COURRIER

100 × LEICA COURRIER
Das Leica Kundenmagazin feiert Jubiläum. Zwei ehemalige Geschäftsführer erinnern sich.
Seiten 12/13

TOBIAS SUTTER
Der Basler Tobias Sutter verbindet zwei grosse Leidenschaften: Fotografieren und die Musik.
Seite 4

IPOD
Iouri Podladtchikov, kurz IPod, ist Olympiasieger in der Halfpipe und leidenschaftlicher Leica Fotograf.
Seite 19

Juliette Lewis
Leica M (240), Summicron-M 50 mm, ISO 400, 1/180, f/9.5

Blush
Leica M (240), Summilux-M 35 mm f/1.4 ASPH, ISO 800, 1/250, f/5.6

TOBIAS SUTTER IN DER LEICA GALERIE.
LEICA UND ANDERE LEIDENSCHAFTEN.

Der Basler Fotograf Tobias Sutter hat gleich zwei Leidenschaften zu seinem Beruf gemacht – und seit ihm jemand eine Leica M vorgestellt hat, legt er sie kaum mehr aus der Hand.

Längst nicht alle können eine Leidenschaft zu ihrem Beruf machen. Aber gleich zwei? Das gelingt nur ganz wenigen. Fotograf Tobias Sutter scheint einer von ihnen zu sein. Der 46-Jährige liebt die Fotografie, die Magie der Bilder. Und er ist ein grosser Musikfan. «Wenn ich irgendwo hinkomme, höre ich immer, welche Musik gerade gespielt wird», sagt er. «Über die Musik kommt man auch mit Menschen ins Gespräch, mit denen man sonst nur wenige Gemeinsamkeiten hat.» Das Showbusiness habe ihn ohnehin schon immer fasziniert. Und nun kann er unter anderem als Festival-Fotograf einen Blick hinter die Kulissen werfen – also Musik und Fotografie vereinen. Wie ist es dazu gekommen?

AM ANFANG WAR DIE LOCHKAMERA

Mit 14 besuchte Tobias Sutter in der Schule einen Fotokurs, baute dort eine Lochkamera, entwickelte die Bilder im Labor. Und war auf Anhieb fasziniert von der Technik und der Möglichkeit, Momente festzuhalten. Mit einem Job in den Sommerferien finanzierte er sich seine erste Spiegelreflexkamera, ein ganzes Herbarium fotografierte er mit einem Makro-Objektiv. Bei einem befreundeten Fotografen konnte er als Schüler erstmals assistieren. Dann reiste er nach New York zu Alex Kayser (1949–2015). Damals, in den 90er-Jahren, war New York noch viel ausgeprägter das Mekka der internationalen Kunstszene. Alex Kayser fotografierte viele Musiker, aber auch andere bekannte Künstler wie zum Beispiel Andy Warhol. Er fertigte dazu viele Serien mit der SX-70 Polaroid-Kamera und Kleinbildkameras an. «Bei ihm begegnete ich erstmals der Musik-Fotografie», sagt Tobias Sutter. «Ich lernte von ihm vor allem den richtigen Umgang mit Künstlern.» Für Porträts von Musikern und anderen Künstlern gälten die Grundregeln für gute Bilder noch ein bisschen mehr: «Das schnelle Erfassen einer Situation ist wichtig. Das Spielen und Ausprobieren sind ebenfalls bedeutende Bestandteile meiner Arbeitsweise. Mit einer guten Vorbereitung ergibt sich meistens der Rest von selbst.»

Er selber war schon als junger Teenager ein grosser Musikfan, hört bis heute alles zwischen Indie-Rock und Pop. Zurück aus New York, war das Feuer endgültig entfacht. Er absolvierte eine Fotografenlehre, heute arbeitet er als selbstständiger Fotograf. Und verdient sein Geld vor allem «mit People- und Image-Geschichten für verschiedene Unternehmen und Agenturen», wie er sagt. Aber natürlich ist die Musik geblieben.

WENN KÜNSTLER BILDER MITLAUFEN LASSEN

Seit sechs Jahren ist er der offizielle Fotograf des renommierten Greenfield-Festivals in Interlaken. Diese vier Tage seien jeweils sehr intensiv – mit wenig Schlaf, dafür umso mehr Adrenalinstössen und Glücksmomenten, wenn es ihm gelungen sei, eine Band vor die Kamera zu bekommen und schöne Bilder zu machen.

Am letzten Festival glückten ihm solche vor allem von der Band The Prodigy, deren Musik er selber gerne hört. «Ich durfte mit ihnen auf die Bühne. Ein wahnsinnig tolles Erlebnis.» Mit Benji Webbe, Sänger der Band Skindred, verbindet ihn ein anderes spezielles Erlebnis: «Im Backstage-Bereich gibt es immer eine Ausstellung meiner Bilder», erzählt Tobias Sutter. «Einmal durfte Benji Webbe eines davon mitnehmen. Dieses Jahr liess er eines mitlaufen, das ich per Zufall auf einem Foto seiner Garten-Lounge entdeckte.» Das Bild habe ihm offenbar ganz besonders gut gefallen, lacht er, was natürlich ein Ritterschlag sei.

«AUSDRUCKSSTÄRKER MIT DER LEICA M»

Zu den beiden «Berufsleidenschaften» ist eine dritte hinzugekommen. Beim Fotografie-Dienstleister «GraphicArt» in Zürich kam ihm erstmals eine Leica M in die Hände. Er schoss mit ihr Bilder des deutschen Klarinettisten Giora Feidman. Dabei kam ihm vor allem entgegen, dass die Kamera enorm leise und klein ist. «Mehr oder weniger Geräusche machen in der Musik-Fotografie einen grossen Unterschied.» Mit dem M-System fotografierte er auch den – damals noch aktiven – Schweizer Radrennfahrer Fabian Cancellara. Dafür nahm er zwei Kameras mit und stellte hernach fest: «Bei ebenbürtiger optischer Ausrüstung waren die Bilder mit der Leica M einfach ausdruckstärker. Sie hatten mehr Tiefe, es war ein magisches Spiel mit Schärfe und Unschärfe.»

Heute benutzt er sie für knapp zwei Drittel seiner Arbeiten, zum Einsatz kam sie zum Beispiel auch für das Buch über das Schweizer Musiker-Duo «Blush». Darauf sei er besonders stolz: Sie hätten Bilder in den Strassen von Paris gemacht, dazu seien Grösse und Kompaktheit der Kamera ideal. «Die Leica liegt gut in der Hand, fällt nicht auf. Sie lenkt die Menschen nicht ab, man erhält so eher unverstellte, echte Bilder.» Zudem diene eine Leica gerade in der Musikbranche als Türöffner, weil viele die Marke kennen und man so schnell Vorbehalte abbauen könne. «Am Greenfield Festival liess sich Randy Blythe von Lamb of God erst dann von mir fotografieren, als er sah, dass ich eine Leica M und eine Leica Monochrom benutze», erinnert sich Tobias Sutter.

Zusammen mit der Leica M setzt er die Objektive Summilux-M 35 mm f/1.4 ASPH und Summicron-M 50 mm f/2 ein. Beim 90mm-Objektiv verfüge er sowohl über das Macro-Elmar-M 90 mm f/4 wie auch das normale Summarit-M 90 mm f/2.4. Zudem montiert er oft den Handgriff, gerade bei grossen Shootings liege ihm die Kamera damit noch besser in der Hand. Damit, ergänzt er, könne er je nach Situation auch «direkt in den Computer shooten».

WAS MACHT DER NACHWUCHS?

In Zukunft möchte Tobias Sutter noch mehr in der Musikszene arbeiten. Und dabei auch Persönlichkeiten wie Bono, den Sänger der irischen Rockband U2, kennenlernen. «Das wäre wirklich ein grosser Traum von mir.»

Seine beiden Kinder (10 und 12) hat er in die Welt der Musik bereits eingeführt. Sie durften ihn auch schon an Festivals begleiten. Und die Faszination scheint durchaus angekommen zu sein. «Die beiden bauen zu Hause kleine Bühnen auf und geben darauf mit dem Mikrofon in der Hand Konzerte», erzählt er schmunzelnd. Auch mit Playmobil-Figuren würden sie Musikshows nachstellen. Wer weiss: Vielleicht kann eines der beiden später auch einmal zwei Leidenschaften im Beruf vereinen.

Tobias Sutter ist ganz nah dran an Musikern wie Benji Webbe (links) und Mark Kelly.

AUSSTELLUNG:

Musiker-Porträts von Tobias Sutter sind von Januar bis Juli 2017 in der Leica-Galerie in Nidau (Hauptstrasse 104) ausgestellt.
Die Vernissage findet am Freitag, 20. Januar, um 17 Uhr statt.

→ **WWW.TOBIAS-SUTTER.CH**

INTERVIEW MIT DR. ANDREAS KAUFMANN.
«UNSERE GESCHICHTE IST AUCH EIN FORTSCHRITT.»

Dr. Andreas Kaufmann, Aufsichtsratsvorsitzender und Mehrheitsaktionär der Leica Camera AG, sieht die Smartphone-Fotografie nicht als Bedrohung für sein Unternehmen. Er bezeichnet den Schweizer Kameramarkt als «sehr interessant» und gibt Einblick in seine persönlichen Vorlieben rund um die Marke Leica.

Dr. Andreas Kaufmann bei der Eröffnung des Leica Stores Genf.

COURRIER: HERR KAUFMANN, WELCHES IST IHR LIEBSTES PRODUKT AUS DEM HAUSE LEICA?

Andreas Kaufmann: Diese Frage ist völlig unfair! Gestern hatte ich die Leica M Monochrom (Typ 246) mit dem Apo-Summicron 1:2/75 mm ASPH in der Hand, eine wunderbare Kombination. Am Abend fotografierte ich mit der Leica Sofort, weil zwei meiner Kinder Geburtstag feierten. Zuvor machte ich Aufnahmen mit der Leica SL. Für ein tolles Bild nehme ich meine rot belederte Leica S (Typ 006), die bei der Eröffnung des Leitz Parks herausgegeben wurde. Wenn ich mit leichtem Gepäck reise, packe ich die Leica Q ein. Und für Schnappschüsse eignet sich auch das Smartphone P9 von Huawei mit Leica-Objektiv. Sie sehen: Diese Frage kann ich nicht beantworten.

BESITZEN SIE AUCH ANALOGE KAMERAS?

Klar. Meine erste Leica, eine M-P, kaufte ich 2004. Letztmals mit Film habe ich wohl mit der CM Zoom fotografiert. Ich war ja nie Fotograf. Und der Vorteil der Digitalfotografie, dass man gleich sieht, was man aufgenommen hat, lässt sich auch für mich nicht wegdiskutieren.

IN IHRER ÄRA HAT LEICA DEN SCHRITT INS DIGITALE ZEITALTER VOLLZOGEN …

… da widerspreche ich schon mal. Unser früherer Entwickler Knut Heitmann hielt 1989 vor dem Leica Aufsichtsrat ein Referat, in dem er betonte, weshalb die Digitalkamera die Zukunft der Fotografie sei. Bereits 1994 wurde unsere Digitalabteilung gegründet, sie wird heute immer noch von Dr. Volker Zimmer geleitet. Damals war unser Hauptprodukt, das M-System, nicht digitalisierbar. Möglich wurde das erst durch die Erfindung der Mikrolinsen-Technologie. Im Jahr 2004, als wir bei Leica finanziell einstiegen, schien das noch nicht machbar. Als die Mikrolinsen dann serienreif wurden, zögerten wir nicht. Leica hatte zu diesem Zeitpunkt schon digitale Produkte wie die Digilux 1 und 2. Mir half es, dass ich seit 1997 mit der Firma CCS in der Softwarebranche investiert bin. Ich setzte mich bei Leica dafür ein, die Entwicklung der M8 zu forcieren und das Produkt-Portfolio auf verschiedene Ebenen auszurollen. Mit der Leica X, der ersten APS-C-Consumer-Cam, dem S-System für den High-End-Bereich und der digitalen M gelang uns das.

2008 HABEN SIE DIE SCHWEIZER LEICA CAMERA AG WIEDER INS MUTTERHAUS INTEGRIERT. WAS FÜHRTE ZU DIESEM SCHRITT?

Die Schweiz ist ein interessanter Markt, und es ist eine gute Firma, bei der Gerhard Zapf als Direktor hervorragende Arbeit geleistet hat. Strategisch hatte die Integration auch mit unserem Entscheid von 2006 zu tun, verstärkt auf eigene Distribution zu setzen, wie wir es in Japan taten. Mit der Schwesterfirma der Leica Camera AG Schweiz, der Perrot Image SA, haben wir jetzt zudem ein Unternehmen unter dem gleichen Dach, das für die Distribution anderer Fotomarken verantwortlich ist. Diese Einblicke sind für uns durchaus wertvoll.

WIE WICHTIG IST DER SCHWEIZER MARKT FÜR IHR UNTERNEHMEN?

Die Schweiz hat mit ihren vielen Fachhändlern eine andere Struktur als andere Märkte und ist dadurch sehr interessant. Wir müssen hier aber mit Währungsturbulenzen leben und sind von den Entscheidungen der Schweizer Notenbank abhängig. Wir hoffen, dass sich die Franken-Euro-Wogen jetzt etwas glätten. Insgesamt zehn Prozent der weltweit hergestellten Luxusautos gehen in die Schweiz: Das zeigt, dass dies ein hochinteressanter Markt ist.

SIE WAREN PERSÖNLICH AN DER ERÖFFNUNG DES LEICA STORES IN GENF ANWESEND, DER VON LEICA BETRIEBEN WIRD. WAS VERSPRECHEN SIE SICH VON DIESEM STORE?

Dass wir im Retailbereich noch besser werden! Der Standort in Genf ist gut, und die Übergangslösung mit dem bestehenden Fotogeschäft war ideal, weil wir selber nicht so viele Retail-Spezialisten in unseren Reihen haben. Mit unserem Store-Konzept geht eine stärkere Ausrichtung auf den Endkunden einher.

MIT RENÉ BURRI HATTE DIE SCHWEIZ EINEN RENOMMIERTEN LEICA FOTOGRAFEN. WIE SIEHT ES HEUTE MIT DER LEICA FOTOGRAFIE IN DER SCHWEIZ AUS?

Es gibt viele gute und talentierte Schweizer Leica Fotografen. Ein Freund von mir ist Alberto Venzago, ein ganz hervorragender klassischer Leica Fotograf. Und Dominic Nahr ist ein klassischer M-Fotograf: Er fotografiert unter extremen Bedingungen in Kriegsgebieten und wurde mit dem Oskar Barnack Preis 2009 und dem World Press Photo Award ausgezeichnet. Ihn könnte man in den Fussstapfen des leider zu früh verstorbenen Werner Bischof sehen. Meine Frau hat aber mehr direkte Kontakte zu Fotografen als ich: Sie ist mitverantwortlich für die 15 oder 16 Leica Galerien auf der ganzen Welt.

DIE DIGITALE M IST SEIT ZEHN JAHREN AUF DEM MARKT. AUF IHR KÖNNEN SOGAR OBJEKTIVE VERWENDET WERDEN, DIE 1956 PRODUZIERT WORDEN SIND. LEBT LEICA VON DER NOSTALGIE?

Die Geschichte ist immer Teil einer Marke. Nostalgie ist dafür das falsche Wort, damit meint man eher den bedauernden Blick zurück in die Kindheit, als noch alles gut war. Das M-System ist unheimlich gut, auch die älteren Objektive leisten im digitalen Einsatz hervorragende Resultate und können für Anwendungen bis 34 Megapixel eingesetzt werden. Innerhalb des M-Systems haben wir uns natürlich weiterentwickelt. Und wenn ich sehe, was in allen Produktekategorien demnächst an Innovationen zu erwarten ist, hat das mit Nostalgie sehr wenig zu tun. Die Geschichte unseres Unternehmens ist gleichzeitig auch der Fortschritt.

APROPOS OPTIKEN: HABEN SIE EIN LIEBLINGSOBJEKTIV?

Ein witziges haben wir jetzt gerade nachgebaut: das Summaron-M 1:5,6/28 mm, ein richtiges Pancake-Objektiv. Das macht unheimlich Sinn, weil man heute mit ISO-Zahlen arbeiten kann, die es einem erlauben, im Innern eines Tresors zu fotografieren. Ich mag auch das neue Tri-Elmar-M 1:4/16–28–21 mm ASPH, das unglaublich scharf zeichnet. Gerne würde ich mir auch eine Neuauflage des alten Tri-Elmars wünschen, das wäre dann ein klassisches Reiseobjektiv. Ich besitze zudem ein Elcan 1:2/66 mm, das offiziell gar nie existierte, weil es nur für die CIA und nur in einer Auflage von 180 Stück gebaut wurde. Damit fotografierten Touristen mit Schweizer Pässen im Auftrag der CIA Militärparaden in Osteuropa. Auf den Vergrösserungen analysierten dann Fachleute die präsentierten Waffensysteme. Im Gebrauchthandel werden heute um die 30 000 Euro für ein solches Objektiv bezahlt.

LEICA KOOPERIERT SEIT KURZEM MIT DEM CHINESISCHEN HANDY-HERSTELLER HUAWEI. SEHEN SIE DIE SMARTPHONE-FOTOGRAFIE NICHT ALS KONKURRENZ FÜR IHR UNTERNEHMEN?

Nein. Wir haben dieses Thema schon sehr lange verfolgt und waren seit 2008 mit mehreren Herstellern in Kontakt. Der berühmte Fotograf Elliott Erwitt wurde einmal gefragt, welches denn die beste Kamera sei. Er sagte: «Diejenige, die Sie dabeihaben.» Und die Smartphones haben wir ja immer dabei. Sie sind der Ersatz für die sogenannten Consumer- oder Einsteigerkameras. Wir sehen das nicht als Bedrohung, sondern als Ergänzung, als wichtige Plattform für uns zum Austausch und als grosse Erweiterung der Fotografie. Dank den Smartphones fotografieren heute viel mehr Menschen. Und wenn nur ein Bruchteil davon den Weg zu unseren Produkten findet, ist das eine grosse Chance für uns.

INTERVIEW MIT OLIVER KALTNER.
«SMARTPHONES LEISTEN EINEN GROSSARTIGEN BEITRAG FÜR DIE FOTOGRAFIE.»

Oliver Kaltner, CEO der Leica Camera AG, blickt mit Zuversicht in die Zukunft. Er sieht im Schweizer High-End-Kameramarkt noch viel Potenzial für Leica und ortet in jugendlichen Smartphone-Fotografen ein wichtiges Kundensegment.

Oliver Kaltner: «In der Geschichte der Menschheit hatte die Fotografie nie eine dominantere Bedeutung als heute.»

COURRIER: HERR KALTNER, WELCHES IST IHR LIEBSTES PRODUKT AUS DEM HAUSE LEICA?

Oliver Kaltner: Das ist eine raffinierte Frage zu Beginn eines Gespräches. Die Antwort kann nur lauten, alle Produkte aus dem Hause Leica schaffen es auf meine Lieblingsliste. In allen stecken die Kreativität, die Expertise, das Talent und die Liebe für das Detail der Leica Camera Mitarbeiter, sodass es gebührend ist, jedes dieser Werke zu bewundern.

WELCHE KAMERAS UND OBJEKTIVE BESITZEN SIE SELBER? FINDEN SIE ZEIT ZUM FOTOGRAFIEREN?

Persönlich nutze ich am häufigsten die Leica Q. Ich schätze das einfache intuitive Handling und die Tatsache, dass auch ambitionierte Amateure wie ich mit dieser Kamera hervorragende Bilderergebnisse erzielen. Zudem nutze ich auch gerne die Leica TL. Mich begeistern das aussergewöhnliche Design und die Qualität der Wechselobjektive. Beide Kameras lassen sich zudem ganz wunderbar mittels Leica Apps mit meinen Smartphones verbinden, sodass ich meine Bilder immer direkt teilen kann.

IN EINEM WELTWEIT RÜCKLÄUFIGEN KAMERAMARKT ERLEBTE LEICA CAMERA 2015 EIN REKORDJAHR. WIE SCHAFFTEN SIE DAS?

Leica hat den enormen Vorteil, dass wir nicht in dem marktanteilsgetriebenen Massenproduktionsgeschäft mitspielen. Hier sind die Rückgänge tatsächlich sehr deutlich, obgleich bereits seit fünf Jahren erkennbar ist, wie stark Smartphones die Digitalkompaktkameras aus dem Markt hinausdrängen. Zugleich schaffen 1,3 Milliarden Smartphones pro Jahr ein enormes neues Potenzial für die optische Engineering-Industrie. Unser Wachstum ist auf zahlreiche Komponenten zurückzuführen: das hervorragende Teamplay und Know-how der Leica Mitarbeiter und das umfassende Produktportfolio für Amateure und Profis. Dazu kommen der kontinuierliche Ausbau unserer Ländergesellschaften, die kontrollierte Steuerung unserer weltweiten Distributions- und Vertriebskanäle, die Erweiterung unseres Leica Retail-Store-Netzwerkes, die Digitalisierung unserer Kommunikationsleistungen und die Pflege der Marke als Premium-Manufaktur und Innovationsgeber.

WIE HAT SICH DER SCHWEIZER MARKT IN DIESEM ZEITRAUM ENTWICKELT?

Insgesamt konnte die Leica Camera AG die Umsätze im letzten Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr weltweit um über 13 Prozent steigern. Auch die Schweiz hat sich solide entwickelt, doch ich sehe hier noch enormes Potenzial. Persönlich schätze ich den Schweizer Markt für dessen Verbindlichkeit und Premiumorientierung. Die Schweizer haben ein besonderes Gespür für Echtheit und Relevanz. Exakt dies sind Aspekte, für die Leica seit jeher steht und die Wachstum generieren können. Leica hat sehr viel mit einer Uhrenmanufaktur gemein: Tradition, Craftmanship, Präzision und Produkte mit nachhaltigem Werterhalt. Die Schweizer Uhren haben Weltruhm erlangt. Unstrittig ist dies eine organische Basis für Leica in der Schweiz.

IN EINEM INTERVIEW MIT DEM MAGAZIN LEICA FOTOGRAFIE INTERNATIONAL (LFI) ERWÄHNTEN SIE, DASS LEICA DIE ENTWICKLUNG ZU EINEM HARDWARE-, SOFTWARE- UND SERVICE-UNTERNEHMEN VOLLZIEHEN WILL. WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DAS AUF SCHWEIZER LEICA KUNDEN?

Bei dieser Transformation geht es um die Weiterentwicklung von einer Hardware-Firma in eine Hardware-, Software- und Service-Firma im Premiumsegment. Dabei entwickelt sich kein Neugeschäft neben einem traditionellen Geschäft. Vielmehr ist unsere DNA – die optische Ingenieursleistung – das verbindende Element zwischen Kameras, Objektiven, Sportoptik-Produkten und neuen Produkten wie Huawei Smartphones «co-engineered with Leica». Der Schweizer Markt profitiert von unserem breiten Produktportfolio, das ganz aktuell auch noch um eine Sofortbildkamera, die Leica Sofort, erweitert wurde, die ganz spielerisch mit Smartphones korrespondiert. Wir werden in der Schweiz weiterhin konsequent ins Retailgeschäft investieren und haben dort ein Team, das mit Leidenschaft und Expertise volle Kundenorientierung zeigt. So wünsche ich mir, dass die Steigerungsrate in der Schweiz schon bald über der weltweiten liegt.

LEICA BETREIBT ÜBER DEN LEICA STORE IN GENF EINE EIGENE ONLINE-VERKAUFSPLATTFORM FÜR DEN SCHWEIZER MARKT. WAS GAB DEN AUSSCHLAG FÜR DIESEN STRATEGISCHEN SCHRITT?

Multi-Channel ist längst ein etablierter Vertriebsstandard. Die Kunden bewegen sich international, online wie offline, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche und gerne auch an Feiertagen. Da das kompetente Verkaufsgespräch im Laden und der direkte Kontakt zum Fachexperten von unseren Kunden als wichtiger Mehrwert betrachtet und geschätzt werden, torpediert Online unser Retail-Geschäft nicht, sondern ergänzt es organisch. Aktuell befinden sich weltweit 13 neue Leica Stores in der Umsetzung. Neben Genf haben wir gerade eine Präsenz in Boston eröffnet und Istanbul sowie Porto stehen unmittelbar bevor.

WIE WURDE DIESER SCHRITT VOM FOTO-FACHHANDEL AUFGENOMMEN?

Leica Camera ist ein sehr verbindlicher Partner für den Fachhandel. In Zeiten einer sich sehr stark verändernden Marktsituation sind wir einer der Partner, die mit innovativen und zugleich marktorientierten Massnahmen Wachstum generieren, das nachhaltig ausgerichtet ist. Partnerschaften leben nicht von Absichtserklärungen, sondern von transparenter Kommunikation, gemeinsamer Lösungsorientierung und akkurater Umsetzung von Aktivitäten. Der Markt für Imaging-Produkte war nie grösser als heute. Gemeinsam mit dem Fachhandel lässt sich das Premiumsegment im Systemkamera-Segment ganz wunderbar ansprechen.

DIE DIGITALISIERUNG SCHREITET IN GROSSEM TEMPO VORAN. KANN LEICA DEM INNOVATIONSDRUCK DER DIGITALEN WELT STANDHALTEN?

Die Digitalisierung ist unaufhaltsam. Sie wird die Geschwindigkeit und die Produktzyklen nach eigenen Massstäben vorgeben. Dieser Entwicklung darf sich keine Firma entziehen. Dabei haben aus meiner Sicht gerade Unternehmen aus dem Mittelstand mit einer kraftvollen Tradition besonders gute Chancen. Denn alle Märkte, unabhängig der Branche, zeigen den gleichen Trend: Einstiegs- oder Premiumsegment. Die Mitte verschwindet. Sind Sie demnach als Unternehmen im Premiumsegment tätig und verfügen zudem über einzigartige Kompetenzen, dann verschafft Ihnen die Digitalisierung neue Geschäftsmöglichkeiten. Leica hat eine über 102-jährige Geschichte. Bei genauerer Betrachtung gab es in dieser Zeit viele Veränderungs- und Transformationsphasen. Somit blicken wir zuversichtlich in die Zukunft. Eines gebe ich jedoch zu bedenken: Das Rennen macht nicht der, der auf unnötige technische Features setzt. Optik besteht nicht allein aus Megapixeln. Und Megapixel als Marketingwährung haben nur ein kurzes Haltbarkeitsdatum. Vielmehr geht es um echte Innovation und Relevanz im Imaging und in der Fotografie.

DIE KOOPERATION ZWISCHEN LEICA UND DEM CHINESISCHEN HANDY-RIESEN HUAWEI FÜHRT ZU EINER NEUEN GENERATION VON SMARTPHONE-KAMERAS. WELCHE VORTEILE ERHOFFEN SIE SICH AUS DIESER PARTNERSCHAFT?

Diese technologische Kollaboration beruht auf unserer DNA der optischen Ingenieursexpertise. Beide Partner erfreuen sich an der sehr positiven Reaktion der Konsumenten und dem weltweiten Erfolg der Smartphones P9 und P9 Plus. Die gemeinsame Reise hat damit erst begonnen. Wir werden uns vermehrt um gemeinsame Entwicklungen kümmern, die aus einer Transformationsstrategie konkrete Produkte und Services ableiten lassen. Zudem haben wir seitens Leica hiermit einen guten Zugang zu neuen Konsumentengruppen aufgebaut, die voll digitalisiert mit dem Smartphone gross geworden sind. Wir begrüssen Smartphones sehr herzlich in der Welt der Fotografie, denn sie schaffen ein weiteres, ein ergänzendes Spektrum im Imaging.

DENKEN SIE, DASS JUGENDLICHE ÜBER SMARTPHONES ZUR KLASSISCHEN FOTOGRAFIE FINDEN?

Smartphones leisten einen grossartigen Beitrag für die Fotografie. In der Geschichte der Menschheit hatte die Fotografie nie eine dominantere Bedeutung, als dies heute der Fall ist. Zudem erkennen wir, dass Jugendliche, die tiefer in die Materie Fotografie einsteigen, bei hochwertigen Systemkameras landen. Sie umgehen das mittlere Produktsegment, denn sie haben mit dem Smartphone ein wunderbares Einstiegsprodukt und mit einer Systemkamera die perfekte Abrundung für bestmögliche fotografische Ergebnisse.

FÜR DEN BESONDEREN MOMENT: **LEICA SOFORT.**

Es gibt sie, die magischen Momente, die man sich bewahren will, obwohl sie flüchtig sind. Genau dafür wurde die Leica Sofort geschaffen: Die erste Sofortbildkamera von Leica bietet den perfekten Mix aus Stil und Funktionalität. Sie bietet für jeden Anlass das passende Programm.

LEICA SOFORT, erhältlich in Orange, Mint und Weiss. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 299.–

LEICA TL – EINE ECHTE STILIKONE.

Das neue TL-System von Leica ist ein Meisterstück deutscher Ingenieurskunst: Das Gehäuse ist komplett aus einem einzigen Aluminiumblock gefräst. Die spiegellose Kamera verfügt über Objektive mit enormer Brennweitenspanne von 16–200 mm und einen grosszügigen Touchscreen mit intuitiver Bedienung. Alles ist perfekt aufeinander abgestimmt. Das macht die einzigartige Kamera zu einem echten Statement.

LEICA TL. Erhältlich in Titan, Schwarz und Silber. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 1790.–

LEICA M-P UND **LEICA Q** IN TITAN.

Aus Tradition präsentiert Leica limitierte Sondereditionen und Sonderausführungen bewährter Kameras. So ist die auf 333 Stück limitierte Sonderedition Leica M-P (Typ 240) «made in Germany» erstmals mit einer Titan-eloxierten Oberfläche versehen. Das Set umfasst das Standardobjektiv Leica APO-Summicron-M 1:2/50 mm ASPH und einen schwarzen Leder-Tragriemen. Ebenfalls in grauer Titan-Ausführung ist die Leica Q erhältlich. Auch sie ist ein echter Hingucker.

LEICA Q TITAN GRAU. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 4790.–
LEICA M-P TITAN SET. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 24 525.–

ZWEITES SMARTPHONE MIT **LEICA-KAMERA.**

Nach dem Erfolg des P9 folgt mit dem Mate 9 bereits die zweite Generation der Huawei-Smartphones mit einer Leica Dual-Kamera. Die optische Leistung des Kameramoduls wurde nochmals optimiert. Sowohl der 12 MP/F2.2 RGB-Sensor als auch der 20 MP/F2.2 Monochrom-Sensor weisen verbesserte Bildfusions-Algorithmen und eine Lichtstärke von 1:2,2 auf. Der Hybrid-Auto-Fokus enthält einen Laser-, einen Phasendetektions- sowie einen Tiefen- und einen Kontrastfokus.

HUAWEI MATE 9. Erhältlich im Fachhandel.

INTERVIEW MIT GERHARD ZAPF.
«DER REIZ DER MARKE LEICA IST FANTASTISCH.»

Gerhard Zapf (73) war von 1980 bis 2010 Direktor der Leica Camera AG Schweiz. Er übernahm das Unternehmen 1995 im Rahmen eines Management-Buyouts als Hauptaktionär und verkaufte es 2008 wieder ans Mutterhaus.

COURRIER: HERR ZAPF, SIE WAREN 40 JAHRE LANG ENG MIT DEM UNTERNEHMEN LEICA VERBUNDEN, DAVON 30 JAHRE ALS DIREKTOR DER LEICA CAMERA AG SCHWEIZ. WAS VERBINDEN SIE MIT DEN FÜNF BUCHSTABEN LEICA?
Gerhard Zapf: Etwas vom Schönsten war es jeweils, wenn ich in der Schweiz oder im Ausland nach meiner Tätigkeit gefragt wurde. Wenn dann der Name Leica fiel, gab es stets positive Reaktionen im Stile von «Mein Vater hat auch eine Leica!». Der Reiz, den diese Marke weltweit ausstrahlt, ist fantastisch. Ich war während meiner ganzen beruflichen Karriere mit Leica verbunden. Die fruchtbarste Zeit erlebte ich in Nidau. Wir konnten hier ein Unternehmen aufbauen und weiterführen, das zahlreichen Menschen eine Beschäftigung bietet.

GIBT ES ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS IN ERINNERUNG GEBLIEBEN IST?
Es gab ein paar wichtige Entwicklungsschritte. Der einschneidendste war sicher der Übergang von der analogen zur digitalen Fotografie. Während andere grosse Fotomarken wie Minolta und Kodak untergingen, schaffte Leica den Schritt ins digitale Zeitalter und fand zu alter Stärke zurück.

WELCHE BEGEGNUNG HAT SIE AM MEISTEN GEPRÄGT ODER BEEINDRUCKT?
Ich bin eher Kaufmann als Fotograf, deshalb nenne ich hier zwei Personen: Dr. Bruno Frey, einen Schweizer, der den Fotobereich von Leitz in den 80er-Jahren in einer schwierigen Phase übernahm und wieder erstarken liess. Und den aktuellen Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Andreas Kaufmann, ohne dessen Engagement in die digitale Zukunft von Leica es wohl keinen Fortbestand der Fotomarke Leica gegeben hätte. Dank ihm konnten wir auch die Leica Camera AG Schweiz in eine sichere Zukunft führen und das Nachfolgeproblem lösen.

DER SCHWEIZER MARKT WAR FÜR DEN GLOBALEN KONZERN IMMER VON BEDEUTUNG?
Ja, gemessen am Pro-Kopf-Umsatz lag die Schweiz eigentlich immer an der Spitze und hat auch signifikant zum Gesamtumsatz des Konzerns beigetragen. Die Schweizer Bevölkerung hat eine hohe Affinität zu Qualitätsprodukten und Qualitätsmarken.

WELCHES PRODUKT IST IHNEN AM MEISTEN ANS HERZ GEWACHSEN?
Es war meine Begeisterung für die Marke, die mich nach dem Studium überhaupt zum Unternehmen Leitz brachte: Ich fand sie über einen meiner Lehrer, der ständig eine Leica dabeihatte und damit fotografierte. Anfang der 70er-Jahre lernte ich auf einer Leica M3 zu fotografieren. Diese Kamera schult das Sehen. Die M-Kameras hatten und haben deshalb auch für mich eine wichtige Bedeutung.

FOTOGRAFIEREN SIE NOCH IMMER?
Ja, mit einer M9 und einer D-Lux, die ins kleine Reisegepäck passt. Beide Kameras werden mich demnächst auf eine Reise nach Australien und Neuseeland begleiten.

WAS WÜNSCHEN SIE DEM UNTERNEHMEN LEICA FÜR DIE ZUKUNFT?
Dass es in einem schwierigen Markt überlebt. Fotografieren wird immer mehr zu einer Konsumangelegenheit, bekommt einen Instant-Charakter. Deshalb hoffe ich sehr, dass die qualitative Fotografie ihren Platz behalten kann. Und da hat Leica nach wie vor gute Karten.

INTERVIEW MIT WALTER SONDEREGGER.
«LEICA MUSS ETWAS EXKLUSIVES BLEIBEN.»

Walter Sonderegger (89) galt lange als «Mister Leica» in der Schweiz. Er begann als «Demonstrator» und wurde dann Verkaufsleiter, Direktor und Verwaltungsrat der Leica Camera AG. In 35 Jahren produzierte er 71 Ausgaben des Kundenmagazins «Leica COURRIER».

COURRIER: HERR SONDEREGGER, SIE HABEN FAST 50 JAHRE LANG FÜR LEITZ UND LEICA GEARBEITET. WAS VERBINDEN SIE MIT DEN FÜNF BUCHSTABEN LEICA?
Walter Sonderegger: Die feste Überzeugung, dass Bilder, die mit Leica-Kameras aufgenommen werden, besser sind.

WELCHES ERLEBNIS AUS IHRER LAUFBAHN IST IHNEN BESONDERS IN ERINNERUNG GEBLIEBEN?
Es gab viel Schönes: Etwa, wenn es uns gelang, Profifotografen von einem Wechsel zu Leica zu überzeugen. Ein Beispiel dafür ist Marcel Imsand, der Cindy Crawford und Jacques Brel porträtiert hat. Oder der kürzlich verstorbene Fernand «Sepp» Rausser, der an einem Tag Produkte für 40 000 Franken kaufte. Als ich pensioniert wurde, reiste ein Amateurfotograf mit seinem Sohn aus Lausanne an, um ihm zu zeigen, wer ihn von Leica überzeugt hatte. Es war eine schöne Zeit. Wir waren wie eine Familie: Leica Händler, Leica Berufs- und Hobbyfotografen und das Team der Leica Camera AG.

DER «COURRIER» WAR 1966 EINES DER ERSTEN KUNDENMAGAZINE DER SCHWEIZ. JETZT ERSCHEINT DIE 100. AUSGABE. WAS BEDEUTET IHNEN DIESES JUBILÄUM?
Das hätte ich nie für möglich gehalten. Für die erste Ausgabe, die noch Schreibmaschinentexte enthielt, musste ich den Chef um Erlaubnis bitten. Er sagte zu, ich musste ihm aber versprechen, mindestens zehn Nummern herauszubringen.

DANK DEM «COURRIER» WURDEN SIE ZUM «MISTER LEICA» IN DER SCHWEIZ.
Ja, zu meiner Bekanntheit trug das Magazin am meisten bei. Einmal kaufte ich in Bern Spielwaren für meine Enkel. Da begrüsste mich der Verkäufer mit dem Namen und sagte, er kenne mich wegen des Magazins. Den Romands fiel es leichter, «Mister Leica» zu sagen als «Herr Sonderegger».

WELCHE BEGEGNUNG HAT SIE AM MEISTEN BEEINDRUCKT?
Neben jenen mit Fernand Rausser und René Burri vor allem die mit der weltbekannten Autorin und Reisefotografin Ella Maillart. Zu ihrem 90. Geburtstag veranstaltete das Musée de l'Elysée in Lausanne eine grosse Ausstellung. An der Vernissage sah ich sie zum zweiten Mal. Nach den Ansprachen führte sie mich eine halbe Stunde durch die Gesellschaft und stellte mich allen als «Mister Leica» vor. Die meisten Fotografen kannte ich lange nur auf brieflichem und telefonischem Weg. Ella Maillart schrieb übrigens immer mit blauer Tinte auf blaues Papier.

WELCHES PRODUKT IST IHNEN AM MEISTEN ANS HERZ GEWACHSEN?
Die M3, die erste M, die wir im Sortiment hatten. Wir konnten sie in tollen Stückzahlen verkaufen. Ich habe auch lange mit einer M3 fotografiert, bis ich mir dann eine M6 anschaffte.

WAS WÜNSCHEN SIE DEM UNTERNEHMEN LEICA FÜR DIE ZUKUNFT?
Dass es weiter aufwärtsgeht, aber nicht zu stark. Die Marke muss ihre Exklusivität behalten. Wichtig ist auch, dass es neben der Fotografie weitere Produktekategorien gibt.

GENF.
DER ZWEITE SCHWEIZER LEICA STORE.

Jetzt hat nach Zürich auch Genf einen Leica Store: Am 13. Juni 2016 öffnete er an der Place de Saint-Gervais 1 seine Türen. Er verfügt auch über einen attraktiven Webshop.

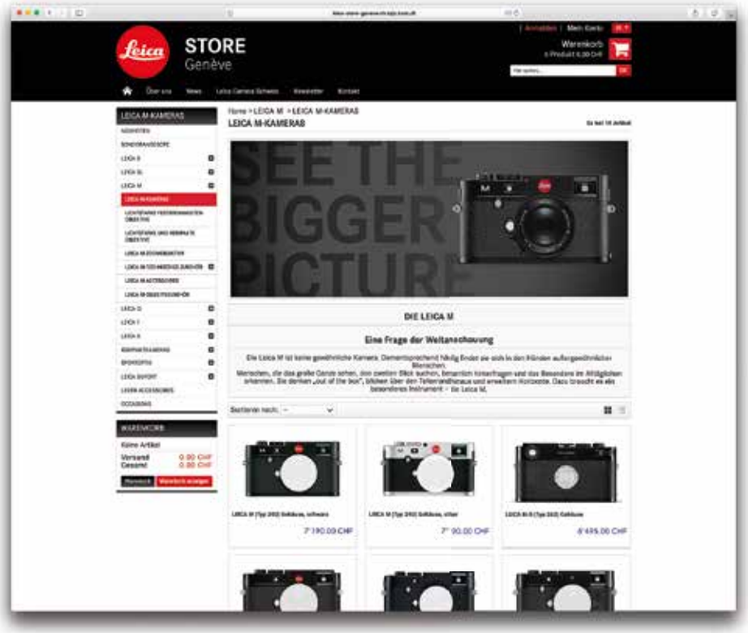
Die Leica Camera AG wählte Genf wegen seiner internationalen Ausrichtung und seiner Bedeutung als Standort für den zweiten Leica Store in der Schweiz. Die Gelegenheit, hier ein bekanntes Fotogeschäft und eine bestehende Leica Boutique zu übernehmen, war ideal. Zur Eröffnung des Leica Stores war auch Dr. Andreas Kaufmann, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Leica Camera AG, anwesend.

Das Verkaufsteam des Stores führt regelmässig Events durch und bedient Kundinnen und Kunden im Laden und online. Der ehemalige Geschäftsführer von Euro Photo war bis Ende Oktober weiterhin für die Kundschaft da. Geleitet wird der Leica Store Genève von Francisco Teixeira. Mit Alexandre Caillies gehört ein weiterer Fachberater zum Team.

Der Leiter des Leica Stores, Francisco Teixeira (rechts), und Alexandre Caillies sind in Genf für Kunden da.

NEUER WEBSHOP

Als Alternative zum lokalen Fachhandel oder zum Webshop des Leica Stores in Zürich ist der Leica Store Genève auch im Internet sehr aktiv und eröffnete unter www.leica-store-geneve.ch einen neuen Webshop in Deutsch und Französisch.



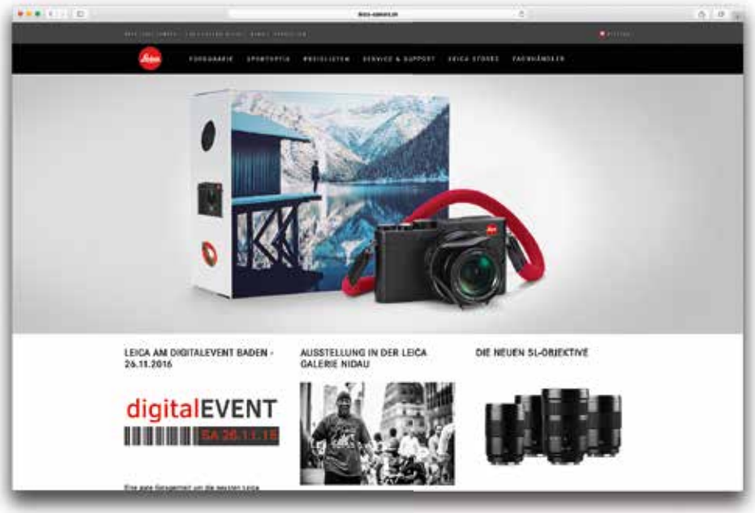
Liste der Leica Fachhändler:
→ **WWW.LEICA-CAMERA.CH**

Webshop Leica Store Genève:
→ **WWW.LEICA-STORE-GENEVE.CH**

Webshop Leica Store Zürich:
→ **WWW.LEICA-STORE-ZUERICH.CH**

LEICA ONLINE UND OFFLINE.
WILLKOMMEN IN DER LEICA WELT!

Mit Leica kann man auf den verschiedensten Kanälen am Ball bleiben. Zunehmend läuft die Kommunikation auch digital ab.



→ **WWW.LEICA-CAMERA.CH**

Dreh- und Angelpunkt für Informationen rund um Leica ist in der Schweiz die Website der Leica Camera AG. Hier können sich Leica Freunde für Online-Newsletter an- und abmelden.

DAS LEICA-TEAM

Um den persönlichen Kontakt am Hauptsitz in Nidau kümmert sich schliesslich das gesamte Schweizer Leica-Team. Die Geschäftsleitung besteht aus Marketingleiter Ivan Venzin, Managing Director Gülten Baumann, Peter Stahel, Leiter Finanzen und Logistik, und Vertriebsleiter Mathias Gfeller.

→ **WWW.FACEBOOK.COM/LEICA CAMERA**

Auch auf Facebook können Sie dem Unternehmen folgen.

→ **HTTP:/BLOG.LEICA-CAMERA.COM**

Regelmässige Porträts von Leica Fotografen gibt es auf dem offiziellen Leica Blog (nur in Englisch).

→ **WWW.LEICA-FOTOPARK.COM**

Im Leica Fotopark, der Leica-Plattform für aussergewöhnliche Fotografie, können Fotografen ihre Bilder teilen und sich von den Fotos anderer Leica Fotografen inspirieren lassen.

SERVICE.

DIE LEICA SL IM EINSATZ.

Mit der spiegellosen Systemkamera SL ist Leica angetreten, die Welt der Fotografie zu revolutionieren. Bei Tino Scherer ist sie seit gut einem halben Jahr als Hauptkamera im Einsatz. Hier seine Erfahrungen.

Action-Fotograf Tino Scherer setzt auf die Leica SL als Hauptkamera.

Im Winter ist der 26-jährige Zentralschweizer Tino Scherer oft im Pulverschnee anzutreffen, wo er die Künste seiner Freestyle-Kollegen in atemberaubenden Action-Fotos festhält. Im Sommer stehen Motocross, aber auch Wake- und Skateboard-Themen im Vordergrund. Rasch konnte er sich einen Namen machen. Neben dem Sport fotografiert er heute in den Bereichen Werbung, Porträt und Musik. Er nimmt sich Zeit, definiert haargenau den Ort und den Moment der Aufnahme, die er dann mit höchster Präzision umsetzt. Oft werden dabei mehrere Bilder zu einem einzigen kombiniert. Ursprünglich hatte Tino Scherer Elektriker gelernt und sich dann zum Fotofachmann im Verkauf ausbilden lassen. Schon früh widmete er sich aber seiner grossen Leidenschaft, dem Fotografieren.

EINFACHES HANDLING

An seiner Leica SL schätzt er das einfache Handling. «Heutige Kameras haben oft jede Menge Knöpfe und Funktionen, die man eigentlich gar nie braucht», berichtet er. «Die SL aber verzichtet auf jeden Schnickschnack. Sie ist extrem reduziert und deshalb einfach zu bedienen.» Dies, obwohl die Kamera natürlich sämtliche Features einer modernen Digitalkamera aufweist. Aber diese Funktionen lassen sich nach Belieben zuschalten oder ausblenden, sodass man die Kamera zu einem individuell massgeschneiderten Instrument machen könne.

ROBUST UND KOMPAKT

Auch die robuste Bauart der Kamera hat es Tino Scherer angetan. «Ich war neulich in Lappland», schildert er, «und ich stand bei strömendem Regen in einem Fluss. Aber über die Kamera musste ich mir keinen einzigen Gedanken machen.» Auch profitiert er von der kompakten Grösse der SL und von ihrem idealen Gewicht. Allzu leicht darf eine Kamera für ihn nämlich nicht sein. «So, wie ich arbeite, ist es wichtig, dass die Kamera ruhig in der Hand bleibt.»

DIE HIGHLIGHTS

Als absolutes Highlight bezeichnet Tino Scherer den elektronischen EyeRes-Sucher. «Das ist schlicht und ergreifend der beste Sucher der Welt», sagt er. Man erhalte ein Live-Bild vom Sensor, welches sehr viel Information enthalte. «Die Messfelder gehen bis an den Rand und der Sucher ist extrem schnell und superscharf.» Das bahnbrechende Tempo des Autofokus steht für Tino Scherer hingegen nicht im Vordergrund: «Meine Bilder sind mehrheitlich manuell fokussiert, auch bei actiongeladenen Sportaufnahmen.»

TINOS TIPP

Scherer schätzt es, dass mittels Adapter auch andere Objektive verwendet werden können. Einen besonderen Tipp gibt er zum Schluss: «Die Peaking-Funktion ist ausserordentlich nützlich», sagt er. «Dank dieser Schärfe-Hilfe kann man sich hundert Prozent darauf verlassen, dass das Bild da scharf ist, wo man es will. Das ist sicher auch für ambitionierte Amateure attraktiv.»

DIE LEICA SL GRATIS TESTEN

Testen Sie eine Leica SL gratis für 24 Stunden. Melden Sie sich in einem Leica Store, in einer Leica Boutique oder bei einem Leica Fachhändler und reservieren Sie sich eine SL.
Liste der Händler auf: → **WWW.LEICA-CAMERA.CH**

LEICA NOCTIVID-ERLEBNISTAG IM PAPILIORAMA.
BEGEISTERT VON DER OPTISCHEN LEISTUNG DER NOCTIVID-FERNGLÄSER.

Der Leica Noctivid-Erlebnistag vom 19. September im Papiliorama in Kerzers liess die Herzen der Naturbeobachter höher schlagen: Gemeinsam mit Fernoptik-Händlern machten sie sich ein Bild von den neusten Entwicklungen in der Fernglas-Technik und testeten die Noctivid-Produkte auf Herz und Nieren.

LEICA NOCTIVID 8×42 HD. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 2750.–
LEICA NOCTIVID 10×42 HD. Empfohlener Verkaufspreis: CHF 2860.–

Nanette Roland, Produktmanagerin Leica Sportoptik & Naturbeobachtung, stellte die Premiumklasse der Leica-Ferngläser zu Beginn des Erlebnistags vor: Über ein Jahrhundert Erfahrung in der Entwicklung von fernoptischen Geräten und Kameras ist in die Noctivid-Ferngläser eingeflossen. Was das für die Leistung dieser Hightech-Produkte heisst, davon konnten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gleich selber im Praxiseinsatz überzeugen.

Das Fazit der Besucherinnen und Besucher war positiv. «Die optische Leistung und die Handhabung des Noctivid haben mich überzeugt», sagte etwa Martin Hüsler vom Fotolade Rössli in Beromünster, der sich anschliessend spontan ein 8×42 für den privaten Gebrauch bestellte. «Das Noctivid ist wirklich ein hervorragendes Fernglas», betonte auch Chrys Randin, Leiter von Optique Piguet in Yverdon. «Die optische Wiedergabe war in allen Situationen sehr gut. Sowohl im finsteren Nocturama wie auch bei Gegenlicht war die Qualität einwandfrei.» Hobby-Naturbeobachterin Severine Dubuis lobte das einfache Handling: «Ich war überrascht, wie schnell und einfach ich das Fernglas für meine Augen scharfstellen konnte.» Die Details der schönen Schmetterlinge seien extrem gut zu erkennen gewesen.

Keine Frage: Die Noctivid-Serie ist kompakt, stilvoll, elegant und trotzdem robust und belastbar. Die Hightech-Ferngläser liefern einen Bildeindruck beinahe wie in 3-D. Sie bestechen durch hervorragende Kontraste und eine kompromisslose Tiefenschärfe. Dass das Sehen damit neu erlebbar wird, haben die Besucherinnen und Besucher des Leica-Tags im Papiliorama hautnah mitbekommen.

LEICA-FOTOGRAF IOURI PODLADTCHIKOV.
PENDLER ZWISCHEN ZWEI WELTEN.

Snowboard-Olympiasieger Iouri Podladtchikov ist seit über sechs Jahren als Fotograf tätig. Es sind die Ästhetik des Mediums und die universelle Sprache des Bildes, die den 28-Jährigen faszinieren. «Inzwischen habe ich fast für jede Uhrzeit und jeden Ort eine Kamera», sagt er.

Auf der einen Seite ist der Spitzensport, die «Ego-Welt», wie Iouri Podladtchikov sagt. «Hier ist fast alles auf Egoismus ausgerichtet, auf mich, meinen Körper, meine Psyche. Ich muss am Tag X bereit sein.» Als Snowboarder hat er an den Olympischen Spielen 2014 in Sotschi für die Schweiz die Goldmedaille in der Halfpipe gewonnen. Und dabei das epische Duell gegen den Amerikaner Shaun White zu seinen Gunsten entschieden. Podladtchikov gelang im wichtigsten Augenblick seiner Karriere der Yolo-Flip, ein komplexer Sprung, den er zuvor als Erster probiert und in einem Wettkampf gezeigt hatte.

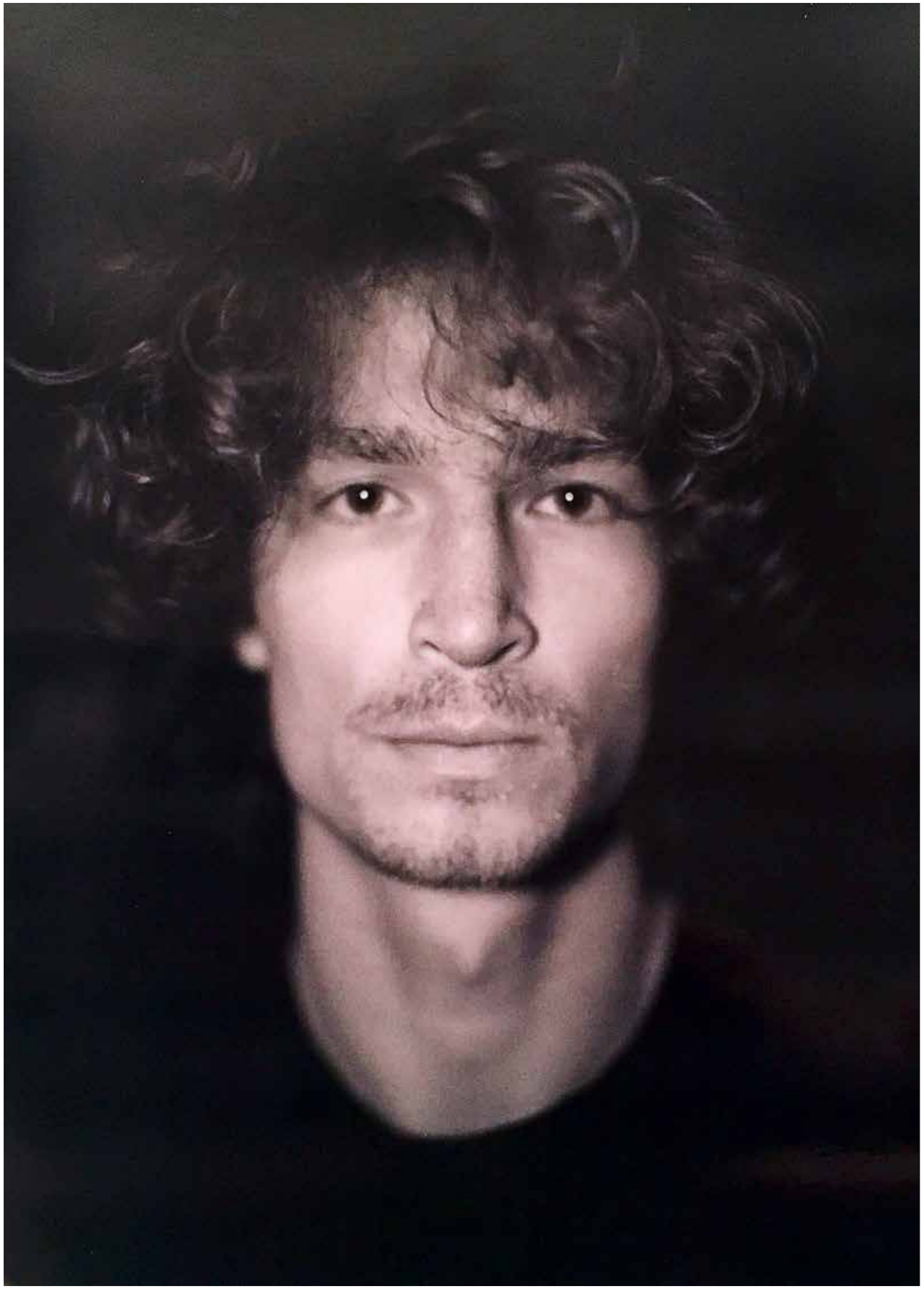
DAS EWIGE FEUER

Obwohl sich dieser Olympiasieg nicht toppen lässt, ist der Sohn russischer Eltern im Sport nach wie vor topmotiviert. «Der Titel hat das Feuer noch vergrössert: Im Snowboarden gibt es Läufe, die für die Ewigkeit sind, wie jener in Sotschi. Wenn du da ein Armrudern drinhast, musst du für immer damit leben. Das kann keine Goldmedaille lindern.» Die Suche nach dem perfekten Lauf treibt «IPod» an.

Dieser Perfektionismus motiviert Iouri Podladtchikov auch in seiner anderen Welt, der Fotografie. Begonnen hat hier alles mit dem Wunsch, Momente festzuhalten, um sie auch zehn Jahre später noch einmal erleben zu können. «Als ich 2008 vor meinen ersten Olympischen Spielen viel herumreiste, suchte ich eine kleine, gut aussehende Kamera.»

Den Schlüsselmoment erlebte er am 9. 9. 1999, als Leica die M9 lancierte, die damals kleinste digitale Systemkamera der Welt mit Vollformatsensor im Kleinbildfilmformat. «Das war für mich wie Geburtstag. Ich erhielt sie als einer der Ersten in der Schweiz.» Noch heute besitzt er mehrere M-Modelle, analoge und digitale. Insge-

Immer eine Leica dabei: Snowboard-Olympiasieger Iouri Podladtchikov im sportlichen Erfolgsjahr 2014. Foto: RDB



Fasziniert von der analogen Fotografie mit der Leica M7: Iouri Podladtchikov.

samt hat er über 20 verschiedene Kameras. Kommerzielle Arbeiten erledigt er oft mit der Leica S, für die V-Lux 3 war er Werbebotschafter, die X1 hat er seinen Eltern geschenkt, und jüngst begeistert ihn besonders die analoge Fotografie mit dem R-System oder der M7.

MEHR KAMERAS ALS SCHUHE

«Mittlerweile habe ich mehr Kameras als Schuhe», grinst er. Kürzlich habe ihm eine Kollegin erklärt, weshalb sie so viele Schuhe besitze. «Sie sagte, sie brauche für jeden Ort, jede Gelegenheit und jede Uhrzeit das passende Paar. Genau so ist es bei mir mit den Kameras.» Die Treue zu Leica stand für ihn ausser Frage. «Ich mag die Haltung von Leica. Die entwerfen eine Kamera und ziehen ihr Ding durch. Sie machen mit Abstand die schönsten Kameras – und die kleinsten.»

Nach seinem Olympiasieg hat Iouri Podladtchikov begonnen, an der Universität Zürich Kunstgeschichte zu studieren. Er habe realisiert, dass die Fotografie wie ein Eintrittsmedium in eine viel grössere Welt der Verewigung sei. «Es gibt viele Interessante Medien: Malerei, bildende Kunst, Performance.»

FOTOGRAFIEREN STATT SCHREIBEN

Geboren in Moskau als Sohn eines Professors für Geophysik und einer Mathematikerin, ist Iouri Podladtchikov ein Kosmopolit. Er war drei Jahre alt, als die Familie nach Schweden zog. Der Wohnsitz richtete sich immer nach den Universitätsstellen des Vaters. Nach vier Jahren in den Niederlanden kam Iouri als Achtjähriger nach Zürich und fand hier sein «seelisches Zuhause». Durch das viele Herumreisen habe er keine Sprache so gut gelernt, dass er sie als Muttersprache bezeichnen könne, sagt er in breitem Züridеutsch. «Mit meinen Eltern rede ich Russisch, dazu spreche ich Deutsch, ein bisschen Französisch, und Englisch.» Aber der Wortschatz, um sich im Schreiben so auszudrücken, wie es ihm gefallen würde, fehlt ihm in jeder Sprache.

Deshalb ist die Fotografie für ihn das ideale Ausdrucksmedium. «Die Bildersprache ist universell.» Auch in diesem Metier sorgte Podtladtchikov schnell für Aufsehen. Im Mai 2014 konnte er in der Lumas-Galerie in Basel ausstellen, und auch an der Foto 15, der grössten Werkschau für Schweizer Fotografie, war er präsent. Er bestritt eine Titelseite von 20 Minuten Friday. Dazu kommen viele kommerzielle Aufträge, die er gerne annimmt. Sicher sei ihm seine Bekanntheit zu Beginn nützlich gewesen, sagt der 28-Jährige. «Aber ein solches Mass an Anerkennung in der Fotografie hätte ich zu dem Zeitpunkt nie für möglich gehalten.»

FEINFÜHLIGE PORTRÄTFOTOS

Iouri achtet darauf, die Models so zu fotografieren, dass die Bilder ihnen selber Freude bereiten. Und erwähnt die Bescheidenheit, die er zu den schönsten Charaktereigenschaften eines Menschen zähle. «In der Fotografie ist es noch schwieriger, bescheiden zu sein. Dieses Medium erhält so viel Aufmerksamkeit und kann so viel Macht ausüben, dass dies oft missbraucht oder ausgenützt wird.» Auch er selber sei als Fotomodel schon «ausgezogen» worden, obwohl er die Kleider noch getragen habe. «Meine Verantwortung als Fotograf ist mir deshalb ganz besonders bewusst.»

Als Beispiel dafür nennt er die Porträtserie mit Topmodel Manuela Frey (20) im Central Park New York, die eher zufällig zustande gekommen ist (vgl. Seiten 22–23). «Ich habe in New York mein Zimmer eingerichtet und mich mit ihr auf einen Kaffee verabredet.» Auf dem Weg in den Park habe sie ihn gefragt, ob sie auch mal auf seinem Skateboard fahren dürfe. «Es war unglaublich: Sie hatte es voll drauf und hat sich dann auch aufs Board gesetzt, wie ich es getan hätte!» Letztlich widerspiegelt das Resultat dieses Shootings auch die Verschmelzung beider Welten, in denen er sich bewegt: der Fotografie und des Skate- und Snowboardens.

Als Fotograf wie als Sportler versucht Podladtchikov, Grenzen auszuloten und Momente voller Einzigartigkeit zu inszenieren. Er sieht aber auch Unterschiede zwischen den zwei Welten. «Beim Fotografieren hat man viel mehr das Gefühl, etwas gemeinsam erschaffen zu haben, nicht allein.» Und während er beim Snowboarden in der Halfpipe völlig den Schiedsrichtern und ihrer Bewertung ausgeliefert sei, sei es beim Fotografieren genau umgekehrt. «Meine kommerziellen Kunden liefern sich meiner Arbeit komplett aus, denn ich bin es letztlich, der ihre Ideen nach meiner Vorstellung umsetzt.»

«FOTOGRAFIEREN BERUHIGT MICH»

Mit der Fotografie als zweitem Standbein nimmt sich Iouri Podladtchikov auch sportlichen Druck weg. «Es gibt ein Polaroid-Foto von meiner Aussicht auf meinem Balkon im Olympischen Dorf vom 10. Februar 2014.» Wohlgemerkt: Das war am Vorabend des entscheidenden olympischen Wettkampfs in der Halfpipe von Sotschi. Schon als Kind sei das Berühren von Gegenständen wichtig für ihn gewesen. «Meine Snowboards mussten immer in meiner Nähe sein. Mit den Kameras geht es mir gleich. Ich muss sie immer wieder in die Hand nehmen.» Klar gehe es für ihn auch um seine Zukunft, ums Überleben oder Brotverdienen. «Aber Fotografieren ist viel mehr für mich. Es hat etwas Meditatives, es beruhigt mich.»

Seine Einstellung zur Fotografie widerspiegelt auch Iouri Podladtchikovs Entwicklung als Mensch. Nach dem Snowboarden, wo alles vollständig auf ihn ausgerichtet sei, müsse er wohl etwas weniger Egoistisches tun, sinniert er. Ich-Momente gebe es zwar auch in der Fotografie, aber viel schöner sei es, wenn man in den Betrachtern der Bilder etwas auslösen könne. Kürzlich habe er eine befreundete Band dabei unterstützt, ein Album zu produzieren. «Jemand anderem einen Traum zu ermöglichen, ist fast schöner, als dies für sich selber zu tun.» Um das zu merken, müsse man aber wohl zuerst gut zu sich selber sein.

Auf die Frage, wie er für sich den Sinn seines Lebens definiere, sagt er denn auch: «Aus mir einen Menschen zu machen, der anderen hilft und ihnen Dinge ermöglicht.» Auf dem Weg dahin ist die Fotografie ein wichtiges Mittel für Podladtchikov. «Es ist etwas Wunderbares, wenn aus dem Fotografieren etwas Physisches entsteht: ein Print in der Dunkelkammer, ein fertiges Bild mit Rahmen, das an der Wand hängt und den Menschen eine positive Energie vermittelt.»

Topmodel Manuela Frey im Central Park New York,
fotografiert mit **Leica M7, Summicron-M 24 mm, 1/125, f/1.4.**

DAS WESENTLICHE.
Leica Camera AG | Hauptstrasse 104 | 2560 Nidau | SCHWEIZ
Telefon +41(0)32 332 90 90 | Telefax +41(0)32 332 90 99 | www.leica-camera.ch