

# Schluss mit Silber?

## Das provozierte Elend der analogen Fotografie

Schämen Sie sich schon, nur mit einer „konventionellen Kamera“ zu fotografieren, ist Ihnen der Kauf von Filmmaterial unangenehm? Werden Sie als Verbraucher von Fotochemie zum Umweltfrevler gestempelt? Geben Ihnen vorbeilaufende Digitalknipser, nach mitleidigem Blick auf Ihre Fachkamera, den ernstgemeinten Tipp, sich doch mal etwas Modernes zu kaufen? Der Eigentümer eines Pianos wird von der Allgemeinheit im schlimmsten Fall als elitär, der Verwender einer Laufbodenkamera aber auf jeden Fall als rückständig angesehen. Woran aber liegt es, dass die analoge Fotografie bereits jetzt als reiner Anachronismus gilt?

Seit dem Aufkommen der digitalen Aufnahmetechnik, noch vor ihren ersten richtigen Schritten, haben viele Repräsentanten von Industrie, Medien und selbst Fotoverbänden lauthals den Abgang auf die Fotografie angestimmt. Schon 1982 erklärte das Magazin „Stern“ die Fotografie an sich für tot – wohlgehemmt, aufgrund der Präsentation eines so nie zur Marktreife gekommenen Vorläufers der Sony Mavica, einer Still Video-Kamera von schon theoretisch beklagenswert schlechter Qualität. Seitdem hat sich die klassische Fotografie samt ihrer Protagonisten nach jeder Wallung des digitalen Marktes immer mehr zurückgezogen. Teils weil man glaubte, die Hype mit der Digitalfotografie würde schon irgendwann wieder nachlassen. Teils weil man sich schlicht aufgegeben hat.

Inzwischen wird von sogenannten Experten nicht davor zurückgeschreckt, den Tod der Analogfotografie zu ihrem endgültigen Durchbruch als Kunstform zu stilisieren: Schließlich würde heutzutage jeder Fotograf digital arbeiten, analoge Verfahren wären somit „grundsätzlich historisch und sammelbar“. Man könne durchaus vom „Ende des fotografischen Zeitalters“ sprechen. Nun, nach Meinung vieler damaliger Kapazitäten, machte ja auch das Aufkommen der Fotografie im 19. Jahrhundert die Malerei obsolet. Heilige Einfalt!

Tatsache ist, dass von Jahr zu Jahr mehr fotografiert wird. Schätzungsweise 80 % dieser Aufnahmen verschwinden im digitalen Nirwana. Trotzdem bleiben Abertausende bunte Bildchen übrig, die uns Tag für Tag, über alte und neue Medien, gnadenlos überschwemmen.

### Das Eine tun, ohne das Andere zu lassen

Kein Zweifel, heute hat die digitale Fototechnik, optimale Werkzeuge und echtes Knowhow vorausgesetzt, eine Güte erreicht, welche die analoge in einigen Parametern übertrifft. Zum Beispiel erreicht man mit erstklassigen DSLRs bei Empfindlichkeiten von 800 ISO und mehr eine Bildqualität, wie sie selbst mit den besten hochempfindlichen Filmen nie und nimmer möglich ist, unabhängig in welchem Format. Und in einer nahezu völlig digitalisierten Welt spricht natürlich schon allein die stete Verfüg- und Verbreitbarkeit der Bilder für die digitale Aufnahme. In der Druckvorstufe wird seit Jahrzehnten, einzige Ausnahme sind rare Edeldrucktechniken, sowieso jedes Bild digitalisiert. Mit hochwertigem Tintenstrahlern erzielt man extrem komfortabel ausstellungsreife Ausdrucke. Kommerzielle Anwender müssen, um im Markt zu überleben, auf die digitale Fotografie setzen. Begabte Amateure und Profis schaffen mit digitalen Kameras und

Rückteilen seit Jahren ganz selbstverständlich herausragende Bilder. Nicht zuletzt hat die Fotografie mit ihrer Digitalisierung neue, oft auch jüngere, Anhänger gewonnen. So weit, so gut.

Nur, warum bedeutet die, oft auch nur durch schlichte Bequemlichkeit bedingte, Dominanz der digitalen Fotografie denn zwangsläufig den Tod der analogen? Warum wird die Analogfotografie zusätzlich durch die verbreitete und unreflektierte Verwendung der Bezeichnung „Konventionelle Fotografie“ diskreditiert? Ist eine digitale Aufnahme automatisch unkonzentriert?

Wie gesagt, fraglos hat die Digitalfotografie Vorzüge, diese sollen und können nicht wegdiskutiert werden. Nur gibt es zu ihr nach wie vor eine hochwertige, analoge Alternative. Unabhängig von der technischen Perspektive, ist die analoge Fotografie eine erhaltenswerte Kulturtechnik. Man muss dem Rufmord an diesem Medium Einhalt gebieten. Es geht nicht darum, welches Aufnahmeverfahren „besser“ ist. Sondern um den Unterschied, um die Bewahrung der Vielfalt. Hat man sich in anderen, von der Digitalisierung betroffenen Bereichen längst an die parallele Existenz analoger Verfahren gewöhnt und schätzt diese als interessante Alternative, schafft sich die analoge Fotografie quasi selbst ab.

Auch stellt sich die Frage, ob es von unserer Gesellschaft wirklich so clever ist, sich leichtfertig von einer Technologie, dereinst in den Händen eines Megakonzerns, abhängig zu machen.

Bestimmte Branchen, man denke nur an mechanische Uhren oder analoge Plattenspieler, haben inzwischen gezeigt, dass Totgesagte oft noch recht lebendig sind und in einer Nische glücklich werden können. Gelegentlich sind tote Marken und Produkte sogar auferstanden und weilen wieder fidel unter uns. Ist eine Segeljacht nicht spätestens seit dem Aufkommen des Dieselmotors außerordentlich gestrig? Es existieren sogar Musiker, die Röhrenverstärker bevorzugen! Wie altmodisch.

Otto Normalverbraucher wurde aber leider in den vergangenen Jahren erfolgreich eingebläut, dass jedwedes digitale Produkt per se besser sei, als die analogen Vorgänger. Drückt ein Unternehmen das magische Wort „Digital“ auf eine Verpackung, verkauft sich das betreffende Erzeugnis gleich doppelt so gut. Demnächst werden wir wohl auch digitalen Joghurt kaufen können.

### Irrungen und Wirrungen

Fakt ist, dass bereits seit langer Zeit viele Entscheider in der Fotobranche nicht wirklich mit der Fotografie verbunden sind. Oft genug nehmen Topmanager ihre erste Kamera in die Hand, nachdem sie in die Geschäftsführung eines Fotounternehmens eingestiegen sind. Manche nicht mal dann. Hingegen ist der Computer für diese Personengruppe seit fast einem Vierteljahrhundert ein täglicher Begleiter und unverzichtbarer Bestandteil des Lebens. Den meisten dieser Vertreter liegt die büromäßige Arbeit am PC selbstverständlich weit näher, als das handwerkliche Tun

in einem Fotolabor. Was Wunder, dass man in diesen Kreisen die Digitalfotografie von Anfang an als die beste und einzig akzeptable Lösung angesehen hat!

Ohne Frage werden, wenn nicht endlich auch einige Bosse den Mut und die Konsequenz zur Nische zeigen, noch viel mehr renommierte fotografische Marken und Produkte nahezu spurlos verschwinden. Oder glaubt man in den betreffenden Vorstandsetagen wirklich, gegen multinationale Industriegiganten anzukommen und wahrhaft neue, innovative Produkte entwickeln, zur Marktreife bringen und dann die Nachfrage durch weltweite, intensive Werbung in den Massenmedien ankurbeln zu können? Man frage doch mal Jugendliche, welche Markennamen aus dem Bereich „Consumer Electronics“ ihnen bekannt und positiv belegt sind! Ob da wohl viele der von Insidern geschätzten Fotofirmen dabei sind?

Hier in Deutschland haben gerade solche Hersteller wie Leica, Linhof, Rollei und Zeiss jahrzehntlang geglaubt, einzeln, vergleichsweise als Zwerge, gegen global entwickelte und produzierende Großkonzerne anzukommen, statt rechtzeitig gemeinsam fotografische Grundlagenforschung zu betreiben. Und wenn man dann doch etwas vollbracht hatte, traute man sich nicht an die Markteinführung – oder es war schlicht das Geld ausgegangen. Jetzt ist der sprichwörtliche Transrapid ganz offensichtlich längst in Richtung Fernost abgefahren.

Beispiele gefällig? Agfa ist laut Wirtschaftsexperten angeblich gescheitert, weil man dort zu spät auf Digitaltechnik gesetzt hat. Wohl eher zu früh, oder erinnert sich wirklich keiner mehr an die Agfa Scanner und sogar diverse Digitalkameras in den 90er Jahren? Gerade, als diese Digitalkameras qualitativ akzeptabel wurden, zog sich Agfa zurück. Als dann ein Revival klassischer SW-Materialien kam, bereinigte Agfa zeitnah genau diesen Teil des Sortiments. Dafür kaprizierte sich ausgerechnet Leica, der Erfinder des Kleinbilds und Pionier der dynamischen Available Light-Fotografie, längere Zeit auf klotzige Scankameras und diskreditierte parallel die digitale Fotografie an sich. Fast zu spät hat man sich in Solms entschieden, das Zuggpferd Leica M zu digitalisieren. Rollei zerschlägt sich regelmäßig selbst, statt konsequent seinen Weg zu gehen, bietet jetzt als ultima ratio sogar Einwegkameras an. Lediglich bei Zeiss scheint momentan eine Art Rückbesinnung einzusetzen. Vielen Firmen aus dem Bereich Imaging fehlt eine langfristige Perspektive. Die verbliebenen europäischen Fotounternehmen „kooperieren“ heutzutage mit nahezu jedem möglichen und unmöglichen Partner, der nicht schnell genug wegläuft. Oft genug gibt man aber lediglich seinen (noch) guten Namen für von A-Z von jeweiligen Partner entwickelte Produkte. Diese Partner wechseln oft schneller als das Wetter – ein Verhalten, das an Panik erinnert. Und voll in die Hose gehen kann, denn die Kunden brauchen keine identischen Produkte zum doppelten Preis.

Doch selbst die heutigen Marktführer aus Japan sehen trüberer Zeiten entgegen. Schließlich hat man dort lange und fatal erfolgreich die Fotografie marginalisiert – jetzt tut es für die meisten Verbraucher eben auch das Fotohandy „Made in Malaysia“. Hauptsache, das aufgepappte Logo stimmt.

Die größeren „Fachpublikationen“ loben derweil jedes neue Schwein, welches von dominanten Firmen durchs Dorf getrieben wird – wenn es denn nur ein digitales ist. Statt über Fotografie, wird über Computer Hard- und Software berichtet.

### Klassische Stärken

Ich appelliere an die Fotobranche – in der Hoffnung, dass es irgendwo noch einige Enthusiasten und nicht nur am kurzfristigen Erfolg interessierte Erbsenzähler gibt – der analogen Fotografie ihren Platz zu lassen und sie zu pflegen. Sicher wird dies nur eine Nische sein. Aber Nischenprodukte machen eine Technik interessant. Die in den letzten Jahren zu beobachtende freiwillige Gleichschaltung in punkto Produktentwicklung und Marketing ist ein kultureller Verlust und vergault anspruchsvolle Kunden. Natürlich, ein erfolgreiches Überleben in der Nische setzt oft genug eine Gesundheitskrümpfung voraus. Aber lieber klein und fein überleben, als beim aussichtslosen Kampf um den Weltmarkt zu sterben. Sogar gute und langfristige Geschäfte lassen sich in der Nische machen, Firmen wie Brooks (Fahrradsättel), Transrotor (Plattenspieler) oder Interlücke (Möbel) beweisen es.

Solvente Kunden verlangen von einem guten Namen aber auch eigenständige Produkte, beste Qualität und nicht zuletzt kompetenten sowie persönlichen Service – ob dies die verbliebenen Hersteller hochwertiger Fotogeräte noch leisten können und wollen, wage ich in vielen Fällen zu bezweifeln. Oft fehlt es auch an Stil. Stattdessen zieht man stoisch mit der Karawane weiter und wundert sich, wenn man von den fernöstlichen Giganten auf der Standspur überholt wird. Wer sich ausschließlich an Moden orientiert, läuft Gefahr, schnell zu veralten.

Also, zurück zu den traditionellen Tugenden! Liebe renommierte Fotohersteller, fertigt wieder langlebige, gerne auch analoge, Produkte für Liebhaber und Fachleute und findet Euch damit ab, dass mit den Massenmarkt dominierender Digitaltechnik der unteren und mittleren Kategorie mittelfristig nur noch woanders Geld verdient wird. Sonst gehen die wenigen verbliebenen Traditionsunternehmen beim sinnlosen Ringen mit der Realität auch noch pleite und um die Marktnische „Analoge Kameras“ kümmern sich wiederum lediglich chinesische Produzenten.

Übrigens: Auch in der klassischen Fototechnik stecken noch Möglichkeiten! So hat das potentielle Auflösungsvermögen bei Filmen und Objektiven in den vergangenen Jahren dramatisch zugenommen. Statt dieses Potential auszunutzen, sind nicht wenige Erzeugnisse zwischenzeitlich qualitativ eher schlechter geworden, ein untrügliches Zeichen von Degeneration. Die verbliebenen Anbieter von Filmen, Fotopapieren und Chemie sollten

nicht ausgerechnet die anspruchsvollen Produkte einstellen – langfristig dürfte ein edles Barytpapier eher überleben, als ausgerechnet die, auf einen fast nur noch virtuell existierenden Massenmarkt zielenden, Farbnegativfilme.

### Oldies mit Perspektive

Analog lebt, da noch genügend Freunde mechanischer Kameras und klassischer Aufnahmeverfahren existieren und nicht zuletzt auch weil es, zumindest auf Seite der Anwender, Individualisten mit einer Abneigung gegen beliebige „Geiz ist geil“ Massenprodukte gibt, Individualisten, die für wirklich hochwertige Geräte auch gerne mal den einen oder anderen Euro mehr ausgeben, die aber, mangels neuer Alternativen und/oder motivierender Ansprache, momentan primär auf den Gebrauchtmarkt schauen. Kleiner Hinweis: Die 40-, 50- und 60jährigen sind auch noch Kunden – sogar eine stetig wachsende, nicht selten zahlungskräftige, Klientel. Produktentwicklung und Marketing nicht weniger Fotokonzerne sind aber auf Teens und Twens ausgerichtet, ein Konsumentenkreis, der sich seit jeher eher weniger für exquisite Kameras und Zubehör interessiert. Statt MP3-Player in die Kamera zu implantieren, würde sich so manch seniler Kunde jenseits der 30 über größere Bedienungselemente freuen.

Viele Menschen haben in der analogen Fotografie auch ihr ganz persönliches Ausdrucksmittel gefunden, dem sie sich mit Enthusiasmus widmen. Hier zählen keine technischen Argumente, sondern nur die spezifischen Möglichkeiten und Einschränkungen des Mediums, die bewusst eingesetzt werden. Techniken wie Lithografie und Pastellmalerei werden ja auch nicht angewandt, weil sie so praktisch sind.

### Soll die analoge Fotografie aus rein ökonomischen Gründen sterben?

Vielleicht ist es höchste Zeit für eine Interessengemeinschaft, die sich um die Erhaltung und Weitergabe der klassischen Fotografie kümmert und deren Fahne hochhält? Nicht bezogen auf spezielle Arbeitsbereiche wie „Fine Art“, Naturfotografie, Bildjournalismus etc. oder gar Kameramarken, sondern themen- und markenübergreifend und als einziges Bindeglied das Vergnügen an der Silberhalogenidfotografie. Ziel ist kein Kreuzzug gegen die digitale, sondern die Pflege der analogen Fotografie. Kein Verein, sondern ein lockerer Zusammenschluss engagierter kommerzieller und nichtkommerzieller Fotografen, der einen steten Erfahrungsaustausch betreibt, sich darum bemüht, auch jüngere Menschen wieder an die analogen Verfahren heranzuführen und vielleicht sporadisch Treffen und Veranstaltungen ausrichtet? Sicher stehe ich mit meinen Gedanken nicht allein – wer macht mit?

### Guido Puttkammer

Guido Puttkammer war, nach Abschluss seiner Ausbildung zum Industriefotografen, im Fotohandel und als Kameraassistent beim NDR tätig. Dann arbeitete er mehrere Jahre bei der Hasselblad Vertriebsgesellschaft, zum Schluss als Produktmanager. Seit 2000 ist er Sales Manager bei der deutschen Tochter des schwedischen Blitzherstellers Profoto. Parallel veröffentlicht er Artikel in Fachzeitschriften, arbeitet an Fotobüchern mit und fotografiert als überzeugter Amateur Architektur, Landschaft und Still Life – Analog und Schwarzweiß. Er ist Mitglied der DGPh und des Vereins „Architekturbild“. Kontakt: [gepkiel@aol.com](mailto:gepkiel@aol.com)