

Fotografieren für hungrige Medien

von Peter Sylent

Mittlerweile kann der Hamburger Bildjournalist Peter Sylent auf mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung in der Pressefotografie zurückblicken. Also ist er genau der Mann, zu schildern, wie sich das Metier im Laufe der Jahre entwickelt und gewandelt hat, denn 30 Jahre Erfahrung im Bildjournalismus heißt auch, sich ständig neu mit dem Bildmarkt und der kontinuierlichen Veränderung auseinanderzusetzen.

Wenn man die heutige Zeit mit den Anfängen meiner Laufbahn als Pressefotograf vergleicht, gibt es zu früher nur wenig Gemeinsamkeiten! Bevor ich am 1. Januar 1978 meinen ersten offiziellen Fototermin zum Neujahrsempfang des damaligen Hamburger Bürgermeisters Hans-Ulrich Klose im Hamburger Rathaus für eine große Tageszeitung wahrnahm, lagen bereits viele Monate Pressefotografie hinter mir. Da sich der Fotochef der Lokalausgabe der Bild-Zeitung für mich interessierte, nahm ich das Angebot des Fest-Freien-Fotografen an und zog mir so ziemlich alles im Bereich der Pressefotografie rein: Verkehrsunfälle, Häuserbrände, Familientragödien, Mord und Todschatz waren genau so auf der Tagesordnung wie Reportagen über Ausflugsziele, Restauranttests, Schneekatastrophen, Zug- und Schiffsunglücke und den Tante-Emma-Laden, der seine Türen zusperrern musste. Später zählte ich zu den Fotografen, die europaweit für die Bild-Zeitung arbeiteten, saß am Fototisch der Bundesbildredaktion, hatte als einer der ersten Bildjournalisten B-Netz-Autotelefon, Eurosignal

und Cityruf angeschafft, entwickelte unterwegs im In- und Ausland meine Filme in Hotelbadezimmer selbst und übertrug diese mit einem Bildfunksender direkt in die Redaktion. Zur heutigen Zeit kaum mehr vorstellbar, mit solchem Mega-Kilo-Gepäck zu reisen, wenn man mittlerweile doch bequem nur ein Laptop und eine Digitalkamera hat. Genossen habe ich die Spontaneinsätze: "Hast Du dein Zeug dabei, Reisepass, Geld, Kreditkarte und Filme? Dann los, auf zum Flughafen, ab nach Paris: Der legendäre Yul Brunner soll irgendwann noch am selben Tag nach Deutschland einfliegen um sich in einer Spezialklinik in Hannover behandeln zu lassen. Wir brauchen die Fotos", so klang die Auftragserteilung des Fotochefs. Du fliegst nach Paris, passt auf, das Du auf jeder erdenklichen Maschine von Paris nach Hannover FirstClass einen Rückflug reserviert und gebucht hast – die Kreditkarte bis ans Limit ausgereizt –, denn er muss da ja irgendwann mitfliegen. Dann stundenlanges Warten. Plötzlich kommt dir ein gebrochener Mann entgegen. In einem Fußgängertunnel des Charles de Gaulles Airports

stehst du plötzlich vor dem von Krankheit gezeichneten Weltstar. Du machst deine Fotos – und sitzt danach zufällig im Flugzeug auch noch neben ihm. In Hannover stehen hunderte von Fotografen und Fernsehreporter am Gate, die aber nicht ein Bild bekommen können. Und du bist der einzige, der weltexklusiv mit ihm gesprochen und ihn fotografiert hat. Deine Story steht am nächsten Tag Seite 1. Ein unbeschreibliches Gefühl! Heute kaum noch denkbar, ein derartiges Kostenrisiko einzugehen – möglicherweise mit dem Ergebnis, kein Foto zu bekommen oder schon bei Ankunft in der Redaktion mit einer "Einstweiligen Verfügung" auf "Unterlassung" belegt zu sein.

Es soll jetzt nicht nach Veteranen-Erinnerungen klingen, aber es war schon eine geile Zeit. Ob zur Europa-Miswahl auf Malta, wo der dortige Zoll bei der Einreise mit einem Bildfunksender, so groß wie eine alte elektrische Schreibmaschine, aus Gründen der natio-



nalen Sicherheit (Angst der Spionage) alle Geräte zur Einfuhr ins Land in den Reisepass eintrug. Und dann das Gefühl, während Du dich auf dem Rückflug befindest, laufen bereits die Druckmaschinen in Hamburg auf Hochtouren und deine Fotos sind schon am nächsten Tag europaweit von mehr als 4 Millionen Lesern zu sehen.

Die Aufträge waren himmlisch! Etwa der Trip nach London für Glamour Girl Page 3 Titelproduktionen. Samantha Fox, Maria Whittaker und Fiona Wright standen vor meiner Mittelformatkamera, bin für die Bravo exklusiv mit Samantha Fox mit einem eigens dafür organisierten Hubschrauber der britischen

Streitkräfte aufs Spielfeld ins Volksparkstadion zum Fußballspiel HSV – Liverpool eingeflogen. Anfang der 90er habe ich mit dem Zählen meiner Dias, die zu diesem Zeitpunkt die 4,5 Millionengrenze längst überschritten hatten, aufgehört. Endlose Leitz-Ordner füllten sich mit Schwarz-Weiß-Negativen und Kontaktbögen. Dann packte mich der Ehrgeiz, so dass ich in den 80ern mit meiner eigenen Bildagentur Sylent Press begann. Da kamen dann die großen Tages- und Wochenzeitschriften hinzu.

Aus einem Bildsender wurden zwei, ein festes Büro musste her: Mitarbeiter wurden eingestellt, das Fotoarchiv auf – und ausgebaut. Die Agenturräume wurden größer, ein Fotostudio und ein Fotolabor kamen hinzu, eine digitale Datenbank für das Internet wurde programmiert. Fotografen und Partneragenturen weltweit schlossen sich an. Für das alles – obwohl man sich eigentlich auf das Fotografieren konzentrierte – mus-

ste man immer wieder enorme Investitionen tätigen um nie den Anschluss der Bedürfnisse der Medien zu verpassen.

Die Ära der Paparazzi-Fotografie war ein Erlebnis! Die Produktion von Titelstories und Doppelseiten für die Yellowpress, Marlene Dietrich, Michael Douglas, Danny DeVito, Boris Becker, Audrey Hepburn und viele andere europa- und weltweit vermarktet.

Der Tod von Lady Diana zeigte dann die Brutalität der Paparazzi-Fotografie, zumindest in der Art wie sie die englischen und französischen Kollegen oftmals betrieben. Dagegen setzte ich die Arbeitsweise

eines Undercover-Agenten. Undercover hört sich zwar James-Bond-mäßig an, soll aber nur zum Ausdruck bringen, dass ich von den VIPs zumeist gar nicht wahrgenommen wurde. Sie sollten erst am Zeitungskiosk erfahren, dass sie mit der falschen Freundin, der heimlichen Geliebten in die Titelgeschichten kommen.

Der Kampf um ein gutes, exklusives Foto wurde allerdings zunehmend härter, man musste Kampfsporttraining absolvieren um sich beispielsweise gegen einen gewalttätigen action press-Fotografen zu behaupten, der meinen Agenturfotografen die Breitreifen während Steffi Graf-Verfolgungsfahrten platt stach.

Lieber zog ich zu neuen Ufern, besann mich auf die Luftbildfotografie. Anfang der 80er Jahre konnte man sie nur mit Sondergenehmigung der Behörden praktizieren, nach dem Mauerfall war dies freigegeben. Und ich flog in Deutschland, Europa und Amerika immer wieder Promi-Häuser an, was zwar eine enorme Vorrecherche erforderte, für die es sich aber lohnte, in den Yellow Press-Magazinen ganze Doppelseiten und mehr zu fahren. Ich hing in klapprigen Cessnas über Mallorca, fotografierte erstmals die Feriendomizile der VIPs aus der Luft, um die schönsten Fotos der Anwesen, Paläste und Schlösser der Weltstars wie George Harrison, Paul McCartney und Andrew Lloyd Webber zu erstellen. Luftbilddaufnahmen wurden damals sehr gut honoriert, heute spielen sie nicht einmal mehr den Zeitaufwand und Flugkosten ein.

Wenn früher die Printmedien über Herz und Schmerz der Persönlichkeiten der Zeitgeschichte berichteten, riskiert heute kaum noch einer, über die wahren Begebenheiten vor Ort zu berichten. Nur wenige lassen sich nicht von Anwälten und Gerichtsprozessen beeindrucken und bleiben bei der objektiven Berichterstattung. Selbst in einer Zeit, in der VIPs schon Fotos durch Gerichte verbieten lassen wollen, die noch gar nicht belichtet wurden!

Zwar haben damals die Promis selbst echt hart am Rad gedreht, ihre Hochzeiten, Geburten und Taufen meistbietend an die Journalisten vermarktet - und sich dann plötzlich gewundert, dass sie selbst dadurch den Raum für Paparazzi-Einsätze geschaffen hatten.

Die Yellow-Press wollte sich die geschönten Fotos glamouröser Hochzeiten nicht länger aufdrängen lassen und bediente sich lieber der Paparazzi-Fotografie, die wieder mehr Ehrlichkeit darstellen sollte. Da stiegen dann auch die Tageshonorare für Paparazzi von 150,- bis 350,- D-Mark innerhalb kürzester Zeit auf 4-stellige Beträge.

So hatte sich in den 90ern der Preis für ein Exklusiv-Foto des neugeborenen Thronfolgers, des neuen Lovers und der ersten Bilder der Promi-Hochzeit extrem hochgeschaukelt und 5-6 stellige Summen waren an der Tagesordnung. Aber immerhin war es ungeschönter Fotojournalismus in allen erdenklichen Facetten.

Trotzdem, wenn man die heutige digitale Zeit mit den Anfängen meines Jobeinstiegs in die analoge Fotografie vergleicht, dann konnte man allein durch den Umstand, sich mehr mit der Technik der manuellen Kameras und des selbstentwickeln von Filmen auseinander zu setzen, auch wesentlich mehr Geld verdienen! Im Gegensatz zu früher rennt heute jeder – und ich meine jeder – mit einer Handyknipse herum oder lässt die digitale Pofikamera für sich arbeiten. Da ist Filmempfindlichkeit, Belichtungszeit und die Vorgehensweise im richtigen Nachbelichten von Fotopapier aus der analogen Zeit nicht mehr anwendbar. Allerdings wird dieser Job damit auch als Tür zum schnellen Geld gesehen und wesentlich anspruchsloser ausgeübt. Wenn ich heute die Fotografen, die sich regelmäßig in meiner Agentur bewerben nach ihren Arbeiten in Reportagefotografie und ähnlichen Gebieten befrage, ist zumeist Schulterzucken angesagt. Die ersten Gegen-

fragen die dann gestellt werden, sind: Welche Jobs hast du für mich, kannst du mir einen Vorschuss zum Betanken meines Pkws geben und wann rechnen wir ab?

Ganz zu Schweigen von den vielen rechtlichen Aspekten, die diese "Fotografen" überhaupt nicht berücksichtigen. Denn heute sollte man unbedingt das aktuelle "Presserecht" und die ständig neu entwickelten Gerichtsurteile im Gepäck haben, bevor man auf den Auslöser drückt. Denn meine Erfahrung hat in den 30 Jahren gezeigt: Als schwächstes Glied in dieser Kette werden die Promis mit ihrer Kohle immer den kleinen Bildreporter platt machen wollen, bevor diese sich mit den Printredaktionen, sprich mächtigen Verlagen, anlegen. Denn dann riskieren sie natürlich, dass kaum noch einer über sie schreibt.

Das war einer der Gründe, warum ich in den letzten Jahren den Schwerpunkt auf Symbolsituationen aus dem täglichen Leben – nachgestellt mit Fotomodellen – gesetzt habe, zumal ein großer Bedarf der Printmedien an Motiven besteht, die zu geschriebenen Texten unbenommen passen. Oftmals lassen sich Stories nicht mit authentischen Personen bebildern und werden daher mit Models nachgestellt. Hierbei ist ein hohes Maß an journalistischer Ausdrucksweise für Sach- und Service themen in der Bildsprache gefragt.

Dazu gehören natürlich weitere Investitionen, die mittlerweile auch in den Produktionen durch ausgewählte Locations, unzählige Models und deren Honorare einen enormen Stellenwert einnehmen. Auch wenn die heutigen Abdruckhonorare diesen Aufwand kaum mehr berücksichtigen.

Die Qualität aussagekräftiger Fotos mit Profi-Equipment, ergänzt durch fundierte Kenntnisse im Presserecht, werden hoffentlich dauerhaft die Handyknipser in ihre Schranken weisen.

Suchen Sie bei uns bloß keine Frau!



Denn Sie finden zu viele!

www.fotomarktplatz.de durchsucht den Bildbestand von vielen Bildagenturen! Wenn Sie eine "Frau" suchen, kommen schnell einige tausend Treffer zusammen! Aber keine Bange! Mit unseren neuen Suchfeatures finden Sie schnell die Bilder, die Sie wirklich brauchen!

fotomarktplatz.de