

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 11 (2004)
Heft: 16

Artikel: "Die Brancheninformation ist unser wichtigster Auftrag"
Autor: Tillmanns, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979467>

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: 15.03.2025

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

fotointern

10 Jahre

15. Oktober 2004 16

digital imaging Fotointern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial

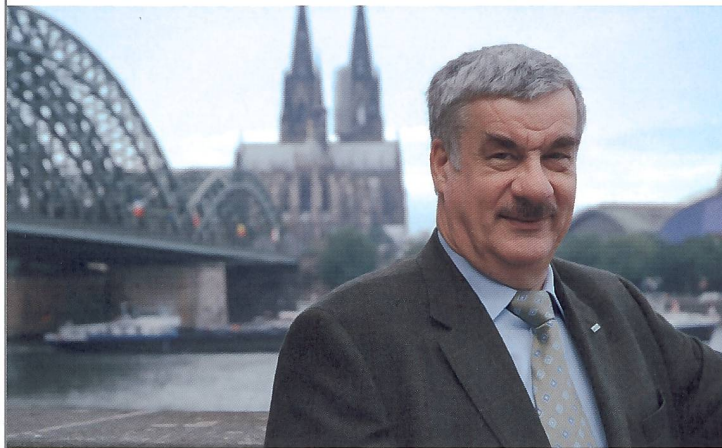


Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Es ist alles sehr viel schneller gegangen als wir dachten. Als wir vor zehn Jahren die ersten Digitalkameras sahen, die mit knappen 640 x 480 Pixeln daher kamen, hätte niemand von uns geglaubt, dass sich die neue Technologie so schnell durchsetzen würde. Zuerst stellten die Profis im Newsbereich und in der Werbung auf das filmlose Schaffen um, und dann kamen allmählich die «gewöhnlichen» Kameras, die mit dem Computer verbunden wurden, um die Bilder auf dem Monitor anzusehen. Es war ein verrücktes Jahrzehnt, das von uns auch Opfer abverlangte. Wir mussten lernen mit geringeren Margen und weniger Gewinn umzugehen und neue Wettbewerber haben sich zu uns gesellt. Und heute ist alles anders – wir haben uns an eine neue Situation gewöhnen müssen. In 201 Ausgaben hat Fotointern gerade dieses spektakuläre Jahrzehnt der digitalen Revolution lückenlos dokumentiert, und dafür möchte ich Ihnen allen danken. Ihnen, unseren Inserenten, die Fotointern kommerziell ermöglichen, Ihnen, meinen Mitarbeitern für Ihren vorbildlichen Einsatz, und Ihnen, liebe Leserinnen und liebe Leser, für Ihre Treue. Herzlichst Ihr

Urs Tillmanns

fotointern «Die Brancheninformation ist unser wichtigster Auftrag»



Es war ein heisser Sommer 1994, die Köpfe rauchten, denn in ihnen sollte der Aufschwung aus der Rezession beginnen. Urs Tillmanns gründete Fotointern und schrieb damit Schweizer Fotogeschichte. Exklusiv verriet er uns das Erfolgsrezept.

Wir möchten zuerst etwas aus dem Umfeld wissen, das zur Gründung von Fotointern geführt hat. Beispielsweise: Wo fand 1994 die Fussball-WM statt und wer gewann diese?
Urs Tillmanns: Wie bitte? Ich

glaub' ich bin im falschen Film! Nein, weiss ich wirklich nicht. Erstens bin ich nicht sehr sportlich veranlagt, und zweitens habe ich besonders mit Fussball nicht viel am Hut – weiss auch nicht weshalb. Trick des allwiss-

senden Journalisten: Ich könnte gerne nachschauen, wo damals die WM war ...

Wie war der Sommer und der Herbst in diesem Jahr? Wie war das Wetter, die politische Stimmung, die Wirtschaftslage?

Es gab sehr heisse Tage – gehört zur Branchenstimmung – die sich dann mit regnerischen Herbsttagen wieder abkühlten. In den Mitte neunziger Jahren sprachen alle vom bevorstehenden Aufschwung, der bekanntlich im Kopf beginne. Der Fotobranche ging es nicht allzu schlecht, das spiegelt auch der Konsumentenstimmungsindex wider, der dann allerdings 1996 wieder stark abfiel. 1997 zeigt er erneut aufwärts und erlebte seinen Peak im Jahre 2001.

Über alles gesehen herrschte in den neunziger Jahren, als Fotointern auf den Markt kam, eine Rezession – obwohl sich kaum jemand getraute, dieses gefürchtete Wort wirklich in den Mund zu nehmen.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

10 Jahre Fotointern Seite 14
Die ganze Geschichte

photokina

Wir haben die breite Palette an Kameras für Amateure für Sie zusammengestellt

Seite 6

10 jahre film

Die Fortschritte des Films in den letzten zehn Jahren. Inklusive Photokina-Neuheiten auf

Seite 35

tierfotografie

Wie bekommt man einen lebendigen Löwen direkt vor die Kamera?

Seite 46



The essentials of imaging

KONICA MINOLTA



DiMAGE X50

Schnell, schick und handlich – 5 Megapixel

Diese flache 5 Megapixel Digitalkamera mit vertikal innen liegendem 2,8-fach Zoomobjektiv (37 - 105 mm vgl. KB) besticht mit der schnellen und rekordartigen Einschaltzeit von nur 0,5 Sekunden bei einer Auslöseverzögerung (nach dem Scharfstellen) von

0,06 Sekunden. Makroaufnahmen im Supermakromodus sind ab 6 cm möglich. Das 5,2 cm grosse Display dient der übersichtlichen Bildkontrolle. Neu für eine Kamera der DiMAGE X-Reihe ist der Objektivschutzschieber.

Die DiMAGE X50 verfügt über eine aktuelle USB 2.0-Schnittstelle und unterstützt den PictBridge-Direktdruckstandard. Erhältlich im Fachhandel für CHF 698.00

Infos unter: www.konicaminolta.ch

Fortsetzung von Seite 1

Was waren die herausragenden Neuheiten der photokina 1994?

Die photokina bringt immer spannende Meilensteine. Die erste Vorabausgabe von Fotointern kam auch gerade zur photokina heraus, und mit etwas Stolz konnte ich das erste Heft mit nach Köln nehmen. Das war aber beileibe nicht meine erste, denn seit 1963 – damals als kleiner Fotografenstift – liess ich keine aus. Wichtige Neuheiten von 1994 waren die Contax G1, die Ricoh R1 sowie die Olympus OM3-Ti als Edelspiegelreflex mit Titangehäuse. Die Digitalfotografie war noch wenigen Profipionieren vorbehalten, die über den in Köln erstmals von Kodak gezeigten 6-Megapixel-Chip staunten. Die Digitalfotografie war noch fast Utopie, und niemand ahnte oder wollte wahrhaben, wie schnell diese Entwicklung der-einst vor sich gehen würde.

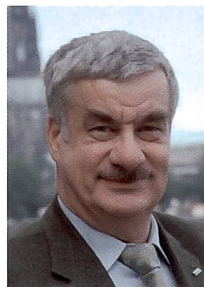
Was bewegte Dich, in diesem Umfeld eine Fotofachzeitschrift zu gründen?

Wie es zur Gründung von Fotointern kam, steht schon an anderer Stelle in diesem Heft. Also betrachten wir diese Story aus einem anderen Blickwinkel: Es gab wirklich genügend Fotozeitschriften, denn neben der damals schweizerischen «Photographie» strahlten viele deutschsprachige Titel in unser Land aus. Was in der Schweiz fehlte, war eine Branchenzeitschrift, die die Schweizer Fotoszene beleuchtete und insbesondere die Informationsbedürfnisse des Fotohandels und der Berufsfotografen abdeckte. Und ganz wichtig: Die Zeitschrift sollte mit wenig Umfang alle zwei Wochen erscheinen und so topaktuell sein. Ein solches Blatt schaut man schnell durch, liest da und dort und nimmt dabei die wichtigsten Informationen auf und fühlt sich gut informiert, während man den speckigen Zweipfünder aufs Wochenende vertagt. Dieses Konzept hat sich bis heute bewährt, auch wenn dies redaktionell immer einen sehr hohen persönlichen Einsatz erforderte.

Ursprünglich war Fotointern sogar als Wochenzeitschrift geplant, doch davon sind wir sehr schnell – nicht zuletzt auch aus Kostengründen – abgekommen.

Gab es damals Vorbilder für Fotointern, die Du nachempfunden wolltest?

Eigentlich nicht direkt. Auch die ausländischen Branchenzeit-



«Es gab jene Pannen, Pechs und Pleiten, aber nie ist eine Ausgabe nicht oder verspätet erschienen.»

Urs Tillmanns, Herausgeber Fotointern

schriften waren mit dem inhaltlichen und grafischen Konzept nicht vergleichbar. Tatsache ist, dass das Projekt einer Branchenzeitschrift schon beim Verlag Photographie – wo ich Chefredaktor war – lange in der Schublade schlummerte, bevor es dann realisiert wurde. Aber das steht genauer weiter hinten ...

Wieso ist Fotointern keine Zeitschrift für Amateure geworden?

Das gab es ja schon, und es hätte nichts gebracht, einen weiteren Titel für die gleiche Zielgruppe auf den Markt zu bringen. Dem Handel und den Profis fehlte eine Informationsquelle, und schon die ersten Gespräche mit potentiellen Inserenten zeigten ganz klar die Richtung für das redaktionelle und verlegerische Konzept. Eine Amateurzeitschrift ist auch ganz klar mit einem Verkauf über Kioske verbunden, was in der Schweiz für einen neuen Special interest-Titel schon damals kaum noch möglich war. Wir haben in der Schweiz eine der höchsten Titeldichten Europas, und an den Zeitschriftenauslagen hat es ganz einfach keinen Platz mehr. Nur ganz grosse Verlage können sich mit entsprechenden Werbemitteln noch einen Sonnenplatz am Kiosk erkaufen. Das war vor zehn Jahren schon so.

Wie hat die Fotobranche auf die Gründung von Fotointern reagiert? Wie waren die Inse- rate von Beginn weg?

Nun, mit dem ersten Fotointern war keine Bombe geplatzt. Wir hatten das Projekt mit vielen Firmen im Vorfeld besprochen und wussten von Anfang an, dass sehr viele Firmen hinter dem Titel standen. Auch war es ein Vorteil, dass das erste Heft im Oktober erschien und so Fotointern noch in die Budgetplanung für das

erste volle Erscheinungsjahr einfließen konnte. Gerade weil wir wussten, dass die Branche hinter dem neuen Titel steht, konnten wir die Inseratepreise sehr knapp kalkulieren, und in den zehn Jahren wurden diese nur geringfügig der Teuerung angepasst. **Welchen Einfluss hatte das Internet, das ja kurz darauf starke Verbreitung fand, auf Fotointern?**

Das Internet war schlichtweg noch kein Thema. Zwar wusste man, dass diese Art der Kommunikation technisch möglich war, doch wusste man noch nicht



«Ich bin von der Zielgruppe und vom Konzept von Fotointern noch immer voll überzeugt.»

Urs Tillmanns, Herausgeber Fotointern

konkret, welche Vor- und allenfalls Nachteile dieses weltumspannende Netz haben würde. **Wie wichtig ist das Internet inzwischen für Fotointern?**

Das Internet ist sehr wichtig geworden. Wir, das heisst Adrian Bircher in unserem Auftrag, erneuern unsere Homepage vierzehntäglich mit dem Erscheinen des neuesten Heftes und zeigen darin nur Anrisse der einzelnen Artikel. Wer mehr lesen will, muss das Heft abonnieren. Das

führt tatsächlich dazu, dass wir laufend Neuabonnenten bekommen. Zwar nicht viele, aber als Verleger ist man heute um jedes Abonnement froh.

Woher bezieht Fotointern seine Informationen?

Man soll einen Journalisten nie nach seinen Quellen fragen.

Wie hat sich die Zahl der Mitarbeiter entwickelt?

Die ersten zwei Jahre hatte ich nur eine Sekretärin. Dann kam Ende 1996 Romano Padeste dazu, der neben seiner redaktionellen Arbeit auch die Druckvorstufe bei uns einführte. Heute sind wir ein sehr leistungsfähiges Team von sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die neben Fotointern auch noch andere Aufgaben, wie beispielsweise Fomak-Reflexe, bewältigen. Das Team ist nicht nur quantitativ gewachsen, sondern auch qualitativ und widerspiegelt eine sehr hohe Fachkompetenz und Arbeitskonstanz.

Ist jemals eine Ausgabe von Fotointern nicht erschienen oder zu spät erschienen?

Nein, zum Glück nicht. Es gab jene Pannen, Pechs und Pleiten, aber nie ist eine Ausgabe nicht oder verspätet erschienen. Auch Verlegenheits-Doppelausgaben hat es nie gegeben.

Würdest Du Fotointern auch heute wieder gründen?

Ja. Ich bin von der Zielgruppe und vom Konzept von Fotointern noch immer voll überzeugt. Ich kann eigentlich nicht einmal sagen, dass ich heute auf Grund der zeitlichen Wandlung gewisse Dinge anders machen würde. Fotointern hat sich so bewährt wie es ist, und ich bin überzeugt, dass sich das Konzept von Fotointern auch auf andere Branchen übertragen liesse. Wer weiss, vielleicht gibt es eines Tages einmal noch ein anderes ...intern!?