

Die Nackten und die Quoten oder drei Thesen für eine Schweizer Pressefotografie

Die Schweizer Pressofotografie steht an einem Kreuzweg. Will sie ihre guten Ruf verjubeln oder sich den Herausforderungen des digitalen Zeitalters, der globalisierten Bildermärkte und des Internets stellen? Wenn sie sich für die Zukunft entscheidet, muss sie in der Gegenwart handeln.
Von Daniele Muscionico

Der Pressefotografie fehlt es an Anerkennung. Ganze Bibliotheken schwitzen unter der Last der Literatur, die zur Geschichte der Fotografie publiziert worden ist. Wer etwas auf sich hält, besitzt Walter Koschatzkys «Die Kunst der Fotografie» und Gisèle Freunds Abhandlung «Photographie und Gesellschaft». Mindestens.

Wie aber verhält es sich mit der Pressefotografie? In Sachen Literatur mager. Weder existiert ein Übersichtswerk (bis auf den nicht über jeden Zweifel erhabenen Katalog «The Eye of Switzerland», «15 Years of Swiss Press Photo») über die heutigen Strömungen der Schweizer Pressefotografie, noch eine Würdigung der prägenden Personen. Diesen Defiziten steht indes eine Pionierleistung gegenüber. Das Medienausbildungszentrum Luzern (MAZ) bietet ein dreisemestriges Vollzeitstudium Pressefotografie an, eine Einmaligkeit im deutschsprachigen Europa. Die Medienschule Nordwestschweiz immerhin offeriert einen Crashkurs, einen berufsbegleitenden Lehrgang bestehend aus 22 ein- und mehrtägigen Seminaren. Nicht zu vergessen die Leistungen der Vereinigung fotografischer Gestalter (vfg): The Selection vfg., der Fotopreis der Berufsfotografen, führt auch eine Kategorie «Redaktionelle Fotografie» und darf als beispielhafte Imagewerbung für die (Presse-)Fotografie gelten.

Es braucht Vorbilder

Doch wer tagtäglich an der Front steht, muss Vorbilder haben. Wo findet er sie? In Sachen Ausbildung nicht mehr nur, wie noch in den frühen neunziger Jahren, am International Center of Photography (ICP) in New York, sondern heute endlich auch am MAZ. Und sicher orientiert sich der Schweizer Pressefotograf, die Schweizer Pressefotografin an den Preisträgern des World Press Photo Award oder des Pulitzerpreises. Doch

man rechne: Die renommierte amerikanische Auszeichnung für herausragenden Journalismus wird für 17 verschiedene Textsorten verliehen – doch lediglich in zwei Kategorien der Pressefotografie. Nicht anders steht es in der Schweiz, der Bildjournalist führt neben dem Textjournalisten ein karges Leben. Jährlich stehen zirka 30 Medienpreise für Textautoren bereit, lediglich vier indes für Bildautoren. Dazu muss gesagt sein: der Fotopreis der «SonntagsZeitung» liegt quasi noch in den Windeln; hinter die Seriosität des Schweizer Pressefoto Award müssen Fragezeichen gesetzt werden; und der Espace Media-Preis für Pressefotografie (Swiss Press Photo), der Eyecatchern formal und technisch saubere Arbeiten vorzieht, ist bedauerlicherweise für inhaltlich arbeitende Pressefotografen seit einigen Jahren keine Empfehlung mehr.

Pressefotografie beginnt, wo die Jagd nach dem Primeur endet. Was für die Musik, den Film, das Fernsehen gilt, wird künftig auch für Printmedien gelten: Die News gehen online. In den USA etwa lesen noch 23 Prozent der unter 30-Jährigen eine Tageszeitung, bei den älteren sind es immerhin 60 Prozent. Die «Washington Post» hat in den letzten 10 Jahren 17, die «Los Angeles Times» 25 Prozent der Auflage verloren.

Zweite Chance

Dieser mediengeschichtliche Wandel bedeutet eine zweite Chance für die Pressefotografie. Denn die Jagd nach dem klassischen Primeur ist durch das Internet obsolet geworden. Im Netz, der Einschaltquote verpflichtet, soll das News-Bild bestenfalls Schlagzeilen auffrischen, Verknüpfungen erleichtern und Querverbindungen herstellen. Es klingt paradox – doch genau in den langsameren Printmedien schlägt heute die Stunde der Pressefotografie. Das Bild, vor-

mals zur ästhetischen Vignette degradiert – schmerzhaft erinnernd an die Zeit der grossen Fotoessays und anspruchsvollen Bildreportagen – kann es heute eine Tageszeitung aufwerten und für Relevanz sorgen. Denn nur ein Medium, das sich eine redaktionelle Bearbeitung leistet, garantiert die notwendige Auswahl der Information, liefert, anders als das Internet, Vertiefung und Perspektivwechsel. Hierzu ist das Bild die Instanz der Stunde. Es ist schneller lesbar als jeder Text und spricht es genau jene Ebenen jenseits des Bewusstseins an, die für einen nachhaltigen Eindruck sorgen. Oder, fragen wir uns selber: War Marilyn Monroe ein fröhlicher Mensch? War Albert Einstein humorvoll? Und was sehen wir vor unserem geistigen Auge, wenn wir an den Vietnamkrieg denken?

Die Bedeutung der Pressefotografie von heute zeigt sich morgen. Dass die Qualität herausragender Zeitungs-fotografie oft post festum erkannt wird, zeigt sich gegenwärtig nicht nur im Museum Tinguely und der Ausstellung des Pressefotografen Kurt Wyss. Oder in der plötzlichen Karriere und Anerkennung durch den Kunstmarkt des Polizeifotografen Arnold Odermatt. Auch die Aktivitäten der Fotostiftung Schweiz sind eine einzige Hommage an Presse- und das heisst Autoren-Fotografen wie Hans Baumgartner, Walter Bosshard, Emil Brunner, René Burri, Ivan Dalain, Theo Frey, Rob Gnant, Hans Staub, Jakob Tuggener... Persönlichkeiten wie sie, Bilder wie ihre sind unser visuelles Gedächtnis, sind Basis für die individuelle und kollektive Erinnerung der Menschen in der Schweiz. Wer sagt uns, ob die Burris und Dalains von morgen heute nicht Gaëtan Bally heissen, Didier Ruef, Laurent Gilliéron, Pierre-Yves Massot oder Fred Merz? ◀

Daniele Muscionico ist Autorin bei der NZZ