



Wir leben in einer Zeit, in der Menschen mit ihrem Smartphone auch eine 8-Megapixel-Kamera bei sich tragen; mit Autofokus, Belichtungsregler, Serienbildmodus und Panoramabildfunktion versteht sich. Dadurch sind Kameras unterm Weihnachtsbaum tatsächlich eine Ausnahme. Schade eigentlich.

Die Fotos selbst sind zu einer Massenware geworden und der Retina-Bildschirm wird zum Bilderrahmen. Und wer zum Fest den Liebsten doch noch ein ausgedrucktes Foto schenken möchte, der filtern in Bildbearbeitungs-Apps die richtige Stimmung ins Foto und druckt es schnell am Self-Print-Terminal einer Drogeriemarktkette aus. Schade eigentlich.

In einer Zeit, in der die Selbstdarstellung so ausgeprägt ist, wie nie zuvor und nahezu jeder Moment des Lebens fotodokumentiert wird, steht eine Branche, dessen Kernprodukt dies

eigentlich ist, außen vor: Denn wie steht denn um die Kunst der vielen alteingesessenen Fotoläden der Nation?

Manche Auslagen erinnern noch an alte Zeiten. Hochzeiten und Geburten sind oft die einzigen Anlässe, die in den Schaufenstern präsentiert werden. Andere haben Ihr Sortiment umgestellt und bieten neben den Druckdiensten und Bilderrahmen vermehrt Schreibwarenartikel an. Selten aber sieht man Läden, die es mit einer wirklich neuen Idee versuchen.

Wer aber die guten Konzepte sucht, der findet sie auch:

In dem „Projekt Portait Only - Everyone is Art“ trifft der Modefotograf und Fotokünstler Kai Stuht auf Foto Kirsch, ein traditionsreiches Familienunternehmen in dritter Generation. Das Projekt findet sich nicht nur online sondern auch hautnah in dem Berliner Bikini.

In der Kooperation hat man erkannt, dass es nicht mehr das Foto an sich, nicht mehr das Abbild des Alltagsmoments, nicht das perfekt kaschierte Bild ist, was das Besondere ausmacht.

Stylisten entführen die Kunden in eine andere Welt, verändern das Äußere, aber eben nur genau um die Nuance, die es braucht, um sich anders, sich freier zu fühlen. Und genau das sieht man den unbearbeiteten Portraits an, die mit alten Fachkameras geschossen werden. Das Projekt reduziert sich so zum einen auf den Klassiker der Fotografie, das Portrait, setzt zum anderen die Selbstdarstellung und Selbstwertschätzung der Menschen in den Fokus. Es macht den Menschen zur Kunst und schafft es, die Kunden mit einer außergewöhnlichen Inszenierung ihrer selbst zu verzaubern.

Auf schöne Art und Weise erleben die Kunden hier einen Trend im Handel: Mehr Erlebnis pro Quadratmeter! Denn am Ende sind die Produkte, die man mit seinem eigenen Bild kauft, nur ein Souvenir von einem tollen und faszinierenden Erlebnis.

Also, wer noch ein Weihnachtsgeschenk für die Lieben oder sich selbst sucht .. nur zu! Wir wollen mehr davon sehen!