

Kommentar

Nadine Olonetzky, Journalistin

Beginnen wir mit einer Binsenwahrheit: Das fotografische Bild zeigt nicht nur das abgebildete Motiv, es zeigt immer eine Interpretation, einen Standpunkt, eine Sichtweise. Das Bild ist geprägt von der Situation, in der es entsteht, den beteiligten Menschen, vom kulturellen und gesellschaftlichen Hintergrund und – vom so genannten Zeitgeist. Oder freundlicher: von dem der Zeit adäquaten fotografischen Ausdruck.

Wenn ein Einzelbild oder eine Serie/Reportage heute etwas Neues leisten kann, dann nur noch in der neuen Sichtweise der schon hunderttausend Mal fotografierten Motive. Die Sichtweise kann eine neue Einsicht, Erkenntnis vermitteln. Trifft die Gestaltung des Bildes oder die Zusammenstellung einer Serie den Nerv der Zeit, das heisst, formuliert sie das Lebensgefühl der Menschen? Hat sie Sensibilität, Humor, Kraft? Ist sie visionär? Bringt sie etwas zur fotografischen Sprache, was sonst ungesagt wäre? Überrascht sie noch in einer Welt, in der alles schon *«gesehen»*, *«gesagt»* wurde?

Die letzte Runde der Jurierung zeigte, dass wie in den vergangenen Jahren eine oft unterkühlte, pastellig-gestaltete Farbigkeit dominiert, dass diese Farbigkeit und die Kombination von Stillleben und Porträts mit reportageartigen Bildern die jetzige Zeit adäquat ausdrückt und – eine Mode, ein Trend geworden ist, der nach Erneuerung ruft. Zweitens zeigte sich, dass sich viele Fotografen mit der Auswahl einer kohärenten Serie schwer tun. Einzelbilder überzeugen, Serien nicht oder nur teilweise.

Die getroffene Auswahl versammelt jetzt Fotoarbeiten, die entweder ein sehr professionelles und gutes Beispiel für diesen Farb-Trend sind oder die einen Schritt (oder auch zwei) über das Modische hinausgehen. Was einem in der Serie *«Alanis»* von Andreas Schwaiger als neue Form der Fotoreportage mit humanem Engagement begegnet, tritt einem in der gestalterisch spannenden Fotoreportage *«Arbeitsalltag bei Schweizer Radio DRS»* von Niklaus Spoerri entgegen, sieht man in Comenius Röthlisbergers *«Swisscom Geschäftsbericht 1999»* als professionell umgesetztes Genrebild einer Strassenszene à la Beat Streuli: die Ausdruckskraft der Farbe, die Coolness in der Umsetzung auch emotional schwieriger Themen. Ausnahmen bilden etwa Juraj Lipschers *«Geburtsorte»*, schwarzweiss fotografiert, und Steeve Iunckers eindrückliches Langzeitprojekt über den Aidskranken *«Xavier»*, dessen Farbigkeit jenseits des allgegenwärtigen Modetrends liegt.

Die angewandte Berufsfotografie profitiert ungemein von der Kunstfotografie – und umgekehrt. Ist eine gestalterische Idee in der Kunst etabliert, setzen die Reportage- und vor allem die

Werbefotografie diese sehr gut, ja derart gekonnt um, dass die Künstler dann besser die Finger davon lassen und sich neue Themen suchen. Man spürt in sehr vielen der vorliegenden Arbeiten einen Drang zur Fiktion: Paradoxerweise sind einige der «realistischsten» Arbeiten in der Kategorie Werbung zu finden – etwa die Werbebilder für die Sonntagszeitung von Caspar Martig und Pascal Babst. In Porträtserien und redaktionellen Arbeiten werden dagegen «reality» und «fiction» munter vermischt. Wer glaubt denn in den Zeiten von Photoshop noch an die Wahrheit von Bildern, wer glaubt heute noch an eine linear erzählte Geschichte. Man collagiert sich Bilder der Welt, der Dinge und der Leute zu Geschichtensammlungen zusammen, die ständig wechseln. Fazit: Angesichts der Auswahl ist man gespannt darauf, wer womit die gestalterischen Ausdrucksmöglichkeiten der Farbfotografie erweitert und den Ausstieg aus der gegenwärtigen Mode schafft. Damit der schon länger anhaltende Trend nicht in einer Sackgasse endet.