

# "Unabhängige Experten wählen die besten Fotoprodukte"

Autor(en): **Varela, Juan**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **13 (2006)**

Heft 8

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979100>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

### editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist  
und Herausgeber von  
Fotointern

Wenn wir in dieser Ausgabe TIPA zu unserem Hauptthema machen, so hat dies seinen Grund: Die diesjährige Jahresversammlung hatte vom 6. bis 9. April in Genf stattgefunden, wo Chefredaktoren und Verleger von 31 europäischen Fotozeitschriften die besten Foto- und Imagingprodukte des Jahres wählten. Die Gewinnerfirmen erhalten nun nicht nur eine schöne Bronze-Trophäe, sondern sie sind auch unter gewissen Bedingungen berechtigt, das TIPA-Logo in ihrer Werbung zu benutzen. Das blaue Rechteck mit den Europasternen ist seit vielen Jahren international bekannt, doch wer die TIPA ist, wie sie entstand und wie sie arbeitet, war bisher kaum irgendwo zu lesen. Deshalb haben wir uns entschlossen, Juan Varela in Madrid, den Präsidenten der TIPA, nach allerlei Wissenswertem zu befragen. Übrigens finden Sie die englische Originalversion des Interviews in voller Länge auf der TIPA-Homepage [www.tipa.com](http://www.tipa.com). Wem hilft diese Auszeichnung? Sie ist für den Konsumenten eine wichtige Entscheidungshilfe, denn es wird immer schwieriger sich im Dschungel der kurzlebigen Digitalprodukte zurecht zu finden.

*Urs Tillmanns*

## tipa «Unabhängige Experten wählen die besten Fotoprodukte»



Jedes Jahr zeichnet die TIPA die besten Foto- und Imagingprodukte des Jahres aus. Wer ist die TIPA und wie werden die Produkte gewählt? Wir haben dazu den TIPA-Präsidenten Juan Varela in Madrid befragt.

### Wer ist TIPA, und wer steckt dahinter?

Die Technical Image Press Association (TIPA) ist der grösste und einflussreichste europäische Verband von Foto- und Imaging-Zeitschriften. Zurzeit besteht der

Verband aus 31 unabhängigen Titeln aus zwölf europäischen Ländern. Hinter der TIPA stehen nur diese Mitgliederzeitschriften, ihre Verleger und natürlich die Leserschaft, das grösste Kapital jeder Zeitschrift und natürlich der TIPA.

### Wann wurde die TIPA gegründet, und sind ihre Grundsätze heute noch die gleichen wie damals?

Die TIPA wurde 1991 in Paris mit etwa 14 Titeln gegründet. Seither hat sich unsere Mitgliederzahl mehr als verdoppelt. Das Hauptziel unseres Verbandes war schon immer das Forum für unsere Mitglieder und der Foto- bzw. Imaging-Industrie. Ein anderes, wichtiges Ziel unseres Verbandes ist unsere Beurteilung von Innovationen, deren Genialität und Qualität der Foto- und Imaging-Produkte. Daraus resultieren die begehrten jährlichen TIPA-Awards, die wir immer anlässlich unserer Jahresversammlung bestimmen. Dieses Jahr fand diese übrigens in Genf statt.

### Wie erfolgreich ist die TIPA?

Die TIPA war als Gruppe schon immer sehr erfolgreich. 1991 haben wir die TIPA als unabhängige Organisation unabhängiger Zeitschriften gegründet, und die Industrie hat diese Position von

Fortsetzung auf Seite 3

### inhalt

## TIPA Awards 2006: Alle 34 Preisträger

Seite 6

### eos 30d/ d200

Canon und Nikon im Vergleich bei den DSLRs im mittleren Preissegment.

### capture nx

Die Software zu den Nikon-Kameras bietet mehr als nur RAW-Daten-Konvertierung.

### orbit

Die Schweizer Elektronikfachmesse hat sich zu einem Multimedia-Marktplatz gemauert.

Seite 10

Seite 12

Seite 21



# Vorsicht: 10-fach-Zoom.



Mit der ersten Kompaktkamera mit optischem 10-fach-Zoom können Sie Ihre Sujets so nahe heranholen, dass aus einer Fliege ein Monster wird. Dank optischem Bildstabilisator, 5-Megapixel-Auflösung und der LEICA DC VARIO Linse werden die Bilder ausserdem stets gestochen scharf. Dass Sie dabei mit dem Reaktionstempo eines Insekts mithalten können, ermöglicht der Venus Engine III Prozessor. Und auf dem grossen, hochauflösenden 2,5-Zoll-Display kann Ihr Auge jede Facette der Fotos genau einschätzen. Falls Ihnen zur neuen Lumix TZ1 noch mehr Fragen im Kopf herumschwirren, gehen Sie online: [www.panasonic.ch](http://www.panasonic.ch)



Fortsetzung von Seite 1

Anfang an ebenso verstanden, wie unsere Wahl eines Produktes zum «besten Produkt des Jahres». Wenn wir über die einzelnen Zeitschriften sprechen, sieht die Situation allerdings anders aus. Leider klagen viele, insbesondere Zeitschriften für den Fotohandel, über rückläufige Werbeschaltungen der Fotofirmen, was ich für einen grossen Fehler halte. Sicher gibt es neue Zielgruppen und neue Medien, firmeneigene und auch Medien im Internet, aber eine unabhängige für uns durchgeführte Untersuchung belegt eindeutig, dass Printmedien von Konsumenten und Profis deutlich intensiver und regelmässiger gelesen werden als andere Informationsquellen. Die Industriefirmen können aus eigenem Interesse die Printmedien nicht sterben lassen. Sie ziehen nicht in Betracht dass ohne die Fotopresse die Industrie enorme Summen ausgeben müsste um Tausende von Seiten redaktioneller Aussagen von den kompetentesten Journalisten in ganz Europa zu erhalten. Ich glaube, dies ist ein grosses Verdienst der TIPA, aber die Industrie scheint dies nicht zur Kenntnis nehmen zu wollen. Wir brauchen die Anzeigen, aber als lohnende Investition der Industrie. Wir wollen Imaging-Firmen als unsere Partner, die mit uns in direktem, persönlichem Kontakt sind und mit uns professionell von Angesicht zu Angesicht sprechen. Wir arbeiten und gedeihen in der gleichen Geschäftswelt. Wir sind und handeln als Partner der Hersteller und Distributoren und wir sind nicht nur ihre Dienstleister. Und ich stelle erfreut fest, dass wir diesbezüglich auf einem guten Weg sind.

**Womit vergleicht sich der TIPA-Award, mit dem kommerziellen «Auto des Jahres» oder mit dem ehrenhaften «Oscar»?**

Während mehrerer Jahre haben wir in unserer Werbung ausgesagt, dass die TIPA-Awards die «Oscars» der Foto- und Imaging-Industrie sind, weil wir wissen, dass die Gewinnerfirmen mit den

Auszeichnungen stolz und geehrt sind. Ich glaube sie sind stolz und geehrt, weil sie wissen, dass die TIPA-Awards seit jeher absolut unabhängig sind. Andererseits handelt es sich um eine «kommerzielle» Auszeichnung, weil das entsprechende Produkt in grösseren Mengen als erwartet



«Die Industriefirmen sind auf die TIPA-Awards stolz, weil sie wissen, dass unabhängige Experten ihre Produkte ausgewählt haben.»

Juan Varela, Präsident der TIPA

verkauft wird. Und wenn die Firmen die ausgezeichneten Produkte stärker bewerben, verkauft sie logischerweise auch mehr. **Welches sind die Vorzüge eines TIPA-Awards und wer profitiert davon? Die Industrie, der Händler oder der Konsument?**

Wie wir gesehen haben, haben die Firmen den grössten primären Nutzen, weil ihr Produkt von einunddreissig unabhängigen Zeitschriften aus ganz Europa ausgezeichnet wurde. Der Verkäufer profitiert ebenfalls davon, weil er mehr verkauft und damit einen grösseren Profit hat. Und letztlich profitiert der Konsument und die Profis von den Ratschlägen und den Meinungen erfahrener Experten der technischen Imaging-Presse, die nicht nur die Konkurrenzprodukte kennen, sondern die wissen, was die Konsumenten brauchen und wollen, und das aus der Vergangenheit, der Gegenwart und aus der künftigen Forschung und Technologien. **Wie werden die Produkte ausgewählt?**

Neue Produkte, die in den zwölf Monaten vor dem 31. März der europäischen Presse vorgestellt und bis zum Sommer des gleichen Jahres im Markt erhältlich sind, kommen für die TIPA-Auszeichnung in Frage. Deshalb verfolgen wir diese Neuheiten sehr genau. Wir haben in unserer Gesellschaft Fachexperten aller Produktbereiche, die während des ganzen Jahres neue Produkte testen und in der Praxis erproben.

Diese technische Kommission erstellt eine Liste mit Vorschlägen, die dann in unserer Jahresversammlung diskutiert werden. Dann wird über jedes Produkt in jeder Kategorie abgestimmt, bis eines nominiert ist.

**Warum ändern einige Kategorien von Jahr zu Jahr?**

Die digitale Technologie hat sehr viel im Markt verändert, neue Produkte kommen hinzu, andere zeigen plötzlich durch ihre Eigenschaften neue Praxisnutzen. Das führt logischerweise zu anderen und neuen Kategorien, weil sonst der TIPA-Award weder für die Industrie noch für den Konsumenten weiterhin von Nutzen ist. **Die Lebenszyklen der Fotoprodukte werden immer kürzer. Glauben Sie, dass die Bezeichnung «bestes Produkt des Jahres» künftig noch zutreffend ist?**

Das ist eine Frage, die auch wir uns immer wieder aufs Neue stellen. Es stimmt, dass viele aktuelle Amateurprodukte eine sehr kurze



«TIPA investiert viel in die Bekanntheit ihres Namens. Das kommt letztlich auch wieder den Produkten und den Industriefirmen zugute»

Juan Varela, Präsident der TIPA

Marktpräsenz haben, doch trifft dies für Produkte für Enthusiasten und Profis weniger zu. Wir verfolgen diese Tendenz der kurzen Produkteablösung weiterhin, doch im Moment halten wir am Konzept «bestes Produkt des Jahres» fest.

**TIPA verlangt von den Gewinnerfirmen einen sehr hohen Betrag für die Verwendung des Logos. Ist TIPA wirklich eine gemeinnützige Gesellschaft?**

Nur die Firmen, die das Logo in ihrer Werbung benutzen wollen, müssen einen Betrag für das Nutzungsrecht des Logos bezahlen. Sie können dieses das ganze Jahr weltweit nutzen, und ich glaube, dies stellt einen sehr guten Gegenwert dar. Sie dürfen auch nicht übersehen, dass TIPA sehr viel für die Bekanntheit ihres Namens und der mit den Awards versehenen Produkte ausgibt, und dieses Geld kommt wiederum den Firmen zugute. Mit dem restlichen Geld finanzieren wir unsere Jahresversammlung, unsere Informationsreisen, um die Firmen, ihre Forschungszentren und Werke in Europa aber auch in Japan und China zu besuchen. Und dann bleibt noch die TIPA Award-Feier zu erwähnen, zu welcher alle Industrievertreter der Gewinnerfirmen eingeladen werden, um die kostbare Trophäe aus Bronze in Empfang zu nehmen. Die Award-Feier findet dieses Jahr am Eröffnungstag der Photokina in Köln statt, und wir sind stolz darauf, dass die Köln-Messe einmal mehr Sponsor dieses von der Industrie sehr geschätzten Anlasses ist.

**Welches ist Ihre beste Erfahrung seit sie Präsident der TIPA sind?**

Keine leichte Frage. Aus meiner persönlichen Sicht sind die vielen Treffen mit interessanten Men-

schen aus verschiedenen Ländern – besonders mit vielen Foto- und Imaging-Journalisten aber auch mit Leuten aus der Industrie – die beste Erfahrung. Viele von ihnen sind heute gute Freunde geworden. Aus beruflicher Sicht war es für mich hoch interessant die sogenannte digitale Revolution als Vorstandsvorsitzender der TIPA zu erleben und aktiv die Anpassung der Branche an eine komplett neue digitale Welt zu erleben.