

Der subversive Poet

„Was könnte in der Muschel am Strand geschehen, was ich nicht erwarten würde?“ hat sich Thomas Herbrich bei diesem Bild gefragt. Im Original zeigte das Auftragsfoto für einen italienischen Möbelhersteller eine Küche. Nach langer Überlegung stand die Antwort fest: „Was ich nicht erwarten würde, ist ein Seepferdchen, das da drin in einer Badewanne sitzt.“ Der Sandstrand wurde im Studio mit echtem Nordseestrand gebaut, die Rippeln im Sand wurden aus Styropor vorgeformt. Die Muschel war in natura 30 Zentimeter groß und war eine Leihgabe des Düsseldorfer Aquazoo. Für den Himmel wurden zwei Bilder, für Mond und Meer je ein weiteres Bild einmontiert

Hinter der grünen Fassade eines Efeu überwucherten Hinterhofgebäudes im Düsseldorfer Stadtteil Derendorf sitzt einer der kreativsten Bildermacher Deutschlands. In dem ehemaligen Werkstattgebäude hat sich der 45jährige Fotocomposer Thomas Herbrich mit seiner dreiköpfigen Mannschaft niedergelassen. Der Flachbau beherbergt unter einem Dach Fotostudio, Modellwerkstatt, Labor, Computerraum und Archiv.





Subversiver Poet:
Thomas Herbrich

Achtzig Prozent seiner Arbeitszeit verbringt Thomas Herbrich vor dem Bildschirm



Angefangen hat alles mit einem Flugzeugbrand. Der sechsjährige Thomas Herbrich zündet ein Modellflugzeug an, um es zu fotografieren. Pech nur, dass der Sucher einen anderen Ausschnitt zeigt, als das Objektiv aufnimmt – auf dem späteren Bild ist von dem Flugzeug nur wenig zu sehen. Spektakuläre Bilder zu machen, Thomas Herbrichs erklärtes Ziel in der Fotografie – das war ganz offensichtlich bereits das Bestreben von Klein-Thomas mit seinem allerersten Bild.

Mit 17 beginnt Thomas Herbrich eine Lehre bei dem Werbefotografen Klaus Ohlenforst in Düsseldorf. Dort lernt er das Handwerk der Fotografie. Doch schon zu dieser Zeit beschleicht ihn ein Unbehagen: „Mich hat eigentlich immer gestört, dass die Bilder nie hinterfragt wurden. Denn im wesentlichen waren es bei aller technischen Perfektion reine Produktfotos. Und wenn es das Produkt nicht mehr gibt, gibt es auch solche Fotos nicht mehr.“ Seine, wie er sagt „Erweckung“, geschieht, als er Stanley Kubricks Film „2001 – Odyssee im Weltraum“ sieht. Tage- und nächtelang wird er die eindringlichen Bilder dieses Films nicht mehr los. Er kündigt und beschließt, solche Bilder zu machen. Der Zivildienst in einer behördlichen Reproanstalt bietet ihm unverhofft die Möglichkeit, genau solche Bilder auszuprobieren und das klassische Composing zu erlernen.

PLÖTZLICH SELBSTÄNDIG

„Ich wachte auf und war selbständig“. So beschreibt Thomas Herbrich augenzwinkernd seine Situation nach dem Zivildienst. Mit der unbekümmerten Dreistigkeit des Anfängers gelingt es ihm, sofort einen lukrativen Auftrag an Land zu ziehen. Von dem Vorschuss, den er dafür bekommt, legt er sich überhaupt erst die Fachkamera zu, die er für den Auftrag braucht. Nach einem Intermezzo in der Filmbranche – Herbrich produziert die Special Effects für Roland Emmerichs Film „Das Arche Noah Prinzip“ – vervollkommnet er im Laufe der nächsten Jahre seine klassische Composingtechnik so weit, bis er an die physikalischen Grenzen des Metiers stößt. Ein technischer Quantensprung ist gefragt, und deshalb legt er sich früher als alle anderen 1990 ein digitales Bildbearbeitungssystem zu. Der Umstieg auf eine Technik, die noch in den Kinderschuhen steckt, endet mit einem Fiasko. Herbrich produziert ein Bild auf der Anlage und stößt sie mit großem Verlust wieder ab. Weitere fünf Jahre traditionelles, analoges Composing folgen, in denen Herbrich seine Technik zu einer solchen Perfektion entwickelt, dass seine Arbeiten aus dieser Zeit kaum von den digital erzeugten Arbeiten späterer Jahre zu unterscheiden sind. Dennoch steht 1995 endgültig der Umstieg auf digitales Composing an. Er legt sich eine Silicon Graphics-Workstation mit dem Bildbearbeitungsprogramm Eclipse, einen Trommelscanner und



Eine Karikatur von Trez aus dem Jahre 1950 diente als Anregung für eines der jüngsten Bilder Herbrichs. Die Insel wurde als Modell im Maßstab 1:50 nachgebaut, die Palmen stammten von einem befreundeten Modellbauer. Die natürlichen Strukturen im Sand kamen zustande, indem das Modell einige Sekunden gerüttelt wurde. Für die Wasserfläche wurde der Rhein von einer Brücke herunter fotografiert; als überaus kompliziert erwies sich anschließend die Bearbeitung der Uferzone, bei der die Insel unter Wasser noch zu sehen sein musste. Die Person wurde an einem Tag aufgenommen, als Lichtrichtung und Personenschatten genau stimmten

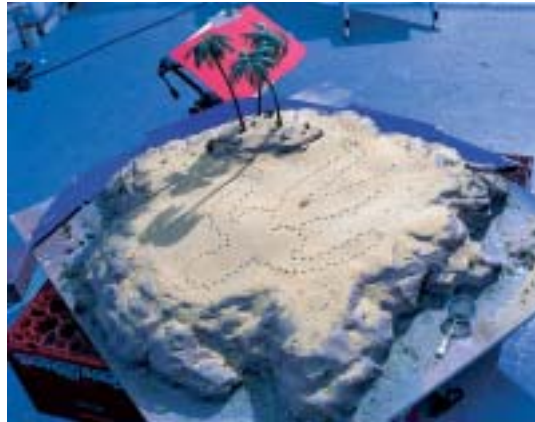
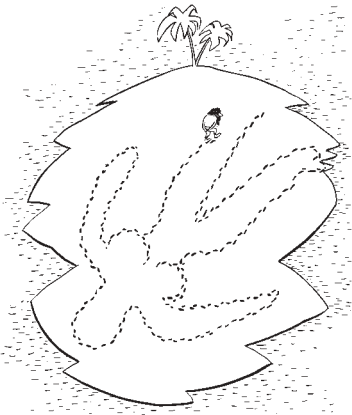
einen Belichter zu. Insgesamt hat der digitale Umstieg Thomas Herbrich bis heute weit über 400 000 Mark gekostet. „Ich glaube kaum“, meint er, „dass das bis heute wieder hereingekommen ist. Aber vielleicht gäbe es mich am Markt gar nicht mehr, wenn ich nicht investiert hätte.“

Herbrichs Kunden sind häufig Banken und Versicherungen, also Dienstleistungsunternehmen, deren Produkte man nicht sehen und deshalb auch nicht direkt fotografieren kann. Für diese Produkte müssen symbolische Bilder gefunden werden, und dafür ist Thomas Herbrich prädestiniert. Aber auch für die Autoindustrie oder für Sportartikelhersteller illustriert er Imagekampagnen. Die Ideen dafür kommen von den Art Directoren der Werbeagenturen und liegen Herbrich als Skizze oder bereits als Entwurf in Photoshop vor. Insbesondere aus Deutschland bekommt er manchmal so fertige Layouts, dass er sich wundert, warum sie nicht so genommen werden, wie sie sind. Viele Art Directoren in Deutschland sind nämlich verhinderte Fotografen oder Maler, und sie erwarten, dass ihre Vorgaben eins zu eins umgesetzt werden. „Aber manchmal mache ich das einfach nicht und überrasche sie dann mit einer besseren Lösung. Oder ich mache zwei Lösungen, Pflicht und Kür, und meistens wird dann die Kür genommen.“ Anders

dagegen seine Kunden im Ausland: Für sie ist Herbrich ein Künstler, dem man entsprechende Freiheiten lassen darf und muss. Sie begrüßen es sogar, wenn er gegenüber der Vorgabe noch eins drauf setzt und dabei trotzdem die Aufgabe erfüllt.

KOMIK AUF DEN ZWEITEN BLICK

Herbrichs Bilder zeichnen sich durch ihren verblüffenden Witz, durch ihre irritierende Doppelbödigkeit und Doppeldeutigkeit aus. Es ist möglich, sie auf verschiedenen Ebenen zu lesen. Hinter der visuellen und visionären Wucht, mit der die Bilder auf den ersten Blick aufwarten, offenbart sich dem Betrachter bei fast allen Bildern eine leise, fast poetische Ironie, die nicht zuletzt aus der Fülle interessanter und komischer Details resultiert. Manchmal sind regelrecht subversive Details in Herbrichs Bildern versteckt, die erst auf den dritten Blick zu entdecken sind und deren Bedeutung sich zuweilen nur dem Insider erschließt. Wenn beispielsweise an unauffälligen Stellen in seinen Bildern eine sechsstellige Zahl erscheint, dann ist es mit Sicherheit seine Telefonnummer. Und Herbrich versteht es, seine Bilder so aufzubauen, dass der Betrachter Schritt für Schritt durch die bedeutsamen Stationen im Bild gelenkt wird. „Studiere die alten Meister der Malerei“, ist sein Rat-



schlag an den, der die Dramaturgie der Blickführung lernen möchte. „Ich habe keine persönliche Botschaft, die ich mit meinen Bildern vermitteln will“, sagt Herbrich. „Ich will einfach nur, dass die Menschen sich bei meinen Bildern nicht langweilen, dass sie sie interessant finden und vielleicht sogar schmunzeln.“ Trotz verschiedenster Themen stellt dieser inhaltliche Aspekt, nämlich sein spezifischer, hintergründiger Humor, einen Zusammenhang zwischen Herbrichs Bildern her. Es sind aber auch formale Merkmale, die seinen Bildern ihr einzigartiges Fluidum verleihen. Im Zuge seiner technischen Fortentwicklung ist es ihm gelungen, die Atmosphäre in seinen Bildern immer mehr zu nuancieren und zu einem eigenständigen Charakteristikum zu entwickeln. Diese Entwicklung basiert auf zunehmender Erfahrung mit Wirkungen im Bild und wachsendem Wissen über die Bildgegenstände, aber auch auf der Souveränität im Umgang mit dem Bildbearbeitungsprogramm. Es ist nicht zuletzt diese Atmosphäre, die Herbrichs Bildern zu ihrer Authentizität und Glaubwürdigkeit trotz aller surrealen Inhalte verhilft. Thomas Herbrich hat mit seinen Bildern etwas geschafft, was nur sehr wenige Fotografen schaffen: Er besitzt einen unverwechselbaren Stil. Wenn man ein Bild von ihm sieht, weiß man: Das ist ein Herbrich. Zwar bringt Herbrich sicherlich Talent für außergewöhnliche, für spektakuläre Bilder mit. Aber er hat sich seinen unverwechselbaren Stil, seine Handschrift in zwanzig Jahren auch systematisch erarbeitet. Selbst für Kreativität hat er Rezepte. „Zunächst einmal muss man in einer fröhlichen

Stimmung sein. Ich würde ein Glas Bier, 0,2 Liter, empfehlen, aber keinesfalls mehr. Man muss diese Stimmung suchen, in der einem etwas zufließt.“ In letzter Zeit lässt er sich häufig von Karikaturen

anregen. Karikaturen sind für ihn phantastische, auf den Punkt gebrachte Kurzgeschichten. Auch Texte können hilfreich für eine Bildidee sein. Was ihm nicht hilft, ist, wenn er Fotos anschaut. Brainstorming mit seiner Crew setzt er ebenfalls als Bildfindungstechnik ein. Dabei stellen sie sich einen bestimmten Ort vor und fragen sich: Was könnte jetzt dort passieren, was ich nicht erwarten würde? „Das Unerwartete, das Verblüffende – das ist ein toller Ansatz, um Bilder zu finden. Zum Beispiel das Bild ‘Seepferdchens Abendtoilette’. Da haben wir uns gefragt: Was würde ich in dieser Muschel nie erwarten? In dem Originalfoto des Auftrags war da eine Küche drin. Ich dachte: So eine hübsche Umgebung – da musst du doch was daraus machen. Und dann kamen wir nach ein paar Wortspielen auf das Seepferdchen in der Badewanne.“

ZEITLOSE BILDER

Herbrich legt großen Wert darauf, dass seine Bilder, auch seine Auftragsbilder, zeitlos sind. Am liebsten sind ihm deshalb Bilder, auf denen keine Produkte des Auftraggebers zu sehen sind. Natürlich lässt sich das nicht immer beherzigen, doch in diesen Fällen strickt er ein Bild häufig noch einmal um, wenn ein Auftrag abgeschlossen ist. Auch wenn Menschen im Bild zu sehen sind, achtet er darauf, dass sie nicht modisch-gegenwartsbezogen gekleidet sind, denn sonst kann ein solches

Art Director: Verantwortlich für die konzeptionell-visuelle Umsetzung von Werbekampagnen.

Composing: Zusammensetzen eines Bildes aus mehreren Einzelbildern oder Bildbestandteilen.

Eclipse: Bildbearbeitungssoftware, von der Firma Alias 1994 für Unix-Rechner der Marke Silicon Graphics entwickelt, von der Firma Form & Vision im Jahr 2000 in Version 3.1.4 auf die Windows NT-Plattform übertragen. Eclipse ist vor allem bei sehr großen Dateien schneller als Photoshop und hat besonders bei Composing, Montage und Retusche seine Stärken.

Fachkamera: Großformatkamera, die nach dem Prinzip der optischen Bank konstruiert ist. Auf der optischen Bank können Objektiv- und Filmstandarte gegeneinander verschoben und verschwenkt werden. Der Film (Planfilme im Format 9x12 Zentimeter bis 20x25 Zentimeter) befindet sich in einer lichtdichten Kassette.

Photoshop: Weit verbreitete Bildbearbeitungssoftware der Firma Adobe Systems; derzeit in Version 6.0 verfügbar.

Repräsentant: Professioneller Vermittler von Aufträgen für die von ihm vertretenen Künstler.

Silicon Graphics-Workstation: Sehr leistungsfähiger Computer der Firma Silicon Graphics, bis 1999 mit eigenem Betriebssystem. Rechner von Silicon Graphics werden meist in der professionellen Bildbearbeitung, bei der 3D-Visualisierung, bei Computeranimationen und bei anderen Aufgaben eingesetzt, die hohe Rechenleistung verlangen. Beispielsweise wurden Szenen des Hollywood-Films „Jurassic Park“ auf Silicon Graphics-Workstations berechnet.

Trommelscanner: Professionelles Eingabegerät zur Digitalisierung von Bildvorlagen, damit diese auf einem Computer bearbeitet, ausgegeben oder gespeichert werden können. Die Vorlage wird auf eine Trommel gespannt und im Scanner zeilenweise mit einem Lichtstrahl auf der rotierenden Trommel abgetastet; die daraus resultierenden Messwerte werden in digitale Signale umgewandelt.



Geschäftsleute in bedrohlichen Situationen war das Motto einer Kampagne der Deutschen Bank Italien, für die Thomas Herbrich eine Serie von drei Bildern liefern sollte. Für den Ruderer zwischen den Haifischen gab es eine gemalte Layoutvorlage, von der Herbrich deutlich abwich. Für seinen Kalender ersetzte er den Geschäftsmann durch einen Angler. Thomas Herbrichs Bruder Detmar saß für den Angler Modell, den Geschäftsmann mimte ein professionelles Model von einer Agentur. Das Boot trägt den Namen "Sisyphus" – eine Anspielung auf Herbrichs schelmische Angewohnheit, seine Briefe mit Thomas "Sisyphus" Herbrich zu unterschreiben. Sein Modellbauer Nils Carstensen bastelte sechs Haifischflossen, die jeweils von zwei Seiten fotografiert wurden. Die zwölf Haifischflossenbilder wurden ebenso in das Bild montiert wie die Studioaufnahme des Ruderers und sieben weitere Bildbestandteile wie Himmel, Meer, Wellenschaum und so weiter. Die Bugwelle vor den Haifischflossen beispielsweise stammte von Motorbootaufnahmen





Die beiden identischen Mönche sollten den sogenannten "Stereoeffekt" des Medikaments Amaryl von Aventis symbolisieren. Was in der Anzeige gut funktioniert, ist bei der isolierten Betrachtung des Bildes nicht mehr verständlich. Deshalb hat Herbrich das Motiv witziger gemacht. In seinem Bild hat einer der Mönche eine Pappnase auf. Der englische Entertainer George Khan gab in Herbrichs Studio den Mönch ab. Im Bild sieht er zwanzig Jahre jünger aus als in Wirklichkeit – digitale Retusche macht's möglich

Bild in zwanzig Jahren nicht mehr funktionieren. Zeitlosigkeit ist für Herbrich die Voraussetzung dafür, dass seine Bilder Anerkennung als Kunstwerke finden. Diesen Anspruch erhebt er mit den Bildern, die er für einen Kalender produziert, der bereits im vierten Jahr erscheint (PhotoVisions – Thomas Herbrich, Heye Verlag, Mohn Kalender). Das sind die Bilder, die ihm wirklich wichtig sind. Um ein Bild fertigzustellen, das sich manchmal aus bis zu dreißig Bestandteilen zusammensetzt, benötigt Thomas Herbrich zwischen drei und zehn Tagen. Siebzig bis achtzig Prozent dieser Zeit nimmt die Bildbearbeitung in Anspruch und nur zwanzig Prozent die Aufnahme; um die Archivierung kümmert sich Bruder Markus. Im Jahr kann er demnach lediglich zwischen fünfundzwanzig und dreißig Bilder produzieren. Entsprechend teuer muss er seine Bilder verkaufen, sodass lediglich ein relativ kleiner, exklusiver Abnehmerkreis in Frage kommt. Dennoch mag man es dem extrovertierten, 1,95 Meter großen Rheinländer nicht so recht abnehmen, wenn er beteuert, dass er sich mit der Kundenakquisition schwer tue. In der Werbezeitschrift Lurzer's Archiv hat er seit fünf Jahren eine doppelseitige Anzeige, die ihm regelmäßig Kunden einbringt, und zwei Repräsentanten in Boston und Mailand holen für ihn Aufträge ein. Sollten einmal mehr Aufträge eingehen, als er mit seiner Mann-

schaft bewältigen kann, würde er sich dennoch nicht vergrößern. „Dann wäre ich nicht mehr Fotograf, sondern Dompteur.“

Wie reagieren eigentlich andere Fotografen, wenn sie Herbrichs Bilder sehen? „Das ist ein interessantes Phänomen. Es gibt nur ganz wenige, die sagen: Gut. Viele fangen an, mir zu erklären, wie ich das gemacht habe, obwohl ich das doch selbst am besten weiß. Sie glauben, mir Tricks nachweisen zu müssen. Dabei habe ich gar keine Tricks. Ich habe nur eine Arbeitsweise. Oder viele sagen gar nichts. Sie schauen die Arbeiten an und sagen dann nichts.“ Geheimniskrämerei lehnt Thomas Herbrich ab. Freimütig und detailliert erklärt er auf seiner Homepage www.herbrich.com anhand von Beispielen, wie seine Bilder entstanden sind. Und das, obwohl er inzwischen nicht mehr konkurrenzlos ist. Vor Jahren war er noch der einzige, der solche anspruchsvollen Compositings produzierte. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe von Leuten, die gelernt haben, mit Photoshop umzugehen. Unberechtigter Verwendung, Plagiate und Kopien sind deshalb fast an der Tagesordnung. Dennoch ist Herbrich in zwei Punkten gegenüber seiner Konkurrenz im Vorteil. An seine inhaltliche und technische Perfektion, die er in zwei Jahrzehnten Compositing-Erfahrung aufgebaut hat, reicht so schnell keiner heran. Und kein zweiter kann Fotografie,

Bildbearbeitung, Modellbau und Archiv aus einer Hand anbieten. Dank dieses integralen Konzepts seines Studios weisen Herbrichs Bilder eine Homogenität und Stetigkeit auf, die bei seinen Mitbewerbern, aber auch Nachahmern fehlt.

RAINER ZERBACK

rainer.zerback@gmx.de

THOMAS HERBRICHS AUSRÜSTUNG

Aufnahme-Kameras: Nikon F4, Nikon F801, Fuji FinePix S1 Pro, Hasselblad 500 ELM, Fuji GX 680, Mamiya Universal, Fuji GW 690, Fuji GSW 690, mehrere Plaubel-Großformatkameras

Film: Fuji Velvia

Digitale Bildbearbeitung: E6-Entwicklung, Trommelscanner ICG 330 mit Macintosh, Bildbearbeitungsprogramm Eclipse auf HP-Rechner, 2 x 800 Mhz (= 1600 MHz), 500 MB Arbeitsspeicher, Graphikkarte Diamond Fire GL1 AGP 32 MB, Belichter Fire1000 mit Silicon Graphics-Rechner

Archiv: 70 000 Mittelformatdias mit Landschaften, Himmel, Straßen, Städten, Explosionen, Wasserfällen und ähnlichem, 1 000 ausbelichtete Dias 20x25 cm.