



01

Food-Fotografie

Das Auge isst mit

Seit vier Jahren trifft sich im dänischen Vejle die Szene der Food-Fotografen, um sich zu vernetzen und über Trends auszutauschen. Die ausgestellten Bilder sind Leckerbissen fürs Auge. Und machen richtig hungrig.

TEXT
Doris Oberneder

Ausgerechnet Vejle (sprich: Weile)! So fliege ich also von Zürich nach Brüssel, verpasse fast den Anschlussflug mit dem kleinen Propellerflugzeug in die Legostadt Billund und komme nach einer halbstündigen Busfahrt durch liebliche Landschaft endlich in Vejle an, dem Austragungsort des Foodphoto Festivals. Neugierig, wie die Fotografen dem steigenden Wettbewerb aus der Bloggerszene begegnen und über den Hype rund um gutes Essen denken, treffe ich zuerst Günter Beer, den Initiator des Festivals und leidenschaftlicher Food-Fotograf. Er ist überzeugt, dass die Intimität und Beschaulichkeit dieser Kleinstadt im Süden von Dänemark automatisch zu Austausch und Networking führen wird. Aus 30 Ländern aller Kontinente waren vor allem Fotografen und Stylisten angereist, um sich zu vernetzen und

über Trends auszutauschen. In der schönen alten Spinnerei und an weiteren Orten in der Stadt werden Vorträge gehalten, Workshops durchgeführt, Portfolios beurteilt, Fotografien ausgestellt und ein Preis in den Kategorien «Food Feature» (Reportage) und «Food Photo» (Studio) verliehen.

Aktuelle Trends beim Studio-Still

Mary Valentin, Dozentin und Food-Stylistin aus Chicago, nimmt bei ihrem Vortrag über die Rolle des Stylings in der Fotografie Bezug auf die klassisch-barocke Tafel in der Malerei und untersucht, wie das Auge über das Bild geführt wird und wo es schliesslich zur Ruhe findet. Günter Beer sieht sich bestätigt: «Indem die Food-Fotografie die Tradition der klassischen Food-Malerei weiterführt, braucht sie ihren Platz in Museen zeitgenössischer Kunst.»

Ich bin wegen der Workshops gekommen. Leider waren die Food-Styling-Workshops zu schnell ausgebucht, und ich musste auf andere ausweichen.

Karin Klammer, Fotografin
und Grafikerin aus Österreich



Foto: Scott Grummett

02

- 01 Reminiszenz an die 50er-Jahre bei Michael Crichton und Leigh MacMillan.
- 02 Foodporn bei Scott Grummett: «Der Betrachter soll so richtig hungrig werden!»
- 03 Appetitlich reduzierte Farbigkeit bei Heidi Robb.
- 04 Auch hier die 50er ganz gross: Drina Cabral.
- 05 Künstlerische Interpretation des dänischen Fotografen Poul Ib Henriksen.



Foto: Nathan Dreimiller

03



Foto: Drina Cabral

04



Foto: Poul Ib Henriksen

05

Neben knallbunten Verweisen auf die 50er-Jahre mit hoher Farbsättigung finden sich aufs Wesentliche reduzierte Stills und monochrome ruhige Arbeiten im «nordischen Stil». Stylisten bringen sich kreativ ins Set ein, müssen Sehgewohnheiten kennen und Unnötiges weglassen. Vielfach wird von Weissraum gesprochen. Es tut gut, dem Auge Raum zu lassen, anstatt Leere mit unmotivierten Bröseln auf dem Untergrund aufzufüllen. Manche Foto-

grafien und Fotografinnen integrieren Hände oder Silhouetten und geben dem Bild so etwas Persönliches.

Ich habe sehr interessante Tricks kennengelernt, wie man mit Styling Highlights und Akzente setzen kann.

*Oxana Afanasyeva,
Fotografin aus Italien*

Auch künstlerische Ansätze sind zu sehen: Einige von Poul Ib Henriksens Arbeiten erinnern an die Gemälde Morandis mit einem Hauch Margritte, Jonathan Gregsons fragile Aufbauten muten surrealistisch an, und Meerestiere und Fische werden bei Richard Houghton auf ihre faszinierende Form reduziert. Erik Olssons

«Es ist ein Fehler, ein Still mit Bewegung aufzumotzen»

Interview mit Scott Grummett (29), der als Food-Fotograf und Filmdirector für Kunden weltweit arbeitet. Er lebt und arbeitet in London.



Foto: zVg

Werbewoche: Sie haben als Food-Fotograf angefangen und sind schliesslich beim Film gelandet. Was ist Ihre Rolle auf dem Set?

Scott Grummett: Am Anfang fand ich es recht gewöhnungsbedürftig, die Kamera nicht selbst in die Hand zu nehmen. Aber das macht durchaus Sinn, weil nur so kann ich mich voll auf die Handlung am Set konzentrieren. Ich zeige meinem Team, wie es das Licht setzen soll. Ausserdem demonstriere ich, in welcher Art und Weise und wie schnell sich die Kamera bewegen soll.

Wie viele Leute arbeiten mit Ihnen am Set?

Normalerweise arbeite ich mit mindestens zehn Leuten zusammen, wenn ich zum Beispiel Filme für Social Media mache. Je nach Budget und Zeit können es aber vor allem für TV- oder Kino-Spots bis zu 30 Leuten werden. Da ist gutes Teamwork essenziell. Mit einer unterstützenden Atmosphäre, wo jeder das einbringt, was er am besten kann, entspannt sich die Stimmung recht schnell.

Wie bereiten Sie die Filme vor?

Ich mache Mood- und Storyboards selbst, weil ich die Kontrolle darüber behalten möchte. Ich finde es äusserst wichtig, dass jeder die Vision versteht.

Was halten Sie vom Trend, Bewegtbilder einzusetzen?

Ich halte das für einen grossen Fehler. Es ist besser, einen 10-Sekunden-Film zu machen, anstatt ein Still mit Bewegung aufzumotzen. Man kann bereits in solch einer kurzen Zeitspanne eine Story erzählen.

Sie setzen gerne starke Musik in Ihren Filmen ein. Wie kommen Sie an diese Musik?

Wir mischen den Sound erst nach dem Filmen dazu. Normalerweise versuchen wir, unbekanntere Künstler über Spotify zu finden, die coolen Sound machen, aber trotzdem gut produzieren und noch finanzierbar sind. Aber wir kaufen auch Lizenzen vom Videostock. Das ist wieder sehr stark vom Budget abhängig.

Reportage über einen jungen Koch, der sich langsam zum Starkoch hocharbeitet, ist eine sinnlich-poetische Hommage in Schwarz-Weiss und sanfter Farbigkeit.

Mit ihrer Fotoreportage und dem Filmmaterial über einen Jungen, der am Prader-Willi-Syndrom leidet – einem Gendefekt, der übermässigen Appetit verursacht –, gewinnt Maisie Crow schliesslich den Preis für die beste Reportage aus dem Food-Bereich. Aber nicht nur in der Reportage ist Storytelling wesentlich. Auch beim Food-Still werden die Form der Darstellung, der Untergrund und die verwendeten Props vom Inhalt bestimmt. Authentizität, eine nachvollziehbare Geschichte und die dem Fotografen eigene Handschrift unterscheiden professionelle Food-Fotografie vom Blogfoto. «Qualität und Vision sind entscheidende Unterscheidungsmerkmale

guter Food-Fotografen gegenüber Bloggern, bei denen Imitation eine grosse Rolle spielt», sagt der Fotograf Per-Anders Jørgensen.

Teamwork ist alles

Fotografen, Stylisten und Köche ergänzen sich idealerweise und fördern den kreativen Austausch unter Beachtung der Rahmenbedingungen, die durch die Zielgruppe und den Auftraggeber gesetzt werden. «Ein Fotograf muss die Story verstehen. Und der Stylist muss die Geschichte mit in die Gestaltung aufnehmen», sagt Sylvan Müller, Food-Fotograf aus Luzern.

Eines ist sicher: Das Genre Food-Fotografie birgt ein grosses Potenzial für kreatives Storytelling, sodass wir uns auch in Zukunft auf vielfältige Umsetzungsmöglichkeiten anstelle eines Einheitsbreis freuen können.

«Das Festival hat mich aus dem Alltag gerissen und meine Leidenschaft für Styling und Fotografie neu entfacht.»

Rebecca Wild, Fotografin
und Stylistin aus England



FOODPHOTO FESTIVAL

VEJLE DENMARK



Das Foodphoto Festival ...

... fand dieses Jahr bereits zum vierten Mal statt. Es haben 280 Menschen aus 30 Ländern aller Kontinente teilgenommen. Ziel des Festivals ist es, Food-Fotografen und -Stylisten einen professionellen Austausch zu ermöglichen und mit Art-Direktoren und Art-Buynern zu vernetzen. Neben Workshops und Portfolio-Reviews werden Vorträge gehalten und zahlreiche Fotografien ausgestellt. Es wird je ein Preis in der Kategorie Studio und Reportage verliehen. Auch 2019 wird der Austragungsort wieder Vejle sein.

Foodphotofestival.com

Die Autorin: Doris Oberneder ...

... ist langjährige *Editorial Designerin* und leitet seit Mai 2017 die Abteilung *Brand Experience & Design* bei Betty Bossi.

«Halbherzige Umsetzungen können Ekel hervorrufen»



Interview mit Günter Beer, der 2010 das Foodphoto Festival gegründet hat und es seither organisiert und kuratiert. Beer arbeitet als Fotograf und Journalist und hat bereits mehr als 50 internationale Kochbücher und 12 Koch-Apps herausgebracht. Beer lebt in Barcelona.

Werbewoche: Sie haben 2010 das Foodphoto Festival ins Leben gerufen. Was war der Anlass?

Günter Beer: Ich hatte festgestellt, dass Food-Fotografie nicht als Fotografie wahrgenommen wurde. Anstelle der gestalterischen Qualität wurden eher die Zutaten auf dem Bild diskutiert. Gleichzeitig wollte ich den persönlichen Austausch innerhalb der Community fördern. Meine Arbeit profitiert sehr von diesem Erfahrungsaustausch und der gegenseitigen Inspiration.

Wen wollen Sie mit dem Festival ansprechen?

Ich möchte Fotografen und Stylisten, die auf einem hohen professionellen Niveau arbeiten, zusammenbringen. Ausserdem möchte ich ihnen ermöglichen, sich mit Art-Direktoren, Art-Buynern und anderen potenziellen Auftraggebern zu vernetzen.

Wie haben Sie die verschiedenen Ausstellungen zusammengestellt?

Einerseits können Fotografen Arbeiten einreichen, andererseits recherchiere ich nach interessanten Fotografen und Stylisten und lade sie ein, am Foodphoto Festival auszustellen. Gefragt sind jedoch nicht die besten Arbeiten der letzten Jahre, sondern eine Fotoserie, die zeigt, wie stringent eine Story erzählt wird.

Der Preis für die beste Reportage ging dieses Jahr an Maisie Crow mit ihrer berührenden Geschichte über einen Jungen mit Prader-Willi-Syndrom. Wird hier der Begriff der Food-Reportage nicht gewissermassen auf Sozialreportage ausgeweitet?

Wir fassen den Begriff breiter. Es geht ums Essen als kulturelles Ereignis. Am Foodphoto Festival haben Architekturaufnahmen von Weingütern oder Restaurant-Interieurs und Porträts von Köchen ebenso Platz wie Sozialreportagen. Maisie Crow hat sehr starke Bilder geschaffen und die statischen Fotografien mit verschiedenen Mitteln wie Voice-over und Video zu einem dichten Erzählstrang erweitert.

Die Erwartungshaltung an Fotografen steigt. Neben dem Bild ist vermehrt auch Video gefragt.

Ohne das nötige Team und Equipment geht das häufig schief. Gerade im Food-Bereich ist es sehr wichtig, dass etwas appetitlich dargestellt wird. Halbherzige Umsetzungen können genau das Gegenteil der Absicht bewirken, nämlich Ekel hervorrufen.

Das Thema Essen hat einen starken Boom erlebt. Ist der Peak erreicht?

Jeder Mensch muss mehrmals am Tag essen. Es gibt verschiedene Gruppen: Menschen, die immer das Gleiche kochen, solche, die nicht kochen können und nach Kochbuch vorgehen, und die, die sich gerne von einem Rezept inspirieren lassen. Im Gegensatz zur Internetsuche bieten ein Kochbuch, eine spezifische Website oder eine App kuratierten Inhalt an, gewissermassen eine Sicherstellung, dass das Rezept gelingen wird.

Wohin soll sich das Foodphoto Festival entwickeln?

Das Foodphoto Festival soll persönlich bleiben und auf einem hohen professionellen Niveau weitergeführt werden. Nur so ist ein sinnvoller Austausch für die Teilnehmer möglich.