

Perfekt – und retuschiert!

Kennzeichnungspflicht für Model-Fotos auch bei uns?

In Frankreich gibt es jetzt eine Kennzeichnungspflicht für Model-Fotos, die retuschiert worden sind. Seit dem 1. Oktober müssen Fotografen angeben, ob sie die Körper der Models in der Post Production gestreckt, die Haut reiner oder faltenfrei gemacht haben. Wer dies nicht tut, der riskiert hohe Geldstrafen! Wir haben uns in der Branche umgehört, wie sinnvoll diese Maßnahme erscheint, und ob diese auch in Deutschland angebracht wäre.

Das wollten wir wissen:

1 Brauchen wir neue Standards zur **Kennzeichnung bearbeiteter Modelfotos** wie in Frankreich? Um Betrachter unter anderem vor Magerwahn zu schützen? Halten Sie eine deutsche Kennzeichnungspflicht für bearbeitete Model-Fotos für sinnvoll?

2 Wie könnte so eine **Pflicht in Deutschland** durchgesetzt werden?

3 Fotografie schafft Vorbilder. Aber brauchen wir nicht eine **Ethik-Debatte** über die Modefotografie hinaus?

Thomas Kettner,
Fotograf (BFF-Professional),
thomaskettner.com | bff.de



1 In der Werbung wäre das natürlich wünschenswert, sofern die Anatomie eindeutig verändert wird. Wir würden damit nicht nur die Models schützen, sondern auch die Mädchen und Frauen, die diesen künstlichen und gesundheitsschädigenden Rollenbildern und dem vermeintlich weiblichen Ideal, das die Medien entwerfen, nacheifern. Allerdings sollte bei der Kennzeichnungspflicht ein gesunder Maßstab angewendet werden, denn „normal“ retuschieren zu können, muss weiterhin erlaubt bleiben, unreine Haut hat nun jeder mal. Diese bei einem Fotomodell unretuschiert zu belassen wäre geschäftsschädigend und dies „als retuschiert“ zu kennzeichnen, ebenfalls. Außerdem würde die reale Umsetzung einer generellen Kennzeichnungspflicht äußerst schwierig werden und nach meiner Erfahrung schwer vorstellbar sein.

2 Es könnten wie in Frankreich Verbote geben, auf den Laufstegen unter einem bestimmten Körpergewicht (BMI) zu laufen. Außerdem könnten die Fotografie-Verbände sich freiwillig verpflichten, gemeinsam erarbeitete Regeln diesbezüglich einzuhalten. Gespräche müssten öffentlich geführt werden, um das Bewusstsein zu stärken, denn in den sozi-

alen Medien sieht man doch wie stark verbreitet es ist, dass Models – Mädchen und Frauen des öffentlichen Lebens – sich oft nur als Körper vermarkten, weil der Markt es scheinbar so einfordert und sie auf diesem Weg bei Instagram mehr „Follower“ erhalten. Ein Weg, der ganz sicher psychisch wie physisch nicht gesund ist und auf den unsere Gesellschaft nicht stolz sein kann. Dieses Thema muss allerdings noch viel eher thematisiert werden in den Schulen und Familien und in den Social Media natürlich auch.

3 Ja, daran erkennt man auch, dass eine gesamtgesellschaftliche Ethikdebatte dringend erforderlich ist. Aber es ist nicht nur die Fotografie, die Rollenbilder schafft und Grenzen definiert oder aufweicht, Verhalten beeinflusst, diese Debatte wird auch zum Beispiel ganz stark die Film- und Musikindustrie betreffen. Eine ausführliche Ethikdebatte sollte sich der Frage stellen, wie wir in der Fotografie verhindern können, dass Models, weiblich und auch männlich, als Objekte degradiert werden. Diese Sensibilisierung sollten Agenturen und Fotografen in ihren Teams immer wieder aufs Neue thematisieren und letzten Endes betrifft diese Debatte natürlich auch die Auftraggeber, denn in der Regel geben sie die Rollenbilder in den Konzepten vor. Ein selbstbestimmtes Frauenbild (insbesondere wenn es um den Körper geht) wird da nicht immer entworfen und es ist wichtiger denn je, dies zu tun.

Yannis Nikolaou,

Director (women/men), Place Models,
www.placemodels.com

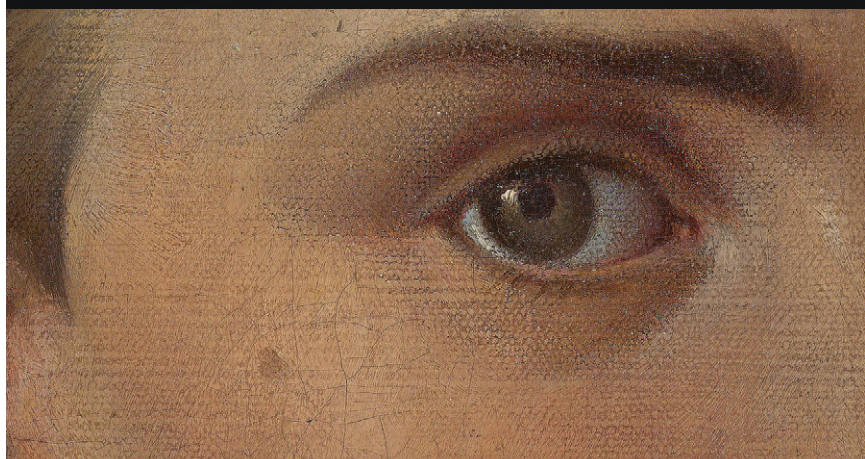
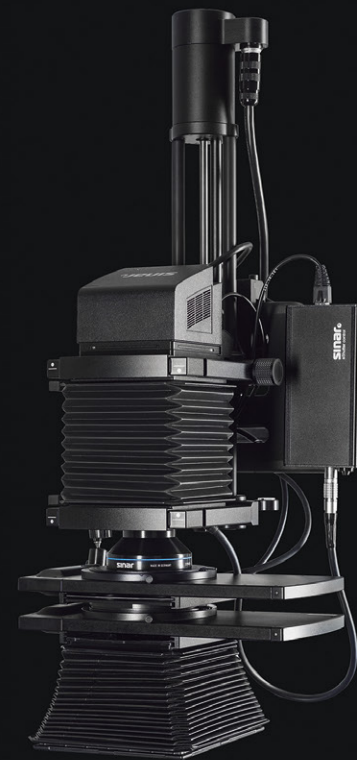


1 Ich halte es für sinnvoll und notwendig. Ich schließe das auch aus dem Verhalten in meinem privaten Umfeld. Sogar meine Mutter hatte mir mal gesagt, wie toll und jung alle Schauspielerinnen aussehen, die 50 bis 60 oder sogar 70 Jahre alt sind. Sie selbst war traurig, dass sie schon so alt aussieht. Durch meinen Job habe ich live viele Prominente und Celebrities gesehen. Ich war oft geschockt, wie anders diese aussehen, wenn sie direkt vor dir stehen. Die haben nicht nur Falten und Muttermale und dünnes Haar, die haben sogar mehr Falten und dünneres Haar als Menschen, die keine prominenten Sänger, Schauspieler oder Models sind. Ich habe Lady Gaga im Stadtpark in Hamburg getroffen, da ging ihre Karriere gerade los. Es war ihr sehr unangenehm, den Leuten in die Augen zu schauen. Sie wusste ganz genau, dass wir sie mit ihren Bildern vergleichen. Auch große Prominente sind eben ganz normale Menschen und leben immer in der Angst, so aussehen zu müssen wie auf ihren Abbildern. Das ist fatal und kann zu Depressionen führen. Es fängt mit Schönheitsoperationen an, geht weiter mit Extremsport und Extremdiät. Aber auch diese Prominenten bestehen auf retuschierten Bildern. Jeder versteckt sich so gut er kann, damit die Öffentlichkeit nicht sieht, wie sie wirklich aussehen. Sie haben einfach Angst. Vor Häme und böser Kritik. Wobei sich die Frage stellt, ob wir nicht das Recht haben, jemanden, der mit seinem Aussehen Geld verdient und uns jahrelang etwas vormacht, nicht auch zu kritisieren? Schaut sie euch an: Jennifer Lopez, Kylie Minogue, Penélope Cruz. Beyoncé ist Afroamerikanerin, ihre Haut ist viel viel dunkler, als man es auf den Fotos sieht. Die Aufnahmen von ihr werden immer heller retuschiert, die Nase wird immer schmaler gemacht. Ist das nicht frustrierend für alle Frauen, die die gleiche Hautfarbe und die gleichen Afro-Haare haben wie Beyoncé?

2 Ich befürchte, dass es schwer wird, so eine Kennzeichnungs-

pflicht für retuschierte Modelfotos durchzusetzen. Das sieht man auch in Frankreich. Aber ich wünsche mir das nicht nur für Deutschland, sondern weltweit. Denn die Retusche greift immer weiter um sich.

3 Ob bei jungen und alten Models, an fast allen Aufnahmen wird mit Photoshop etwas gemacht. Haut glatter, Nase schmaler, Hals länger, Gesicht schmaler, mit mehr Wangenknochen, Körper werden länger und dünner gemacht. Und so fangen wir alle an, irgendwelche Instagram-Apps zu benutzen. Um auch so zu werden. Alles ist Lüge, aber trotzdem belügen wir uns irgendwann auch selbst. Ich nehme immer einen bestimmten Filter für meine eigenen Bilder und mir wurde auch schon mal gesagt, dass ich nicht so aussehe wie auf meinen Bildern. Und das war nicht als Kompliment gedacht. Durch meinen Job sehe ich auf jeden Fall viele Mädchen leiden. Sie wollen so aussehen wie die Models in den Zeitschriften. Ich mache aber allen meinen Modellen immer klar, so sieht kein Mensch aus. Ein Mode-Foto ist das Ergebnis von Make-Up, Hairstyling, vorteilhaftem Licht, einem guten Fotografen und am Ende wird alles noch mal mit einem Touch Photoshop so gestaltet, wie wir es alle letztendlich im Magazin und auf dem Bildschirm sehen. Ich finde es in Ordnung, ein paar Sachen mit Photoshop wegzuretuschieren. Aber ich finde es fatal, jedes Model und jeden Promi um fünf Kilo schmaler zu machen und dazu auch noch faltenfrei. Die jüngste Bambi-Verleihung war wieder so ein Beispiel. Wer die Anwesenden zuletzt auf aktuellen Fotos gesehen hat, dürfte mal wieder überrascht gewesen sein. Der Unterschied zu den Fernsehbildern ist schon krass. Das, was wir heute in den Magazinen sehen, ist absoluter Fake. Es wimmelt dort nur so vor Avataren und warum sollten Avatare Vorbilder sein? Wo soll das enden? Es macht mich traurig zu sehen, dass Tausende Mädchen den Traum haben, ein Instagram-Star zu werden. Sie träumen davon ohne jegliche Bildung und Leistung im Mittelpunkt zu stehen und Geld zu machen. Mit Instagram-Bildern von prallen Lippen und prallen Brüsten, die mit 50 Filtern retuschiert wurden. Der Photoshop-Wahn lässt die jungen Leute nur an das Äußere denken. Und früher oder später führt das zu Depressionen. Jeder Mensch ist genau das Gleiche wert. Ob er nun ein paar Falten mehr hat, ein paar Kilos mehr, ein paar Zentimeter weniger Körpergröße oder einfach nur dünnes Haar.



Ausschnitt aus einem Gemälde von Johann Friedrich Boscovits (1845-1918),
© Regula Schmid, Meilen, Schweiz

Sinar rePro CTM

Farbgenauigkeit neu definiert

Exakte Farbwiedergabe

Perfekte Auflösung

Hervorragende Detailtreue

Das Sinar CTM Reprosystem verbindet die extreme Farbgenauigkeit einer multispektralen Aufnahme und die Präzision eines Multishot-Digitalrückteils mit dem einfachen Workflow eines digitalen Kamerasystems.



Sinar Photography AG
Farbhofstrasse 21 • CH 8048 Zürich/Schweiz
Telefon : +41 44 217 80 30
www.sinar.swiss • contact@sinar.swiss

sinar+ Leica

Ein Unternehmen der Leica Camera AG

Heike Rost, Fotografin (DGPh), www.heikerost.com

1 Die Welt der Modefotografie spielt schon immer mit Sehnsüchten, inszeniert Traumwelten aus Luxus, Erotik und Schönheit. Teil der opulenten Bildwelten, die ihre Betrachter in ihren Bann ziehen und betören, ist Bildbearbeitung – ob mit analogen Mitteln der Retusche oder aufwändigsten Arbeiten wie Annie Leibovitz' Fotos für die „Year of a Million Dreams“-Kampagne der Disney Parks. Das ist Bildbearbeitung auf ganz hohem Niveau, die darüber hinaus erkennbar und Teil des Werkes ist. Was soll darauf dann eine Art Stempel, „Vorsicht Bildbearbeitung!“? Eine Kennzeichnung kann in künstlerische Freiheit ebenso eingreifen wie sie künstlerisches Schaffen, visuelle Kultur und gestalterische Fantasie entzaubert und damit letztlich zerstört.

Um Models vor Magerwahn zu schützen, dafür braucht es mehr als eine Debatte um technische Möglichkeiten und eine Kennzeichnung bearbeiteter Modefotos. Viel nötiger wäre eine Diskussion um menschliche Integrität und Verantwortung – wo beginnt Bildbearbeitung, Grenzen zu überschreiten? Und sicherlich gehört der Umgang mit Schönheitsidealen hinterfragt, kritisch betrachtet und beispielsweise in Schulen getragen, weil viele Ideale zwar unsere Träume von Schönheit, Eleganz und Luxus befeuern, aber nicht der physischen Realität der meisten Menschen entsprechen.

Solche inhaltlichen Aspekte sind halt diffuser und schwerer „greifbar“, im Gegensatz zu messbaren technischen Parametern. Sinnvoller ist da schon eher, wenn sich mehr Models, Schauspielerinnen, Berühmtheiten deutlich positionieren würden. So wie Kate Winslet etwa, die mehrfach übermäßige Bildretusche – von verschlankten Proportionen über geglättete Gesichtszügen bis zu verlängerten Beinen auf ihren Coverfotos – kritisiert hat und ihre Werbepartner wie beispielsweise Lancôme vertraglich verpflichtete, auf den übermäßigen Einsatz von Photoshop zu verzichten. Es ist durchaus richtig, über eine Kennzeichnungspflicht für bearbeitete Model-Fotos zu informieren und ebenso wichtig, über deren Einfluss auf unsere Wahrnehmung von Realität nachzudenken.

Aber: Die 1997 von den wichtigsten Fotografenverbänden Deutschlands ins Leben gerufene [M]-Initiative zeigt, dass der Weg von einer sinnvollen Anregung zur tatsächlichen Umsetzung sehr weit ist. Mit [M] sollten Fotomontagen international gekennzeichnet werden. In Zeiten fast perfekter Bildmanipulation und -fälschung – die bisweilen ein Fall für digitale Forensik wird – wäre diese Initiative sehr hilfreich. Die Liste der Rechtsprechung im Fall unterlassener Montage-Kennzeichnung ist allerdings lang, Verletzungen von Persönlichkeitsrechten

gehören ebenso zu den Klagegründen wie unwahre Tatsachenbehauptungen.

2 Wer über Pflichten redet, sollte Rechte nicht vergessen: Presse-, Meinungs- und vor allem Kunstfreiheit sind Werte, die aus guten Gründen im Grundgesetz verankert sind.

3 Die kritische Auseinandersetzung mit Schönheitsidealen, Bodyshaming und Body Diversity halte ich für sehr sinnvoll. Welt- und Menschenbilder verändern sich in einer Gesellschaft, die sich ebenso stetig verändert. Dazu gehört auch, dass sich persönliche Grenzen hinsichtlich Kultur, Moral und Geschmack verändern. Wer neue Blickwinkel finden will, um künstlerische Ausdrucksweisen ringt, die beileibe nicht jedem gefallen müssen, kommt an Provokation, Grenzüberschreitung und kreativem Streiten nicht vorbei.

Aber: Mein Unbehagen an „Kennzeichnungspflichten“ aller Art wächst seit einer ganzen Weile. Was soll eine solche Kennzeichnungspflicht verbessern oder erleichtern? Ist sie nicht eher eine Art „moralisches Feigenblatt“, ein bequemer Zeigefinger auf Störendes anstelle einer kontroversen Debatte? Wohin führt eine solche Kennzeichnungspflicht? Infantilisiert und entmündigt sie Betrachter? Nimmt eine Kennzeichnungspflicht dem Betrachter oder Leser einen großen Teil individueller, inhaltlicher Auseinandersetzung mit Werken ab? Führt sie – weitergedacht – zum „Wegsperrn“ des Unbequemen und Provokativen, der Bilder, Bücher, Filme und Kunst-



werke, führt sie zu kultureller und damit gesellschaftlicher Verarmung? Triggerwarnungen an Werken der Weltliteratur sind seit geraumer Zeit Usus in amerikanischen Universitätsbibliotheken. In einem bestimmten historischen – und gesellschaftlichen – Kontext entstandene Werke werden kritisiert hinsichtlich Rassismus oder Sexismus – mit der Tendenz zur Überarbeitung, „Säuberung“ bis hin zur Entfernung aus dem Straßenbild: Hierzulande gehören Michael Endes Geschichten über Jim Knopf ebenso dazu wie Eugen Gomringer's Gedicht an der Fassade eines Universitätsgebäudes in Hellersdorf. Und Facebooks Algorithmen löschen Fotos, Gemälde, Kunstwerke – weil sie auf bloße visuelle Nacktheit und Nippel anspringen, ohne sie tatsächlich intellektuell oder kulturell verorten zu können. Schöne neue Welt... NICHT

Christoph Kniel & Niko Synnatzschke, KNSY Photographie, www.knsy.de



1 Eine Kennzeichnungspflicht halten wir für sinnvoll, aber höchstwahrscheinlich für wirkungslos. Wer schaut sich denn zum Beispiel schon den Bildnachweis an? Die Debatte aber, die dadurch angestoßen worden ist, finden wir gut. Gerade wegen der neuen Darstellungsformen auf Instagram und anderswo ist sie dringend notwendig.

2 Es gab in Deutschland mal eine ähnliche Debatte um bearbeitete Bilder im Fotojournalismus und auch eine Abmachung, diese zu kennzeichnen, allerdings auf freiwilliger Basis.

Der Erfolg war damals ziemlich gering. Aber ein Zusatz beim Bildnachweis wäre wohl die einzige Möglichkeit, die Manipulation publik zu machen. Letztlich ist das Retuschieren aber nur ein kleiner Teil der Manipulations-Maschinerie. Es fängt ja schon bei der Auswahl der Models an. Auch das Fotografieren als solches ist immer subjektiv. Und es bleibt die Frage: Wer soll eventuelle Verstöße kontrollieren?

3 In der Welt der Modefotografie kennen wir uns zu wenig aus, aber für den Stockfoto-Bereich sehen wir eindeutig einen Trend zu „echten“ Menschen. Gerade unsere Bildagentur Plainpicture ist damit seit Jahren erfolgreich. Auch wir versuchen, so authentisch wie möglich zu sein. Das muss sich jetzt nur noch langsam durchsetzen. In der Werbung sieht man ja immer häufiger Leute, die nicht schlank sind oder klassisch hübsch – sondern eher Sympathieträger.

Linda Glanz, Regiehospitantin Deutsches Theater, Katrin Glanz, Künstlerin, www.katringlanz.de



Originalfoto des Models veröffentlichen müssen.

1 Das ist ein Schritt in die richtige Richtung. Allerdings denken wir, dass dieser Schritt zwar beruhigt, aber wahrscheinlich wenig bewirkt. Es werden weiterhin sehr dünne Models für Fotos ausgewählt werden.

2 Da fast jedes Foto in der Werbung retuschiert wird, müsste ein Gesetz genau festschreiben, welche Veränderungen an den Fotos gekennzeichnet werden müssen. Ansonsten wird die Kennzeichnung auf jedem Foto auftauchen und nicht mehr auffallen. Wir haben die Idee entwickelt, dass die Werbemacher auf einer zentralen Internetseite oder auf der Werbung selbst, in kleinem Format, das

3 Werbung ist Illusion. Darüber müsste besser aufgeklärt werden. Formate, die zum Beispiel einen wissenschaftlichen Hintergrund vortäuschen, sind oft schwer als Werbung identifizierbar. Werbung sollte sich stärker in den Medien abheben. Außerdem sollte die Wahrnehmung für Werbebeiträge geschärft werden, vor allem in den Schulen. Für die 11- bis 14-Jährigen ist das ein wichtiges Thema, um Ideale zu relativieren, um Essstörungen zu vermeiden. Als Maßnahme für die Models finden wir es sinnvoll, einen Arzt in jeder Agentur zu engagieren. Er sollte regelmäßigen Kontakt zu den Models haben und die Agentur in kritischen Fällen informieren.

Tine Hutzel, Photo Editor / Marketing, laif Agentur für Photos & Reportagen, www.laif.de



1 Die Entscheidung der französischen Regierung, einem Schönheitsbild ab sofort gesetzlich entgegen zu wirken, ist eine Reaktion auf eine wachsende kranke Gesellschaft: Um die 600.000 junge Franzosen leiden aktuell unter Essstörungen, manche von ihnen sterben an ihrer Unterernährung. Laut Statista belief sich die Anzahl der in deutschen Krankenhäusern diagnostizierten Fälle von Magersucht im Jahre 2012 auf rund 7.000. Im selben Jahr wurden in Deutschland 70 Todesfälle aufgrund von Essstörungen

gezählt, seit den 1990er-Jahren eine stetig steigende Zahl. Schönheitsideale kommen und gehen und mit ihnen Körperformen und -größen, Haarfarben und Augenbrauen- ausrichtungen. Beeinflussbar sind dabei am ehesten der Umgang mit ihnen und die Aufklärung über sie. Manchmal bedarf es aber auch einer Begrenzung, wenn Ideal in Wahn umschlägt. Dabei müssen es nicht immer grundsätzliche Verbote sein, wie sie zum Beispiel Getty jüngst für bestimmte Model-Aufnahmen einführte. Eine Kennzeichnungspflicht wie in Frankreich kann ausreichen, um einer Fehlentwicklung entgegen zu wirken.

2 In einem Bereich, der einen so starken Einfluss auf die Gesellschaft und vor allem auch auf junge Menschen besitzt und über eine Omnipresenz verfügt, wie es in der Werbeindustrie der Fall ist, halte ich es gesellschaftlich gesehen für unerlässlich, diesem einen gesetzlichen Rahmen zu geben. Dies ersetzt keine ernsthaften und weiterführenden ethischen Diskussionen über Schön-

heitsideale, bietet aber ein wichtiges Aufklärungs- und Transparenzangebot und die Möglichkeit, einem pervertierten Schönheitsbild entgegen zu wirken.

3 Bereits seit 20 Jahren empfiehlt der BVPA eine Kennzeichnung manipulierter Bilder [M], wenn „Personen und/oder Gegenstände hinzugefügt und/oder entfernt werden, verschiedene Bildelemente oder Bilder zu einem neuen Bild zusammengefügt werden oder maßstäbliche und farbliche, inhaltsbezogene Veränderungen durchgeführt werden“. Auch laif arbeitet schon lange mit solchen Hinweisen im Bereich der Reise- und Porträtfotografie (diese Bilder stellen bei uns nach wie vor Ausnahmen dar). Sollte ein Fotograf den oben genannten Punkten entsprechend in sein Bild eingegriffen haben, so wird es dem Kunden transparent kommuniziert.

In der journalistischen Fotografie ist eine Veränderung der Realität ein absolutes No-Go. Wo genau diese anfängt und aufhört wird stetig neu diskutiert und ausgehandelt. Einig ist man sich dabei in professionellen Kreisen bereits insofern, dass ein Bild, dem etwas hinzugefügt oder ein Teil entfernt wurde, nicht mehr in der journalistischen Berichterstattung verwendet werden kann. Im Bereich der

Werbung gibt es keine solchen Vorgaben. Dort ist bislang alles erlaubt. Werbeaufnahmen sind aber breiter gestreut als die journalistischen und erreichen ein viel breiteres Publikum; haben also oftmals einen größeren Einfluss auf die Gesellschaft. Dadurch ergeben sich meiner Meinung nach mehrere Verantwortungen auf verschiedenen Seiten. Jeder professionelle Fotograf sollte in erster Linie seinem Gewissen und seinen Standards verpflichtet sein und seine Bilder entsprechend seiner Eingriffe kennzeichnen. Als nächste Instanz sehe ich die Redaktionen und Agenturen in der Pflicht. Dazu gehört eine fundierte Ausbildung von Bildredakteuren in ihrem täglichen Umgang mit den Fotografien, aber auch Standards in Agenturen und Redaktionen, die sich immer wieder mit den sich verändernden Realitäten des Marktes auseinandersetzen müssen. Darüber hinaus ist es aber eben hier auch möglich, aktiv und positiv zu gestalten und dem unrealistischen Schönheitsideal selbst etwas entgegenzusetzen. So hat laif aktuell und ausgehend von der Gesetzesänderung in Frankreich die laif-Fotografen Nadja Wohlleben und Bradley Secker gebeten, ihre Konzepte von Schönheit über Instagram zu teilen. (www.instagram.com/laifphoto)

Petra Sagnak, Fotografin, www.classicar-photo.de

1 Aus der Perspektive einer Fotografin würde ich diese Frage eindeutig bejahen! Denn tatsächlich erlebe ich mit schöner Regelmäßigkeit, wie aus einer hübschen Frau ein „Supermodel“ gebastelt wird! Ihre Maße entsprechen nicht den Vorstellungen der Kollegen oder den jeweiligen Auftraggebern – und so wird sie gestreckt, ihre Brüste werden umgeformt, die Haut glatt gebügelt. Mit diesen Fotos konfrontiert, entsteht in den Köpfen der jungen Mädchen ein gewisser Druck, diesen Features entsprechen zu wollen. Schönheitskorrekturen und Magerwahn sind möglicherweise Folgen davon. Ganz davon abgesehen, wie sich die abgelichtete – und modellierte – Person damit fühlt. Ich würde noch einen Schritt weiter gehen: Schminke ja – Retusche von vorübergehenden Hauterscheinungen dezent. Ohne Kennzeichnungspflicht. Manipulationen der Körperformen würde ich grundsätzlich verbieten. Gerade weil diese Bilder uns täglich begegnen und uns Dinge vermitteln, die mit der Realität oft wenig gemein haben. Ich mag das Projekt von Peter Lindbergh („The naked truth“) sehr

und es setzt die richtigen Zeichen: Selbstbewusste und ungeschminkte Frauen, die sehr weiblich und stark wirken – dabei durchaus sehr erotisch wirken. Das Ganze ohne jegliche Bildretusche! Gerade bestimmte Makel können einen Menschen identifizierbar und sympathisch erscheinen lassen. Das wahre Leben ist nicht aalglatt – und genau das macht es so spannend. Auszuhalten, dass nichts und niemand perfekt ist – das ist ein mögliches Ziel. Sich selbst annehmen zu dürfen.

Im Grunde zielt die Werbung ja darauf ab, die wohl angeborene Unsicherheit in Bezug auf das eigene Aussehen der Frauen zu verstärken. „Kaufe diese Creme – und Du wirst aussehen wie dieses Supermodel!“ Es geht um Manipulation. Das muss aufhören, wenn wir Frauen irgendwann selbstverständlich erfahren wollen, dass es kein Ziel sein kann sich selbst zu verbiegen – oder sich (fotografisch) verbiegen zu lassen!

Ein guter Fotograf kennt seine Zutaten und arbeitet so, dass er die Schönheit seines Gegenübers durch seine Aufnahme und Lichtsetzung positiv unterstreicht. Mit der Kenn-

zeichnungspflicht könnte ein Prozess des Nachdenkens einsetzen.

2 Kürzlich gab es einen Rundbrief der Bildagentur Getty Images, dass sie aufgrund dieses französischen Gesetzes ihre Annahmebedingungen geändert haben: Ab dem 1. Oktober 2017 dürfen keine Bilder mehr bei Getty Images oder iStock eingereicht werden, auf denen Models so retuschiert wurden, dass sie dünner oder dicker wirken. Übrigens gibt es seit kurzem ebenfalls ein Gesetz in Frankreich, welches Models einen ungesunden BMI verbietet. Ich finde es begrüßenswert, wie das in Frankreich per Gesetz gehandhabt wird und würde eine entsprechende gesetzliche Änderung in Deutschland befürworten.

3 Absolut! Die Frage nach einer Ethik im Umgang mit der Fotografie gehört zu den in den letzten Jahrzehnten innerhalb der Kulturwissenschaften zentral diskutierten Fragen. Immer schon wurden Bilder, aus verschiedenen Gründen, verfälscht. Im digitalen Zeitalter hat das fotografische Bild seine Glaubwürdigkeit verloren. Wo früher ein Negativ als Beleg diente, fehlt dieses heute. Journalistische Berufsverbände wie Freelens fordern eine neue Ethik des Bildermachens, um das Vertrauen in



den Fotojournalismus wiederherzustellen. Ich denke, diese Fragestellung hat ebenso in der Modefotografie ihren Platz.

Immerhin dient so manche Fotokampagne als Provokation, um auf Missstände aufmerksam zu machen. So hat Oliviero Toscani anhand diverser Werbefotos für Benetton einen heftigen Diskurs ausgelöst. Wie auch immer geartet: Es ist meines Erachtens nach wichtig, sich ethisch auseinanderzusetzen. Fotografie ist ein Kommunikationsmittel. Jeder sollte sich immer wieder die Frage stellen, wo er seine eigenen ethischen Grenzen setzen möchte oder bereits setzt, Was er mit seinen Bildern auslösen kann – aber auch „anrichten“ könnte.