

Die Bildaussage: Der Geschichte eine Bedeutung geben

Ich liebe die spontanen, unerwarteten Momente, von denen beide überrascht werden – Model wie Fotograf. Oft entstehen so die Bilder, die mir persönlich viel bedeuten, weil sie etwas Unwiederbringliches und Echtes zeigen.





Was ist der Unterschied zwischen einem schönen und einem guten Bild?

Viele Fotografen – mich eingeschlossen – gehen zunächst davon aus, dass es vor allem darum geht, schöne Fotos zu machen. Dagegen ist auch gar nichts einzuwenden, denn oft wollen wir ja tolle Momente festhalten, weil wir uns später einmal mit Freude daran erinnern oder weil wir unsere Freunde am Erlebten teilhaben lassen möchten. Aber was sagt mein Foto vom Sonnenuntergang aus, außer dass ich zu dieser Zeit an diesem Ort war? Und reicht es nicht, dass es einen tollen Sonnenuntergang über dem Atlantik zeigt?

Ich stelle mir immer wieder die Frage, was ein Foto, das ich selbst gut finde, jemandem sagen könnte, der nicht dabei war. Um es ironisch zu sagen: Wie sehr muss mich der Betrachter mögen, um das Foto gut zu finden?



Petra genießt es, in einer offenen Gesellschaft zu leben, in der sich jeder ausdrücken kann, wie er möchte.

Und genau darum geht es: Gut ist ein Foto für mich, wenn es beim Betrachter etwas von dem auslöst, was ich selbst in diesem Moment erlebt, gesehen, verstanden und gefühlt habe. Auch dann, wenn er mich nicht kennt oder mag.

Einverstanden, mag man denken, aber gilt das für jedes Motiv und jeden Fotografen? Das darf natürlich jeder für sich selbst entscheiden. Noch einmal zur Erinnerung: Es geht hier nicht darum, was richtig und falsch ist. Vielmehr geht es mir darum, Fragen zu stellen, die mich weiterbringen. Einstein soll einmal seinen Studenten dieselbe Klassenarbeit gegeben haben wie ein halbes Jahr zuvor. Als ein Student fragte, warum es noch einmal dieselben Fragen sind, soll er gesagt haben: »Weil die Antworten sich geändert haben.« Es lohnt sich immer, gewohnte Denkweisen neu zu hinterfragen und Bekanntes neu zu betrachten. Den Fotografien, die mich am meisten berühren, gelingt genau das: Sie eröffnen mir eine neue Sichtweise.



Mit Tuba ging es um die Herausforderung, im Spannungsfeld zweier Kulturen seine eigene Identität zu finden.

Ein Porträt kann zum Gedankenexperiment werden: Wenn ich neben der visuellen Erscheinung keine Information über die Person habe, welche Assoziationen habe ich dann in Bezug auf ihre Ethnie, ihre Herkunft, ihren sozialen Status, ihre Bildung, ihre Weltanschauung und ihre Werte?

Nehmen wir zum Beispiel das ästhetische Foto einer schönen Blume, an deren Blüten sich das Morgenlicht bricht. Es kann verdammt langweilig sein, weil schon oft gesehen. Es kann aber auch sehr interessant sein, weil die Blume normalerweise in diesen Breitengraden nicht vorkommt, oder weil es uns auf eine eindruckliche Art und Weise daran erinnert, dass die Natur eine Quelle der Inspiration für Farben und Formen ist, dass es sich lohnt, sie zu bewahren, dass jeder Tag der Anfang von etwas Neuem sein kann, dass die Biene, die sich an der Blüte labt, ein Sinnbild dafür ist, wie sehr wir aufeinander angewiesen sind, und dass dieses Gleichgewicht etwas sehr Wertvolles ist. Es kommt also ganz darauf an, was wir mit diesem Bild sichtbar machen wollen und wie gut es uns gelingt, das zu vermitteln. Genau darum geht es in diesem Kapitel.

Betrachten wir ein Porträt, beginnt in unserem Kopf ein Rätselraten zum Charakter der Person. Strahlt sie Selbstsicherheit aus oder Arroganz? Noch unmittelbarer ist

wahrscheinlich unsere emotionale Reaktion. Löst ein Porträt in uns Bewunderung, Neugier oder Ablehnung aus? Eines ist sicher: Ob wir wollen oder nicht, wir vergleichen unbewusst die Person mit unserem eigenen Lebensentwurf und unseren Erfahrungen, weil wir das Foto verstehen und uns einen Reim darauf machen wollen.

Bildaussage: Was ist die »Message«?

Die Frage, was ich mit meiner Arbeit zeigen möchte, ist für mich die zentrale Frage in der Fotografie. Ich glaube sogar, dass sie noch wichtiger ist als die Frage, wie ich ein Bild technisch gut umsetze, also aussehen lasse.

Warum ich davon überzeugt bin, möchte ich an einem einfachen Beispiel zeigen: Für meine Kunden fotografiere ich immer wieder Business- und Mitarbeiterporträts. Wir könnten sagen: Wenn alles gut ausgeleuchtet ist, die Leute schick angezogen sind und nett schauen, ist das Ziel erreicht. Und ja, das stimmt irgendwie. Aber es lohnt sich trotzdem, sich mit der Botschaft zu beschäftigen: Was möchte ich mit den Fotos bezwecken, was soll der Betrachter damit anfangen? Diese Aspekte und Erwartungen mögen teils unbewusst und unausgesprochen sein, aber sie entscheiden letztlich über Erfolg oder Scheitern und über die Zufriedenheit des Kunden.

Der Grund ist folgender: Mitarbeiter- und Businessporträts sollen **Kompetenz** und **Sympathie** transportieren, damit potenzielle Geschäftspartner Vertrauen in das Unternehmen setzen. Ohne diesen Vertrauensvorschuss kommt keine Zusammenarbeit zustande. Denn als Interessent fehlen mir meist noch belastbare Entscheidungskriterien, und ich habe bei der Entscheidung noch keine Erfahrung, wie es ist, mit dem Unternehmen zusammenzuarbeiten. Ob sich meine Erwartungen erfüllen werden, stellt sich erst später heraus. Werden jedoch nach meinem Eindruck Sympathie und Kompetenz schon zu Beginn in Frage gestellt, erübrigt sich eine Zusammenarbeit. Transportieren die Fotos genau das, bin ich als Interessent froh, einen verlässlichen Ansprechpartner gefunden zu haben.

Manche Mitarbeiter vermeiden es, zu lächeln, mit dem Argument, sie würden lieber »natürlich« schauen. Das Problem ist: Wer schon mal eine Team-Seite angeschaut



Ein Businessporträt rückt die Persönlichkeit des Protagonisten in ein vorteilhaftes Licht. Darüber hinaus transportiert es aber auch weiche Faktoren wie Expertise, Kompetenz, Verlässlichkeit und Charisma. Diese Werte können von Branche zu Branche natürlich stark variieren. Peter hat es sich zur Aufgabe gemacht, die bestmögliche Führungskraft für seinen Auftraggeber zu finden. Würdest du ihm diesen Job anvertrauen?

Ralph entwickelt mit seiner Firma Zubehör für die Musikwiedergabe von höchster Klangqualität. Wir fanden es deshalb passend, jeglicher Art visueller Störgeräusche wegzulassen, und entschieden uns für einen edlen und kontrastreichen Look.



hat, auf der die Hälfte der Ansprechpartner nicht einladend lächelt, wird schnell das Gefühl haben, in dem Betrieb herrsche eine schlechte Arbeitsatmosphäre. Lächeln ist adäquat, weil es dem Betrachter signalisiert, dass man wohlgesonnen ist – es gibt mir das Gefühl, dass mein Gegenüber gerne kooperiert und immer an einer Lösung interessiert ist. Wenn ich als potenzieller Geschäftspartner daran zweifle, suche ich mir doch lieber einen anderen Dienstleister.

Wir sind in der Kommunikation immer darauf angewiesen, unser Gegenüber irgendwie einschätzen zu können, sonst fühlen wir uns unsicher – und die Kommunikation ist gestört.

Man könnte einwenden, dass durch die Vorgabe zu lächeln die Authentizität verlorengelht, aber ich mache hier keine Werbung dafür, auf Teufel komm raus nett zu schauen. Vielmehr geht es doch darum, im Foto zum Ausdruck zu bringen, was den Mitarbeiter motiviert und womit er sich identifiziert.

Vermittelt ein Porträt nicht eine klare und leicht verständliche Stimmung, macht uns das unsicher. Es muss nicht ein Lachen sein; denkbar ist auch, dass jemand entschlossen, selbstsicher oder wie ein Visionär gespannt zum Horizont schaut – schließlich sind wir im Business-Kontext. Jedenfalls sollte das Porträt eine klare Botschaft über die Denkweise und den Charakter des Protagonisten transportieren. Und dafür steht uns nur der visuelle Zugang zur Verfügung, weil uns andere wichtige Kanäle wie Stimme, Körpersprache und Interaktion auf einem Foto fehlen.

Anders mag die Aufgabe sein, wenn wir ein Autorenporträt machen. Interessiere ich mich für einen Autor und stoße auf ein Porträt, erwarte ich nicht, dass er oder sie darauf besonders seriös wirkt. Eher möchte ich sehen, dass die Person etwas Besonderes erlebt hat, etwas, das mich inspiriert, etwas, das sie besonders und vielleicht geheimnisvoll macht. Da wäre es mir eindeutig zu wenig, wenn das Porträt mir vermittelte: »Ich bin seriös, weil ich einen Master in Wirtschaft habe.« Viel wichtiger ist: Wie denkt und lebt dieser Mensch, welchen Horizont hat er?

Ein gutes Bild ist in diesem Fall eines, das mir eine Ahnung vermittelt, welche Höhen und Tiefen die Person durchlitten hat. Wie wir zu solchen Fotos kommen, darum geht es im folgenden Kapitel.