

Bildlich gesprochen: Wissen fühlen

Fragen an Thorsten Gerke, Bildredakteur des Magazins SPIEGEL Wissen



Thorsten Gerke. Foto: Norman Konrad

Richtig scheitern, glücklich essen, cool bleiben – das Magazin SPIEGEL Wissen will Wissenschaft erlebbar machen und für abstrakte Themen emotionale Zugänge schaffen. Thorsten Gerke, 42, ist Bildredakteur des Magazins und in der SPIEGEL-Gruppe zuständig für das Ressort „Sonderthemen“. Gerke arbeitet seit über 20 Jahren als Bildredakteur, seine berufliche Laufbahn beinhaltet unter anderem Stationen bei MAX, woman Magazin und den Ressorts Bundespolitik und Sport des SPIEGEL Magazins. Spiegel WISSEN ist monothematisch und erscheint vier Mal im Jahr, die aktuelle Ausgabe beschäftigt sich mit dem Thema „Menschenkenntnis“.

Tine Hutzel: Herr Gerke, warum wird man Bildredakteur?

Thorsten Gerke: Bilderwelten zu erschaffen, das ist meine Faszination an diesem Beruf. Die Nadel im Fotografie-Heuhaufen unter 10.000 Bildern zu finden gehört dabei auch zu meinem Job, ist aber nicht unbedingt meine Leidenschaft. In Teamarbeit Ideen zu generieren und diese dann umzusetzen, das fasziniert und begeistert mich immer wieder neu. Die SPIEGEL Wissen-Reihe, die sich gerne auch mit abstrakten Themen wie „Schmerz“ oder „Glücklich essen“ auseinandersetzt, ist dabei eine besondere Herausforderung.

Und gibt es etwas, das Sie regelmäßig frustriert?

Im redaktionellen Umfeld: dass es den Leserinnen und Lesern zunehmend weniger zugemutet wird, mit komplexer visueller Sprache umzugehen. Ich denke, dass sie grundsätzlich offener sind und auch optisch mehr herausgefordert werden wollen, als es im täglichen Umgang in der Redaktion gedacht und dann auch umgesetzt wird. Dabei sind komplexe Ideen und „Stolpersteine“, also Bilder, die man erst auf den dritten Blick entschlüsselt, beim Blättern durch ein Heft wahnsinnig wichtig.

Hat sich die visuelle Bildsprache in den letzten Jahren verändert?

Ich habe den Eindruck, dass mit den rückgängigen Erlösen und den zunehmenden Schwierigkeiten bei vielen Print-Magazinen auch immer öfter der sichere Weg gewählt wird. Das heißt, es muss alles klar verständlich sein und die Leserin und der Leser soll bloß über nichts stolpern müssen. Das finde ich sehr schade und meinem Bauchgefühl nach entwickelt sich der redaktionelle Umgang mit Bildern konträr zu der gesellschaftlichen Entwicklung, wo Fotografie und Videos durch soziale Medien einen sehr hohen Stellenwert und ein hohes Niveau haben.

Fotografieren und die Ergebnisse anschließend bearbeiten kann mittlerweile jeder, der ein Smartphone besitzt. Aber was macht ein gutes Bild aus?

Letztendlich kommt es im redaktionellen Bereich immer auf die Funktion an, die das Bild übernehmen soll, im Ablauf des Layouts und für die einzelne Geschichte selbst. Unsere drei großen Bereiche sind die Portraitfotografie, die Reportagefotografie und dann alles, was im weitesten Sinne Still Life oder fotoillustrativ ist, wodurch wir abstraktere, komplexere Themen visualisieren. Viele unserer Geschichten werden anhand von Protagonistinnen und Protagonisten sehr persönlich erzählt, hier soll das Bild zuerst einmal Emotionen auslösen und neugierig machen. Daneben kommt es mir sehr auf die Handschrift der einzelnen Fotografinnen und Fotografen an. SPIEGEL

Wissen ist ein journalistisches Produkt mit strengen Maßgaben an die Authentizität. Nichtsdestotrotz haben wir die Freiheit, die Realität stellenweise auch etwas weiten zu können, um die persönliche Handschrift der Fotografinnen und Fotografen und ihre verschiedenen Stile abbilden zu können.

Nach welcher Bildsprache suchen Sie für SPIEGEL Wissen?

Wir versuchen, komplexe Themen illustrativ und gerne auch mit einem Augenzwinkern zu vermitteln und sie im weitesten Sinne modern aussehen zu lassen. Gleichzeitig wollen wir den Fotografinnen und Fotografen ihre eigene Handschrift lassen. Wissenschaftliche Themen sollen auf eine sehr persönliche Art und Weise und emotional vermittelt werden. Dazu portraieren wir oft Menschen, die zum ersten Mal fotografiert werden. Dann ist es sehr wichtig, die Fotografin und den Fotografen zu kennen und zu wissen, wen man wohin schickt, wie sie mit Menschen umgehen und was sie aus Menschen herausholen können. Im Idealfall schaffen wir am Ende eine emotionale Achterbahn durch das ganze Heft, von sehr zurückgenommen bis kreischend farbig.

Was ist das Konzept hinter der Rubrik „Ein Bild und seine Geschichte“, die sich in drei Doppelseiten durch das Heft zieht?

Sie soll einen nachrichtlichen Wert mit einbringen und über die Optik eine Geschichte erzählen. Im übrigen Heft ist es ja andersherum, die Optik richtet sich nach den Texten. Diese drei Bilder über das Heft verteilt, sollen einen Ruhepol beim Blättern darstellen. Eine informierende oder unterhaltende kleine Geschichte zwischendurch. Es ist eine Sache der Großzügigkeit, dass wir zu dem nachrichtlichen Teil optisch im Heft abbilden können.

Was ist Ihr liebstes Bild aus dieser Reihe?

Ein Bild, das meine Kollegin Bettina Theuerkauf einst fand. Es ist ein Auszug aus der sehr persönlichen Arbeit „Onkel Manni“ von Jana Schuler, die ihren Großonkel über längere Zeit fotografiert hat und sich auf diese Weise mit dem Thema „Al-



Doppelseite zu „Tolle Olle“ in SPIEGEL Wissen 3/2017. Fotos: Lêmrich



Doppelseite zu „Guter Stress“ in SPIEGEL Wissen 4/2018. Foto: Katrin Rodegast



Doppelseite zu „Geschmackssinn“ in SPIEGEL Wissen 1/2017. Fotos: Norman Konrad

ter“ auseinandersetzt. Es ist eine sehr schöne, in sich geschlossene Fotoreportage, die wir dann in drei Bildern erzählt haben. Mein Lieblingsbild ist, wie er seinen Kopf in die Waschmaschine steckt. Auf der ersten Ebene könnte man es für ein ziemlich albernes Bild halten, aber in seinem Kontext ist es darüber hinaus sehr anrührend.

Wie entwickeln Sie eine Symbiose aus Text und Bild?

Das Heft entsteht sehr organisch zwischen Textredaktion, Bildredaktion und Layout. Ohne Textgrundlage und einen sehr intensiven Austausch mit den Autorinnen und Autoren würde am Ende wohl viel öfter ein Stockfoto gedruckt werden und ich könnte meinen Job so nicht machen.

Danach spreche ich ebenso intensiv mit den Fotografinnen und Fotografen, gerade auch, weil es mir wichtig ist, mit ihnen zusammen eine

Bildsprache zu entwickeln. Ich erstelle für alle zuerst ein schriftliches und auf dieser Grundlage anschließend ein mündliches Briefing. Wir sprechen und diskutieren manchmal sehr lange am Telefon über eine Geschichte und deren Umsetzung. Dadurch kommen wir im Idealfall über die Grundidee der Geschichte hinweg und können die jeweilige Bildsprache verfeinern. Also natürlich gehe ich auf Fotografinnen und Fotografen zu aufgrund einer bestimmten Arbeit, die zu unserem Heft oder Thema passt. Aber ich versuche auch immer, zusammen dann nochmal einen Schritt weiter zu gehen.

Wie organisieren Sie sich in einer immer unübersichtlicheren Landschaft aus Agenturen, Fotografen, digitalen Plattformen und analogen Präsentationen?

Meine Arbeit ist eine Mischung aus allen Bereichen: Recherchen in den

links: Ausgabe 6/17
Foto: Jan Philip Welchering

rechts: Ausgabe 4/17
Foto: Studio Eyecandy



Preise | Wettbewerbe | Stipendien

üblichen Agenturen, wobei ich auch immer versuche, die kleineren zu scannen. Im digitalen Bereich früher viel Facebook, heute täglich Instagram und einige Blogs. Ausstellungen besuche ich beruflich wie privat, das zieht sich durch mein Leben.

Darüber hinaus habe ich eine Mappe auf meinem Rechner mit tausenden von Fotos, die rein der Inspiration dienen. Manchmal, wenn ich gar nicht mehr weiter weiß oder ein spezielles Thema suche, sehe ich in die entsprechenden Ordner und ziehe mir Bilder, die ich irgendwann einmal abgelegt habe und auf die man so nicht unbedingt kommen oder durch die normale Verschlagwortung finden würde. Teilweise sind diese Bilder sowieso nicht in den gängigen Datenbanken zu finden.

Der wichtigste Faktor ist aber nach wie vor der persönliche Termin. Ich versuche, viele Mappentermine zu machen und lade aktiv ein, wenn mich jemand interessiert.

Was bedeutet die Digitalisierung für die Fotografie und Ihre Arbeit damit?

Auf jeden Fall ist sie eine Bereicherung, weil man so viel schneller, effektiver und kreativer arbeiten kann. Und weil man so viele Einflüsse hat, die man jederzeit abrufen und sich dadurch inspirieren lassen kann. Die digitale Recherche und Kommunikation gehören mittlerweile genauso zu meinem beruflichen Alltag wie das Scannen von Newsletter und Angeboten oder dem Besuch von Ausstellungen. Ein Großteil der Kommunikation und Resonanz läuft aber mittlerweile tatsächlich über Instagram. Über diesen Kanal kommen jeden Tag so viele neue Namen, Arbeiten und Querverweise in meine Ablage, dass es manchmal fast schon nicht mehr richtig zu händeln ist. Natürlich liegt viel in der eigenen Organisation, also, inwiefern und in welchem Ausmaß nutze ich dieses Überangebot und inwiefern übertrage ich das, was ich dort finde, auch in meinen alltäglichen Modus und arbeite tatsächlich aktiv damit. Darin liegt die Herausforderung dieser neuen Plattformen.

Der Instagram-Kanal *photo.spiegel.wissen* wurde vor 2,5 Jahren durch Sie ins Leben gerufen und wird seitdem von Ihnen betreut.

Es ist mein Account als Bildredakteur, aber nicht der offizielle Account der Redaktion. Mir geht es hier darum, die Arbeiten der Fotografinnen und Fotografen zu präsentieren, die in unserem Auftrag entstanden sind. Auf Instagram bin ich sehr in die Branche hin vernetzt. Ich will die Arbeit der Fotografinnen und Fotografen in diesem Netzwerk promoten und fördern.

Wie vervollständigen Sie den Satz „Fotografie soll...“?

Das Wort „soll“ finde ich so hart... Ich würde es eher so formulieren: Dass wir einerseits (Bilder-)Welten erschaffen und andererseits Momente konservieren können, das begeistert mich jeden Tag.♦

*Text und Interview:
Tine Hutzel / thedit.de*