

# Handbuch des Fotojournalismus

Geschichte, Ausdrucksformen, Einsatzgebiete und Praxis

Bearbeitet von  
Lars Bauernschmitt, Michael Ebert

1. Auflage 2015. Buch. XVI, 424 S. Hardcover  
ISBN 978 3 89864 834 9  
Format (B x L): 20 x 25 cm

[Weitere Fachgebiete > Kunst, Architektur, Design > Fotografie > Besondere Themen und Arten der Fotografie](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

## Fünf Fragen an Andreas Trampe

---

»Unsere Fotos sollen die Leser emotional berühren.«

### Wie sieht die Zukunft des Printjournalismus aus?

Printprodukte werden es in Zukunft sicher schwer haben. Gegenüber den Gratis-Online-Angeboten müssen Zeitungen und Zeitschriften beweisen, dass sie ihr Geld wert sind. Printpublikationen müssen den Leser am Kiosk immer wieder überzeugen, einen Preis von 3,90 Euro, 4,50 Euro oder mehr zu bezahlen. Als Qualitätsmedien werden Zeitungen und Zeitschriften aber weiterhin bestehen. So paradox es klingt, Print hat auch einen zeitlichen Vorteil: Wir können länger recherchieren und bessere Fotoproduktionen erstellen als eine Tageszeitung oder das Web.

### Welche Funktion haben Printmagazine wie der *Stern* im Online-Zeitalter?

Schnelle Nachrichten werden in Zukunft online vermittelt. Print jedoch ist ideal, wenn es in die Tiefe gehen soll. Reportagen, Essays, Interviews und Dokumentationen werden typische Inhalte von Printmedien bleiben. Deshalb werden gedruckte Worte und Bilder auch in Zukunft ihre Berechtigung behalten. Für Zeitschriften gilt dasselbe wie für Bücher – es gibt einfach Themen, mit denen kann man sich besser in einem gedruckten Medium auseinandersetzen. Gerade Inhalte, mit denen ich mich länger beschäftigen möchte oder muss, will ich nicht am Bildschirm konsumieren.

### Welche Funktion haben Fotos im *Stern*?

Fotos im *Stern* sollen die Menschen neugierig machen, emotional berühren und Realität dokumentieren. Unsere Fotos sollen die Menschen im Kopf ansprechen und im Bauch treffen. Die Bilder sollen emotional berühren und zum Nachdenken anregen. Wir wollen mit unseren Fotos das ganze Spektrum der Emotionen ansprechen. Unsere Leser sollen Wut, Trauer und Nachdenklichkeit, aber auch Freude, Spaß und Schönheit empfinden, wenn sie durch den *Stern* blättern. Unser eigener Anspruch ist natürlich, die besten Bilder zu zeigen, aber es ist wichtig, dass Bild und Text eine Einheit bilden.

### Wer hat beim *Stern* das letzte Wort, wenn es um die Präsentation einer Geschichte geht – Foto- oder Wortjournalist?

Das hängt von der Geschichte ab. Es gibt Geschichten, die kommen über den Text rein – da entscheiden die schreibenden Kollegen. Wenn aber eine Geschichte über das Bild kommt, dann entscheiden natürlich die Fotomenschen. Grundsätzlich entscheiden über die Bilder aber immer die Bild- und Art-Direktion oder natürlich die Chefredaktion.

**Wie bekommt man einen Auftrag vom Stern?**

Dazu muss man sich zunächst bei uns vorstellen. Sinnvollerweise schickt ein Fotograf uns zunächst eine Mail mit einem kurzen Anschreiben, einem PDF oder einem Link zu seiner Website. Anrufe sind weniger gut, weil immer die Gefahr besteht, dass man gerade keine Zeit hat oder intensiv mit anderen Geschichten beschäftigt ist. Wenn uns ein Fotograf und seine Arbeit grundsätzlich interessieren, dann muss nur noch ein passendes Thema kommen, das wir gerne mit ihm umsetzen würden. Es gibt natürlich auch einige No-Gos: wenn ein Fotograf uns signalisiert, dass er unser Blatt seit Monaten nicht mehr angesehen hat und uns Themen vorschlägt, die wir gerade gemacht haben oder wenn er in einer Bildsprache fotografiert, die absolut nicht zu uns passt. Und: Jeder Fotograf muss natürlich auch immer bedenken, dass er, wenn er für uns unterwegs ist, als Repräsentant des *Stern* agiert. Er sollte also ein entsprechendes Auftreten haben.

**Biografie**

Andreas Trampe, 1962 in Hamburg geboren, absolvierte nach dem Abitur ein Fotovolontariat in einer kleinen Presseagentur. Danach arbeitete er insgesamt sieben Jahre als freier Fotograf, unter anderem für das *Hamburger Abendblatt*, *Bunte* und *Bild am Sonntag*. 1991 wurde er erst stellvertretender Fotochef bei *Bild am Sonntag*, später übernahm er dort die Ressortleitung. 1996 wechselte Andreas Trampe als stellvertretender Fotochef zum *Stern*. Seit dem Jahr 2000 arbeitet er dort als Ressortleiter der Bildredaktion.

*Das Gespräch führte Lars Bauernschmitt.*