



Peer Brecht
Momentaufnahmen eines Fotografen

von Ulrich Fleischmann

Es begann wie in einem dieser klischeehaften Mafia-Filme. In einer kleinen italienischen „osteria“ im Stuttgarter Westen. Wir hatten gerade eine Agentur gegründet und suchten jemanden, der für uns die Bilder „schießt“. Da wir zugleich den langjährigen Fotografen unserer Kunden „abschießen“ wollten, um eine neue visuelle Welt zu schaffen, hatte das Treffen einen seltsam konspirativen Charakter. Peer Brecht erschien mit seinem schwarzen Koffer und präsentierte uns seine Arbeiten zwischen Pizzaresten und billigem Rotwein, dichtgedrängt in dem wie immer übervollen, verqualmten Lokal, in dem man kaum sein eigenes Wort verstand. Wir waren elektrisiert. Da war ein junger Fotograf, der eine herausfordernd neue Bildsprache gefunden hatte. Seine Bilder wirkten auf uns einfach befreiend. Mit ihrer kraftvollen Vitalität befreiten sie sich (und uns) von der tödlich langweiligen Werbefotografie jener Zeit, die gleichsam in Duldungsstarre vor ängstlichen Agenturen und Kunden unbeweglich und uninspiriert verharrte. Mit ihren trashigen Momenten, unverkennbaren Einflüssen angelsächsischer Underground-Ästhetik, extremen Unschärfen und durch Cross-Entwicklungen irre verfremdeter Farbigkeit brachten Peer Brechts Bilder nicht einfach neue Stilelemente in die klassische Werbefotografie, sondern – und viel wichtiger – sie machten sie wieder authentisch.

Das war vor gut zehn Jahren. Peer Brecht hatte sich gerade selbstständig gemacht, nachdem er zuerst drei Jahre Assistent im Fotostudio der Stuttgarter Werbeagentur RTS Riegerteam und anschließend – mit 23 Jahren! – zum Studioleiter ernannt wurde. „Im ersten halben Jahr habe ich mehr gelernt als in meiner dreijährigen Ausbildung zum Fotografen.“ Er bekam nicht nur die Freiheit zum selbstständigen Fotografieren, zur experimentellen Auseinandersetzung mit dem Medium Bild und mit seiner eigenen Wahrnehmung, sondern auch Zeit. Ein seltener Glücksfall und heute wohl kaum noch vorstellbar, dass dem Assistenten die



Seite 2

Peer Brecht

Möglichkeit gegeben wird, sich eine Woche lang an einem Foto für Fischer Technik abzarbeiten. Da lernt man die perfiden Widerstände des Materials, des Lichts, der Komposition, seine eigenen Grenzen kennen – und überschreiten. Wenn man heute manchmal Peer Brecht ein Foto quasi aus der Hüfte schießen sieht und es trifft haargenau das vom Kunden anvisierte Ziel, ist das kein genialischer Moment (obwohl wir solche ihm nicht absprechen wollen), sondern die verinnerlichte Erfahrung, ein Wissen, das sich dem Körper eingeschrieben hat, der Netzhaut ebenso wie dem Finger auf dem Auslöser.

Als Studioleiter, verantwortlich für fünf Mitarbeiter, war Peer Brecht Mitglied im Creativpool der Agentur. Dadurch war er nah dran bei der Entwicklung neuer Kampagnen, bei der Konzeption neuer Werbeaufträge, mit Präsentationsfotos bei der Kundenakquisition. Dass er so konzeptioneller zu denken und zu arbeiten gelernt hat als mitunter viele seiner freien Kollegen, ist die eine Seite (u.a. war er maßgeblich an der Einführungskampagne für die dba beteiligt), die andere, dass er die organisatorischen Strukturen, die kreativen Prozesse einer Agentur und die Sichtweisen ihrer Kunden von innen kennengelernt hat. Die werbliche Denke ist aus seinen Arbeiten nicht wegzudenken. Wenn auch vielleicht anders als es sich seine Auftraggeber im ersten Augenblick so vorstellen. Immer ist eminent künstlerischer Wille spürbar, ein experimentelles Infragestellen geläufiger Konventionen, ein Aufspüren aktueller Sehweisen. Manchmal sind Fotografen einfach die besseren Kommunikatoren. Schließlich denken sie in Bildern und erfassen in ihnen intuitiv die Wahrnehmungswelten der Endkunden, die Marktforscher in dürren Statistiken darzustellen sich bemühen. Wer, wenn nicht der Fotograf, sollte in unserem Zeitalter der Ikonolatrie die inneren Bildwelten der Menschen aufzunehmen und auszudrücken fähig sein.

Die Einbindung in das Agenturleben dürfte aber auch noch für



Peer Brecht

eine andere Entwicklung Peer Brechts ausschlaggebend werden: Markenbildung und Produktvermarktung ließen sich ja nicht nur für Kunden realisieren, sondern auch für sich selbst. Selten habe ich einen Fotografen erlebt, der sich so strategisch sicher und zielbewusst – und sich seiner so sicher – auf dem unübersichtlichen Markt der freien Fotografen durchgekämpft und einen Namen gemacht hat. Seine Risikobereitschaft, auch seinen Mut zum Scheitern, konnte ich über die Jahre hinweg nur neidlos anerkennen (dass er sich dabei menschlich nicht korrumpieren ließ und der unpräzisiös-ehrliche Typ von nebenan blieb, macht ihn nur sympathischer).

Nun haben ja speziell die Deutschen ein Problem, das sie seit dem Geniekult des 18. Jahrhunderts mit sich herumtragen. Das Werk eines Künstlers müsse sich genialisch von allein offenbaren. Anrühlich der Künstler, der sich der Marktmechanismen bedient, um seinem Werk den Erfolg zu bahnen. Ein solches Künstlerbild entspricht einmal nicht dem Machertypus Peer Brechts, zum anderen auch seinem Selbstbild nicht: denn als Künstler verstand er sich nie. Der zwanglosen Kunst zieht er die Zwänge der Werbeindustrie vor. Auch wenn er immer gewaltig daran rüttelt.

Auch Kindheit und Jugend wollen sich nicht so recht dem gern kolportierten Künstlerbild anpassen. Kein Wunderkind, das schon immer prädestiniert war für die Fotografie. Das sich in der Dunkelkammer seiner einsamen Kunst hingab, statt auf der Gasse zu toben. So einfach gestaltet sich Talent nicht aus. Brüche, Risse, Ängste machen sich an einer Biografie zu schaffen, Erlebnisse prägen. Vielleicht gehört hier auch die familiäre Situation Peer Brechts dazu. Die Insolvenz des Vaters, die Änderungsschneiderei der zum Mitverdienen gezwungenen Mutter zeigt einem Kind früh auf der Folie wirtschaftlicher Unsicherheit und finanzieller Engpässe, wie schnell soziale Netze reißen können. Entweder man



Peer Brecht

verliert das Vertrauen ins Leben oder man gewinnt das Vertrauen in sich und seine eigenen Fähigkeiten. Letzteres ist wohl bei Peer Brecht anzunehmen. Im pittoresken Bild der vier Geschwister auf dem Rücksitz eines VW-Käfers zeigt sich finanzieller Mangel ebenso wie familärer Rückhalt. Vielleicht war ja – wenn man schon von der Suche nach Wendepunkten nicht lassen kann – einfach eine Fernsehsendung über die Glamourwelt der Fotografen der wortwörtliche Auslöser, dass sich dieses Berufsbild erstmals in der Phantasie des Jugendlichen abzeichnete? Das Fragezeichen sollte vorschnelle Erklärungen einschüchtern.

Jedenfalls entschied sich Peer Brecht mit 15 für eine Lehre zum Fotografen. Nicht bei einem New Yorker Starfotografen, sondern im kleinstädtischen Nachbarsort Markdorf. Neben Staubsaugen, dem Verkauf von Filmen – „im Doppelpack günstiger“ – wurde der Lehrling in die Passfotografie eingeweiht (selbstverständlich mit nicht verstellbarem Licht). Imageaufträge wie Hochzeitsbilder übernahm der Patron selbst. Trotzdem: „Was ich gelernt habe, ist vorher nachzudenken.“ Das meiste hat er sich selbst angeeignet, Impulse kamen von der Berufsschule. Die erste Kamera vom Großvater, die erste gebrauchte Großbildkamera vom eigenen Lehrgeld vervollständigte Peer Brecht allmählich seine Ausrüstung. Mit ihr experimentierte er, fing an, „zu entdecken, was Licht macht.“ Das Thema ließ ihn nicht mehr los. Selbst in Uniform nicht, als er bei der Luftaufklärung der Bundeswehr sich zum Luftbild-Fotografen weiterbildete.

Fast wäre er dann Metzger oder Bäcker geworden. Seine Bewerbungen um eine Assistenz bei einem Fotografen waren lang frustrierend erfolglos. Defizite wurden spürbar im direkten Vergleich mit den Mitbewerbern, die auf ein Studium, Erfahrung oder die Ausbildung in angesehenen Fotostudios bauen konnten. Nach etlichen Absagen gab er sich noch einen letzten Termin. Das Fotostudio von RTS Riegerteam. Aber das hatten wir ja schon.



Peer Brecht

Sich als freier Fotograf durchzusetzen, ist schwer. Noch dazu als Youngster von 25 Jahren. Noch dazu, wenn man es sich und den anderen nicht leicht macht. Und sich nicht heimelig einrichten möchte in den Schubladen, die damals noch stärker als heute die Branche bestimmten. Beschriftet waren sie mit People, Still, Architektur, Auto und anderen Begriffen der Beliebigkeit. Für die Artbuyer der Werbeagenturen sichtlich bequem, für die Kunden beruhigend. Der hat ja schon mal Mode fotografiert, da kann ja nichts schiefgehen. Noch heute geistern diese Kategorien durch die Werbewelt. Für mich schon immer unverständlich (für Peer Brecht erst recht): wie kann es sein, dass ein Motiv, dass das zu fotografierende Objekt über die Qualität des Fotografen Auskunft gibt? Und nicht die Bildästhetik des Fotografen, seine Art, ein Bild zu schaffen?

Es darf als Verdienst Peer Brechts zu verbuchen sein, dass er sich nicht nur persönlich damit durchgesetzt hat, sondern auch die Wege für (noch) jüngere Kollegen dadurch geebnet hat. Nicht zuletzt als BFF-Mitglied. Die Auflösung dieser strikten Kategorien war Peer Brecht aber nicht eigentlich ein formales, sondern vielmehr inhaltliches Anliegen. Denn von Anfang an profilierte er sich mit untypischen Werbeaufnahmen, in denen andere Sichtweisen sich abzeichneten, sich eine Crossover-Kultur spiegelte. Wenn er beispielsweise wohl als einer der ersten in Deutschland lifestyleige Bildauffassungen in die klassische Produktfotografie aufnahm, mit Fashionlicht brave Werbefotografie aufmischte, geriet er zwar in Gegensatz zu alteingesessenen Fotostudios, machte aber seine Fotos (und damit die seiner Kunden) in der Bilderflut unterscheidbar – und damit überhaupt erst wahrnehmbar. Es wäre vermessend zu sagen, er habe diesen Trend kreiert (das kann kein Kreativer von sich behaupten), aber es gelang ihm intuitiv, die neuen Wahrnehmungsweisen der Menschen zu antizipieren. Und zwar nicht nur in Deutschland, sondern international, wie seine Repräsentationen in den USA und in Japan zeigen.



Peer Brecht

Geändert hat sich an seiner Art der fotografischen Auffassung bis heute nichts. Immer wieder gelingt es ihm, für sich (und andere) neue Wahrnehmungsweisen zu erschließen. Themen, Motive, Techniken auszureizen, um ihnen das Überraschende, das noch nicht Gesehene abzurufen. Für mich bleibt seine Entwicklungsfähigkeit (oder sein Zwang, das Bild an sich in seinen Möglichkeiten immer wieder neu auszuloten) mit dem Erstaunlichsten an Peer Brechts Arbeiten. Kaum habe ich mich an eine neue Bildauffassung gewöhnt, ist er schon weiter. Dem Betrachter kann es nur gut tun, wenn er in seiner Bild-, also Weltwahrnehmung herausgefordert wird und sie ständig in Frage gestellt sieht. Sein jüngstes Kind ist CGI (Computer Generated Images). Auch hier steht er wieder an innovativer Front, bedient sich schon jetzt der Methoden „künstlicher“ Bilderzeugung, die manchem noch als Zukunftsmusik klingen mögen. Verblüffend, wie es ihm gelingt, Walter Benjamins „Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ so auszulegen, dass aus dem Künstlichen das eigentlich Authentische wird.

Dabei ist seinen Bildern deutlich ablesbar, dass sie das Neue nicht um des Effekts willen ausarbeiten, sondern inhaltlich motiviert sind. Wenn Peer Brecht von sich sagt: „Eigentlich erzähle ich die Geschichte in meinem Bild nur für mich. Außer mir braucht sie niemand zu verstehen.“, dann formuliert er genau die Balance zwischen Sagbarem und Unsagbarem, die ein Bild braucht, um zu wirken. Es muss eine Geschichte erzählen, aber so offen und vielschichtig, so vieldeutig und doch beiläufig, dass für jeden eine andere im Kopf entstehen kann. Dass eigentlich erst der Betrachter das Bild erschafft und der „Photo-Graph“ wortwörtlich nur noch zu dem wird, der das „Licht aufzeichnet“. Womit Peer Brecht die nächsten Jahrzehnte genug zu tun haben wird.



Seite 7

Peer Brecht: Curriculum vitae

Peer-Oliver Brecht
Uhlandstr. 26
70182 Stuttgart

- 17.02.1969 in Konstanz (Deutschland) geboren
- 1975-1984 Grund- und Hauptschule Meersburg
Hauptschulabschluss
- 1984-1987 Ausbildung zum Fotografen bei Foto Strauch,
Marktstrasse 2, 7778 Markdorf
- 1988-1989 Soldat im Grundwehrdienst, als Luftbild-Fotograf
im Einsatz
- 1989-1992 Assistent bei Jochen Hähnel im hauseigenen
Fotostudio von RTS Riegerteam Werbeagentur GWA
Bunsenstrasse 7-9, 70771 Leinfelden-Echterdingen
- 1993-1994 Studioleiter, verantwortlich für 5 Mitarbeiter, und
Mitglied im Creativpool von RTS Riegerteam Werbe-
agentur GWA, Bunsenstrasse 7-9, 70771 Leinfelden-
Echterdingen

- Seit 1994 selbstständig, zuerst in Steinenbronn, seit 2002 in
Stuttgart
- 1997 Mitglied im BFF
- 1998-2002 2. Vorsitzender im BFF-Regionalbeirat



Peer Brecht: Auszeichnungen

1993	1 x Gold Montreux B&B Award
1995	1 x Gold Montreux Photographie Award
1995	2 x London Finalist
1996	3 x Gold E3 Award
1996	1 x New York Finalist
1996	1 x Cresta Finalist
1996	1 x Diplom für Fotografie Berliner Type
1997	1 x Gold E3 Award
1997	1 x Silver European Design Annual
1999	1 x Silver BFF Award
2000	2 x Merit BFF Award
2000	2 x Silver BFF Award
2001	2 x Silver BFF Award
2001	1 x Merit BFF Award
2002	1 x ADC Award Category Photography
2002	3 x Merit BFF Award
2002	1 x Bronze Clío Award
2003	1 x New York Finalist
2004	1 x London Advertising Award Finalist
2005	1 x New York Magazine Cover-Image award
2005	1 x Merit BFF Award
2005	1 x Shortlist Cannes Pepsi
2005	1 x Red Dot Design Award
2006	1 x ADC New York Merit for Photography „Pepsi Light“
2006	1 x Black Spider Award Nominated

Ausstellungen

1985	Exhibition „Young Guns“ Germany
2000	„Le 6e Salon de la photographie de Colmar“
2003	„Le 7e Salon de la photographie de Colmar“
2003	„Salon des Artistes Français, Paris“
2004	„Salon des Artistes Français, Paris“