



Michael Wissing im Gespräch

Bildergeschichten

Michael Wissing ist einer der bedeutendsten Foodfotografen Deutschlands. In seinem Studio in Winden im Elztal trafen Markus Hemmerich und Gemma Pintor den Mann, der vor allem Essen und Trinken fotografiert, zum Gespräch über Fotografie, die Regio und die Freiheit, die es braucht, um kreativ zu sein.

Erst kürzlich haben Sie ein Buch über den Koch Antonio Esposito veröffentlicht. Auch mit Douce Steiner vom Hirschen in Sulzburg haben Sie schon mehrere Kochbücher gemacht. Wird es in naher Zukunft weitere Projekte geben, bei denen Sie mit Köchen aus der Regio arbeiten?

Aktuell arbeite ich intensiv an einem Buch mit Martin Schlegl vom Schlegelhof, Klaus Ditz vom Hugenhof und Bernd Lutz von der Sternen Post. Mit diesen drei mache ich ein Buch, weil sie sich sehr nah in ihren rezeptorischen Überlegungen sind. Grundsätzlich arbeite ich mit den Köchen immer ein ganzes Jahr zusammen. Ich begleite sie durch Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Am Ende der Gesamtproduktion werden schätzungsweise 10.000 Fotos entstanden sein, daraus wird das Buch komponiert.

Legen Sie selbst die Auswahl der Themen fest?

Ich lege alles selbst fest, gemeinsam mit meinem Team, das schon seit Jahren besteht. Am Ende verkaufe ich das komplette Buch an einen Verlag, von dem ich glaube, dass es da gut aufgehoben ist. Zukünftig verlegen wir die Bücher mit Christian

und Andreas Hodeige auch selbst. Was ich auf gar keinen Fall mache, sind Auftragsarbeiten für Verlage.

Herr Wissing, was sind Sie eigentlich: Fotograf, Foodstylist, Fotodesigner?

In erster Linie bin ich Fotograf. Alles, was mich thematisch interessiert, fotografiere ich, egal ob Food, Industrie, Architektur oder Autos. Einzige Voraussetzung ist, dass ich es so machen kann, wie ich will. Derzeit arbeite ich am Gesamterscheinungsbild des Unternehmens Fritz Keller: Schwarzer Adler, Rebstock und neues Weingut. Mein Auftrag ist, das gesamte visuelle Erscheinungsbild festzulegen für die nächsten Jahre. Das betrifft Anzeige, Website, Glückwunschkarten, Weinbroschüren etc., alles, komplett alles. Auch hier, wie mit jedem Kunden, arbeite ich ein Jahr zusammen, danach ist er genagelt zu mit Material. Meine Arbeit ist immer darauf ausgerichtet, dass die Bilder für den Kunden universell verwendbar sind. Am Ende des Jahres verfügt der Kunde dann über sicherlich an die 4.000 von mir ausgesuchte, überarbeitete Bilder.

Sie betonen stets Ihre Unabhängigkeit, ist die tatsächlich so wichtig?

Nur in Freiheit entsteht etwas Gutes. Unter Zwang hat noch nie einer etwas Gescheites zustande gebracht. Das hat nichts mit Selbstverwirklichung zu tun. Ich arbeite im Sinne des Kunden und für den Erfolg seines Unternehmens. Das ist mein Job. Europaweit habe ich Jahrzehnte lang mit den unterschiedlichsten Agenturen zusammengearbeitet, große Kampa-

gnen fotografiert und dabei viel Erfahrung gesammelt. Ich weiß, um was es geht, das ist ganz einfach: Es geht ums Business., Es geht darum, die Hütte voll zu bekommen. Und es geht mir darum, ein Buch oder ein Projekt so zu machen, dass der Kunde sich darin ganz klar erkennt: Jawohl, das bin ich.

Wie kamen Sie eigentlich zur Fotografie? Reicht es, das gewisse fotografische Auge zu haben? Ist es das Talent, das einen Fotografen erfolgreich macht, oder ist es die technische Fertigkeit?

Ich habe eine ganz normale Lehre absolviert, ehrlich gesagt, waren es vier oder fünf, glaube ich, die ich abgebrochen habe. Meine erste Lehrstelle war bei Foto Strom in Gengenbach, in einem kleinen Fotogeschäft. Letztendlich bin ich aber auch bei den anderen Lehrstellen gescheitert, weil ich immer gespürt habe, in diesen Portraitläden lernt man nichts. Es hat mit Fotografie gar nichts zu tun. Ich würde so weit gehen zu behaupten, jemandem, der ein bisschen talentiert ist, dem bringe ich das, was man für einen Portraitladen braucht, in vier Wochen bei.

Mein Glück war, dass ich eine Lehre beim Gewerbeschullehrer Fritz Ali, in Freiburg, als sein Assistent angeboten bekam. Diese Lehre habe ich auch zu Ende gebracht, ich hatte alle Freiheit, habe ständig irgendwas fotografiert, was mich interessierte, reizte. Danach durchlief ich sechs Jahre lang unterschiedliche Stationen als Assistent bei internationalen Fotografen. Bei „Burda“, als Assistent für alle ausländischen Fotografen, die für „Burda“



Wissing

produziert haben, war ich im Bereich Mode tätig. Danach arbeitete ich als Fotostudioleiter bei „Villeroy & Boch“. Selbstständig bin ich nun seit ungefähr 30 Jahren. Zunächst spezialisierte ich mich auf Kosmetik und Schmuck, zehn Jahre lang war ich tätig für viele große, internationale Unternehmen wie „Joop“ oder „Vogue“, arbeitete viel in Paris und New York.

Hatten Sie Ihr Standbein immer hier in der Regio?

Immer! Ich wollte hier nie weg. Für mich ist dies hier der schönste Platz in Deutschland oder überhaupt. Egal wo ich auf der Welt fotografierte oder arbeitete, wenn ich ins Elztal zurückkomme, fühle ich mich zuhause.

Wie kommt dann der Link zum Food, zum Essen?

Bei „Burda“ habe ich zwei Jahre lang als Assistent für Gerd Feierabend, der damals alle Publikationen für das Burda-Kochstudio machte, gearbeitet. Und ich war damals von den wirklichen Cracks auf diesem Gebiet wie Zabert Sandmann, Hartmut Kiefer, Hans Hansen sowie Reinhart Wolf beeindruckt. Und Essen ist für mich

einfach das Elementarste. Ich habe neun Geschwister. Wir waren sozial am untersten Level, da kann man sich vorstellen, welchen enormen Stellenwert das Essen für uns hatte. „Food“ ist logischerweise für mich das Wichtigste im Leben. Essen, ein Dach über dem Kopf, würde sagen in dieser Reihenfolge, und vielleicht noch ein bisschen was Erspartes, dass man nicht gerade umkippt, wenn man einen neuen Kühlschrank braucht.

Was halten Sie denn von den Tricks, die es in

Zur Person

Michael Wissing, 56, ist einer der renommiertesten deutschen Stilllife-Fotografen. Er arrangiert atemberaubende Food-Inszenierungen für exklusive Kochbücher oder bringt für Firmenpräsentationen Designobjekte zum Strahlen. Seine Fotos wurden u.a. vom Art Directors Club ausgezeichnet. Wissing lebt im Elztal.

der Foodfotografie gibt: Haarspray, Nagellack und so weiter?

Foodfotografie, zumindest so, wie ich „Food“ fotografiere, funktioniert ohne Tricks, da gibt es keinen Farbstoff und kein Türken. Das Schöne dabei ist, dass ich ein Essen so fotografiere, dass man es essen will und es auch kann, weil eben nichts gekünstelt ist.

Ansonsten: Fotografie allgemein ist reine Übungssache. Vielleicht habe ich mein Talent von meinem Opa, einem der letzten Wanderfotografen im Schwarzwald. Mein Vater hat mir, als ich 14 Jahre alt war, seine Rolleicord geschenkt, im Prinzip habe ich ab diesem Moment alles fotografiert, was mir vor die Linse kam.

In der Fotografie gab es ja einen Riesenumbbruch vom Analogen hin zum Digitalen. Hat das Ihre Arbeit verändert? Haben Sie sich vor dem Digitalen gescheut?

Ja klar, ich habe mich gewehrt. Jahrelang fotografierte ich weiterhin alle Kosmetik- und Schmuckproduktionen auf Negativmaterial, davon wurden Prints gemacht, die gescannt wurden. Gerade in der Kosmetikindustrie ging und geht es darum, dass jenes Rosé, dieser Aquamarin oder das Rot ganz originalgetreu herauskommen muss. Als einer der wenigen, der sich das kostenmäßig erlauben konnte, arbeitete ich noch viele Jahre lang weiterhin analog. Die Kunden waren bereit, das zu bezahlen, obwohl das natürlich teurer ist als digitale Fotografie. Erst als die digitale Technik so weit war, dass kein Unterschied mehr zu erkennen war, bin ich aufs Digitale umgestiegen. Der Vorteil ist, dass jetzt alles schneller geht, ich viel mehr ma-

chen kann und es viel kostengünstiger ist.

Ist es nicht bitter für Sie, wenn Sie für ein Projekt 4.000 Bilder machen und ungeheuer viel davon weggeworfen bzw. aussortiert werden muss?

Das Veröffentlichen steht nicht im Vordergrund. Für mich ist der wesentliche Punkt, dass ich viel Material brauche, um die Geschichte erzählen zu können, in unterschiedlicher Form. Ich bin ein streng disziplinierter Fotograf. Eine bestimmte Art von Fotografie wiederhole ich ständig, das heißt, ich nehme etwas und fotografiere es auf Weiß, ich nehme etwas und fotografiere es auf Schwarz. Das sammle ich. Ich würde sagen, im Foodbereich bin ich wie ein Neandertaler, ich sammle und jage. Also besteht dieses Problem, dass Bilder aussortiert werden, gar nicht.

Aus Ihrem großen Fundus können Sie immer wieder schöpfen?

So ist es. Die Einzelfotografie gibt es nur in der Kunst. Die Fotografie, die ich betriebe, erzählt anhand von Bildern Geschichten. Kommt dann noch ein guter Text hinzu oder, so wie wir das auch in „Baden.“ machen, eine gute Subline, dann erzähle ich eine Geschichte, so wie ich sie erzählen will.

„baden.“ ist ein gutes Stichwort. Ist die Arbeit an diesem Bookazine für Sie, der weltweit unterwegs ist, wie ein Heimkommen?

Es ist mein Lieblingsprojekt. Durch die gemeinsame Entwicklung dieses Projekts, durch die Freiheit der Mitwirkenden, ist dieses Bookazine entstanden und so geworden, wie es ist. Speziell im Foodbereich ist es wichtig, den Regiogedanken noch viel stärker hervorzuheben, ihn zu leben. Ich warte darauf, dass einer auf die Idee kommt, mit einem Lieferwagen einen Regionalrungs-Express zu betreiben. Regionale, saisonale Produkte beim jeweiligen Erzeuger zu kaufen und sie dann an Gastronomie und Privatkunden

zu liefern. Davon träume ich. Dann wäre diese ganze Regiogeschichte rund.

Sie kommen in vielen Regionen herum, auch international. Ist es wirklich so, dass diese Regio kulinarisch etwas Besonderes zu bieten hat, oder ist das nur Marketing?

Nein. Für mich ist das eindeutig. Ähnliche Tendenzen gab es in den letzten 20 Jahren vielleicht noch in der Steiermark, in Österreich. Die haben es auch geschafft, ihre Region stark zu machen. Aber nochmal



zum Foodbereich, warum ich so gerne in diesem Bereich arbeite: Da trifftst du die seltsamsten und eigenwilligsten Menschen.

Und das passt zu Ihnen?

Das passt zu mir, weil wie heißt es: „Den Unbequemen sind die Unbequemen stets bequem.“ Florian Faude, zum Beispiel. Sitzt da in seiner Bretterbude, mit einem Teil, wo du denkst, du bist irgendwo auf einem Schiff, wo es dampft und zischt, und macht absolut den Megaschnaps. Jede Quitte wird einzeln abgerieben, das Schwarze entfernt, er hat einfach gute Produkte, die er mit Herzblut verarbeitet. So entsteht zwangsläufig ein wahrlich guter Schnaps. Und das sieht man hier an so vielen Ecken: Die machen einfach ihr

Ding. Speziell bei „Baden.“ wirken so viele interessante Menschen mit.

Gibt es denn so etwas wie ein Lieblingsmotiv oder Lieblingsbild für Sie?

Nein, eigentlich nicht. Was interessant ist, ist die Möglichkeit, das gleiche Motiv immer wieder neu zu interpretieren. Es geht um das Tun, das Tun ist das Schöne und der Weg dorthin. Das ist wie beim Sex. Der Weg dorthin ist super. Der Sex selber auch, wenn es gut läuft. Danach stellt sich so etwas wie eine Enttäuschung ein, weil es vorbei ist.

In der Fotografie ist es genau das Gleiche. Der Moment, etwas zu gestalten und dann zu fühlen: „Ja, das ist genau das Richtige.“ Einfach ein Glücksgefühl, wenn du so etwas erreichst. Auch wenn ich mal unglücklich war, habe ich fotografiert, und das hilft mir immer.

Es gibt wohl kaum eine Speise, die Sie noch nicht abgelichtet haben. Ist die Faszination nach all den Jahren noch so groß zu sagen: „Ich finde jeden Tag ein neues Motiv.“?

Sie wird jeden Tag größer. Es gibt eine ungeheure Vielfalt. Das Abwechslungsreiche ist das Tolle an meiner Arbeit. Ich werde fotografieren, bis ich umfalle. Das ist mein Ding, ich liebe diesen Beruf über alles. Fotografie war meine erste große Liebe.

i Information

Die dritte Ausgabe von „baden. – essen, trinken, genießen, leben.“ ist ab sofort zum Preis von 9,80 € erhältlich. Abonnenten der Badischen Zeitung zahlen nur 4,80 € (nur bei Direktbestellungen oder in BZ-Geschäftsstellen).

Das Bookazine ist in allen Geschäftsstellen der Badischen Zeitung sowie im gut sortierten Zeitschriftenhandel erhältlich. Direktbestellungen beim Verlag sind telefonisch unter Tel. 0800 / 22 24 22 419 (gebührenfrei aus dem dt. Festnetz) sowie online unter badische-zeitung.de/baden möglich.