in den Agenturen, die entscheidet, welches Bild genommen wird und welches nicht.

Die richtig großen Bildagenturen fahren einen knallharten Kurs bei dem, was sie in ihre Bilddatenbanken aufnehmen.

Was machen die erfolgreichen Agenturen besser als die anderen? - Wenn man das etwas genauer analysiert, dann ist der erste Punkt, dass da Profis arbeiten, die ihren Bildbestand wirklich prüfen, hohe qualitative Standards setzen, auch was das Keywording angeht.

Wir haben heute ein Überangebot, zu viele Bilder, zu viele Lieferanten, wir haben deshalb auch ein Qualitätsproblem und einen extremen Preisverfall. Das ist eine Strukturkrise.

Das Produkt Bild ist eigentlich in vielen Bereichen sehr, sehr preiswert und das wiederum führt dazu, dass noch mehr Anbieter auf den Markt drängen und ihre Bilder „quick and dirty“ verschlagworten und bereitstellen und es über die Masse machen.

Die sagen dann: wir haben halt nicht so ein gutes Keywording, nicht so eine gute Qualität, aber wir verkaufen z.B. lieber 1000 Bilder für 12 Euro, als 100 Bilder für 60 Euro.

Und das ist momentan der Trend und das macht einem schon Sorgen. Das Keywording geht nach Indien, nach Bangladesch, von dort geht es in die Mongolei?

Aber irgendwann ist Schluss mit billig …

Dokfünf
keywording

Stichwort Kreativ. Welche Agentur im Bildermarkt ist Ihnen aufgefallen ?

Plainpicture ist eine sehr kreative, moderne Agentur. Sie haben gute Bilder.

Sie bedienen den Mainstream, ihre Motive gehen aber zusätzlich zu 10 - 20% in eine ungewöhnliche kreative Richtung, die sie von anderen Agenturen wohltuend unterscheidet.

Es ist wie mit dem „gelben Taxi“ in New York. Ohne das gelbe Taxi geht die NY Geschichte nicht, aber wenn ich ihnen nur das liefere, dazu den Ground Zero und die Statue of Liberty, dann ist das langweilig.

Sie müssen das Erwartbare bekommen, aber das Erwartbare auch immer wieder brechen, ergänzen und überraschen - das ist die hohe Kunst.

Stichwort Kunst. Was interessiert Sie jenseits der Fotografie?

Ich schätze Malerei. Ich würde mir zuhause keine Fotos aufhängen, davon habe ich tagsüber genug. Meine Frau malt und sie malt sehr gut.
Gute Malerei hat etwas Zeitloses.

Ein Lieblingsbuch?

Ich muss gestehen, ehrlicherweise nein. Ich komme fast überhaupt nicht zum Lesen von Büchern, außer im Urlaub. Ich lese sehr viel Zeitschriften, Zeitungen und bin online.

Im Urlaub klemm ich alles ab, und lese überhaupt keine Zeitschriften und sehe kein Fernsehen und hab kein Handy und hab kein Radio und lese nur Bücher.

Da lese ich meistens Belletristik, etwas, was mich entspannt. Ich bin ein großer Fan von John Irving, ich mag schräge Geschichten.

Könnten Sie ein Sprichwort nennen, das Ihnen besonders wichtig ist?

„Das Bessere ist der Feind des Guten.“

Wenn Sie jetzt einen Fotoapparat in der Hand hätten, was wäre Ihr Motiv?

Ich fotografiere immer Menschen - Menschen finde ich immer am Spannendsten, am liebsten fotografiere ich meine Töchter.

Wir bedanken uns herzlich für das Gespräch.

© BW/Dokfünf

Dokfünf
keywording

DOKFÜNF KREATIV

Ein Apfel ist ein Apfel ist ein App…

Natur. Stillleben. Ländliches Motiv. Niemand.
Erhöhte Ansicht. Apfelbaum.
Idylle. Wind ... Kraft. Kern … Obst. Kausalität.
Bewegungsunschärfe. Freier Fall. Nicht weit vom Stamm.
Dokfünf.

Ursache. Wirkung. Forschung. Fortschritt. Querschnitt.
Schnittmenge. Menschenmenge. People. Adams … Eva.
Tells … Apfel. Paris. Aphrodite. Newton.
Dokfünf.

Worte. Diskurs. Ideal. Kontrafaktisch. Small Talk. Net Talk.
Thesaurus oder Twitter.

Gravitation oder Genuss. Experiment oder Dessert.
Hohle Gasse oder Vitamin C.
Dokfünf.

Reflexlicht. Schlange. Querformat. Profil.
Bedrohte Tierart oder Lichtgestalt.
Menschen im Hintergrund.

Businessleute. Zyklopen. Touristen.
Pomologen. Best Ager. Yuppies. Woopies. Blogger.
Fruchtzwerge … Und eine Prinzessin.

... Ich wiederhole:
Und eine Prinzessin …

Voila.

© Christine Schröder

Fokus auf den … Spiegel … an der Wand.
Casting. Beauty. Aphrodite.
Königsweg. Holzweg. Guter Weg.
Dokfünf.

Fokus auf den ... Apfel. Einzelner Gegenstand.
Symbol. Freiheit. Fastfood. Frevel.
Dokfünf.

Altes Testament. Modern Talking.
Nachwachsende Ressourcen. Verteilungskampf.
Meeting. Brainstorming. Clustering.

Babel und Brüssel. Zank und Apfel. Troja und Trinity.
Dotcoms und Hotspots. Hedgefonds und Hacker.
Updates und Downloads. Probleme.

Werbepause. Sündenfall. Formatfüllend. Lösungen.
Dokfünf.

Klingelton und Handy. Apps und Tweets.
Good News. Bad News ... Apple Juice.

Little Boy und Granny Smith. Schneewittchen und
Schwarzenegger. Backspace.

Big Apple. Bad Apple. Soft ... Wer ... Apple.
Athen. Küssnacht. Manhattan.
Shift. Enter. Deadline.
Dokfünf.

Fokus auf den Hintergrund. Apfelbaum und Garten.
Niemand. Offline.

Fokus auf den Vordergrund. Eine Person.
Freisteller. No Name. Unterwegs.
Migration mit Hintergrund.

Krummes Holz. Aufrechter Gang.
Outdoor. Outback. Online.
Dokfünf.

Composing.
Bilder. Worte. Welt. Geschichte.
Differenzierter Fokus.
Dokfünf.

Change Management. Yes. We. Can.
Copy Space.
Vision. Idee. Best Practice. Schnittstelle.
Dokfünf.

… Worte finden Bilder.

© BW/Dokfünf