

MAGAZIN FÜR FOTOGRAFIE UND BILDBEARBEITUNG

FOTOHITS

FOTOHITS

Nr. 9/2011

Deutschland: 2,50 Euro
Österreich: 2,80 Euro
Belgien: 3,00 Euro
Schweiz: 4,90 Sfr
Italien: 3,40 Euro
Spanien: 3,40 Euro
70235



nur 2,50 €

+ 32 EXTRASEITEN

MALLORCA-FOTOSCHULE 2011



MIT 10€-GUTSCHEIN
VON POSTERXXL!



„BLICKFANG“
Die Kamera
der Zukunft

IM TEST

Schwarzweißdrucke
im Großformat, Teil 1



SIGMA SD1
Reif für die
Profi-Liga?

SONY SLT-A35
Schnell beim
Fokussieren



**Panasonic
Lumix GF3**



**Samsung
WB210**

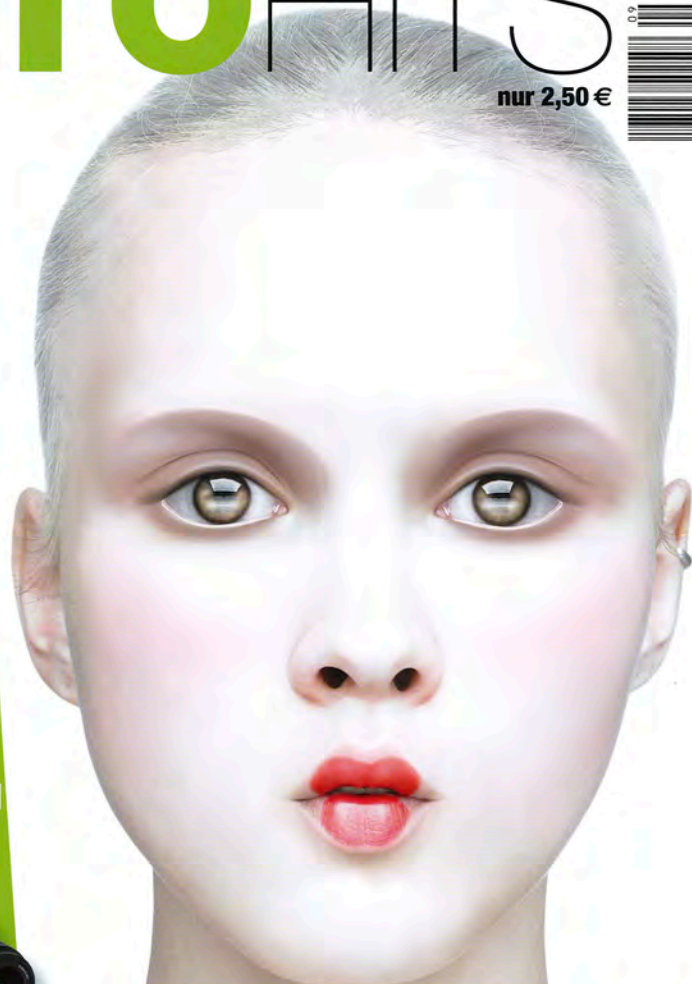


**Sony
NEX-C3**

GANZ NAH DRAN:
**Sigma APO Makro
150mm F2.8 EX DG
OS HSM**



LANG ERWARTET:
**Tokina AT-X 16-28
F2.8 PRO FX**



„Schärfe“

WORKSHOP – FOTOTIPPS –
SOFTWARE – WETTBEWERB



**BLITZ-
AUSLÖSER**
VON PEARL
GRATIS!
FÜR ALLE LESER!
zzgl. Versandkosten
ab 4,90 €

KOMPROMISSLOS
CHRISTOPHE GILBERT

**CHRISTOPHE
GILBERT**
KOMPROMISSLOS





Zwar gab die Schuhfirma Exit das Bild in Auftrag, doch erzählt es eine komplett eigene Geschichte. Copyright für alle Bilder: atelierjungwirth.com, Christophe Gilbert

Der belgische Fotograf Christophe Gilbert macht aus Träumen perfekte Bilder. Das Ergebnis ist bis 17. September 2011 im Atelier Jungwirth in Graz zu sehen.

Der Surrealist Luis Buñuel zeigte das Bild eines Auges, das von einem Rasiermesser durchtrennt wird, „weil es in einem Traum vorkam und weil ich wusste, dass es die Leute abstoßen würde“. Solchen Provokationen stimmt auch Christophe Gilbert durchaus zu. Schließlich bezeichnet auch er seine Werke als surrealistisch, reiht sich also selbst in diese Tradition ein. Das macht jedoch nicht das Besondere seines Werks aus. Jeder beliebige Künstler, der seltsame Bilder herstellt, beansprucht das surrealistische Etikett. Tatsächlich mögen ihre Vorgehensweisen ähnlich sein, ihre Ziele sind es aber nicht. Die Vorbilder ab den 1920er Jahren wollten nichts weniger als die Kraft des Unterbewusstseins entfesseln, um kapitalistische Logik und Spießmoral zu zertrümmern. Nüchtern betrachtet kreierte Gilbert die Katzenfrau als Werbekampagne für Beka, eine Matratzenfirma. Sie sollte einen Mutterinstinkt darstellen, der Babys behütet. Trotzdem trifft er wie die Surrealisten einen wunden Punkt. Darf man Mütterlichkeit als animalisch reduzieren und dazu noch als Werbeeffekt? Gilbert tut es, da es zu seinem Selbstverständnis als Fotograf gehört.

Nachdem er jahrelang den Vorgaben von Agenturen gefolgt war, traf er eine Entscheidung: Nur er wollte bestimmen, wie die Dinge gesehen werden. Die Bildgestaltung sollte also alleine seinen Träumen und seinem Willen folgen. Die technische Seite beherrscht Gilbert dank seiner Lehrzeit bei der Automobilwerbung. Um die glänzenden Metalloberflächen zu fotografieren, wurde er ein Meister der Lichtregie. „Nicht die schlechteste Schule“, wie er sagt. Für wichtiger aber hält er kraftvolle Ideen – eine wesentliche Lektion für jeden Fotografen.

Gilbert stellte fest, dass seine Kunst wenig mit Techniken zu schaffen habe. Die erscheine ihm eher simpel. Alles was er benötige, sei ein Auge, das möglichst an ein Gehirn gekoppelt sei. Am Anfang steht ein Geistesblitz, den er in eine Skizze überträgt. Dann folgt das Wichtigste, nämlich jedes Detail minutiös zu gestalten, ohne irgendeinen Kompromiss einzugehen. Diese Schritte – so schlicht sie klingen – ergeben eine Aufnahme, die sogar über die Vorstellungskraft ihres Erzeugers hinaus geht. Das allein ist den Besuch der Ausstellung wert: Zu begreifen, wie eine pure Idee, konsequent umgesetzt, zum Hinschauen zwingt.

www.atelierjungwirth.com



Das Foto entstand für Van Marcke, einen belgischen Vertreter von Küchen und Bädern.



„Die Spinnenfrau“ nennt Gilbert diese Aufnahme. Er kreierte sie für die Kaufhauskette „Galeria Inno“.



Der Götterbote Hermes erscheint bei Gilbert als Frau im Bambuswald.



Die Luxusbetten der LS Bedding Group verband Gilbert mit einem traumhaften Bild.



Die Katzenfrau zeigt für die Matratzenfirma Beka ihre mütterlichen Instinkte.



Das Foto ist sehr persönlich, da es Gilberts Sohn zeigt. Doch verwendete es der Künstler auch für eine CD-Hülle.



Auch diese Aufnahme für Exit bewegt sich jenseits der gewohnten Werbebotschaften.