

3/1998 DM 10

z3-roadster-forum.de

BMW MAGAZIN



Top-Model M coupé

Fotografiert von Richard Avedon

Michel Comte Anton Corbijn Bettina Rheims

Zeitenwende: Die neue Diesel-Generation von BMW

Zu den Themen

M coupé, Motorsport, 21. Jahrhundert



Richard Avedon



Michel Comte



Anton Corbijn



Bettina Rheims

Ein außergewöhnliches Projekt führte BMW MAGAZIN Autorin Renate Kerstin mit außergewöhnlichen Menschen zusammen: Vier Top-Fotografen stellten das BMW M coupé vor ihre Kameras und entwarfen kühne künstlerische Szenarien. Den Niederländer Anton Corbijn traf sie in einem Wald bei München, den Schweizer Michel Comte bei den Filmfestspielen in Cannes, die Französin Bettina Rheims in flirrender Sommerhitze auf einer Landstraße bei Paris und Richard Avedon in seinem New Yorker Studio. Beim Rundgang durchs Studio überraschte Avedon die Besucher aus Deutschland mit einem, an diesem Ort unerwarteten, Six-Pack: obergäriges, original Kölsch-Bier, das ihm Freunde aus der Stadt am Rhein mitgebracht hatten. Avedon schwärmte geradezu von diesem besonderen Getränk, das er

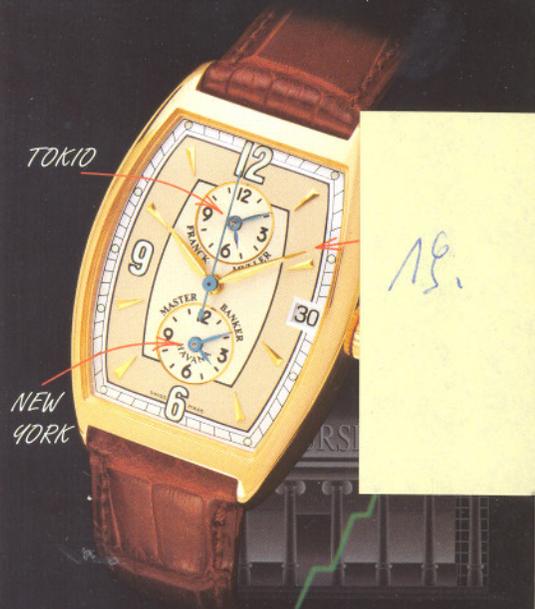
1994 bei einem Köln-Besuch anlässlich seiner großen Ausstellung im Museum Ludwig erstmals probiert hatte. Fazit von Renate Kerstin nach ihrer Recherche-Reise: „So unterschiedlich wie die Orte waren die Arbeitsstile der Künstler und ihre Auffassungen von der Fotografie. Eines jedoch verbindet sie: ihre große Leidenschaft und ihre absolute Professionalität.“

Seite 32: „M coupé – Top-Model aus München“

Die Aufregung der BMW Crew war riesengroß. BMW MAGAZIN Redakteur Thomas Hartmann stand inmitten der Mechaniker und Ingenieure an der Boxenmauer, als Schlußfahrer Hans-Joachim Stuck mit sechs Runden Vorsprung zwei Minuten vor dem Ende des 24-Stunden-Rennens auf dem Nürburgring über die Ziellinie raste. Dabei sollte er vor dem Zielstrich warten, um ihn exakt mit Ablauf der 24 Stunden zu überqueren. Stuck aber nahm in Kauf, womöglich noch in der letzten Runde auszufallen. Der Rennfahrer, über Funk zur Rede gestellt, meinte nur lapidar: „Ein BMW steht nicht, sondern fährt!“ Die Geschichte ging gut aus, Stucks Team gewann im 320d. Ein Sieg von gleichsam historischer Dimension: Erstmals triumphierte ein Diesel bei einem 24-Stunden-Rennen. Wie sehr der Motorsport die Menschen begeistert, zeigte sich am ersten Juni-Wochenende wieder mal bei den 24 Stunden von Le Mans: 250 000 Besucher feierten zusammen ein fröhliches Fest. Seite 26: Nürburgring, Seite 94: Le Mans

Emotionen haben in der Wissenschaft nichts zu suchen!“ Mit deutlichem Groll in der Stimme verurteilte der amerikanische Astrophysiker Michio Kaku im Gespräch mit dem BMW MAGAZIN die Untergangphantasien vieler Zukunftsforscher. Schwarzweißmalerei bringe die Welt nicht weiter, lieber solle der Mensch seine Zukunft gezielt selbst gestalten. Der Professor an der Universität New York, in den USA einem Millionenpublikum durch seine Wissenschafts-Radioshow über die letzten Rätsel des Universums bekannt, überraschte seine Interviewpartnerin Dr. Petra Thorbrietz mit einem Bekenntnis: Zwar sei auch ihm nicht ganz wohl bei dem Gedanken, daß Roboter eines Tages klüger werden könnten als die Menschen, aber seine eigenen Kinder hätte er schon gerne biotechnisch aufgerüstet. Seite 58: „Wir werden göttliche Macht haben“

FRANCK MULLER
GENEVE



STELLUNG DER
DREI ZEITZONEN
ÜBER EINE KRONE

PRÄDESTINIERT
FÜR BUSINESS
UND REISE

DREI ZEITZONEN
IN EINEM
UHRWERK

MASTER BANKER

WELTPREMIERE

GERNE ÜBERSENDEN WIR IHNEN
DEN AUSFÜHRLICHEN KATALOG «LA COLLECTION»:

FRANCK MULLER UHREN — ABT. PUBLIC REL.
POSTFACH 3 04 — D-82027 GRÜNWALD B. MÜ.
TEL. 0 89/64 90 00 11 — FAX 0 89/64 90 00 10

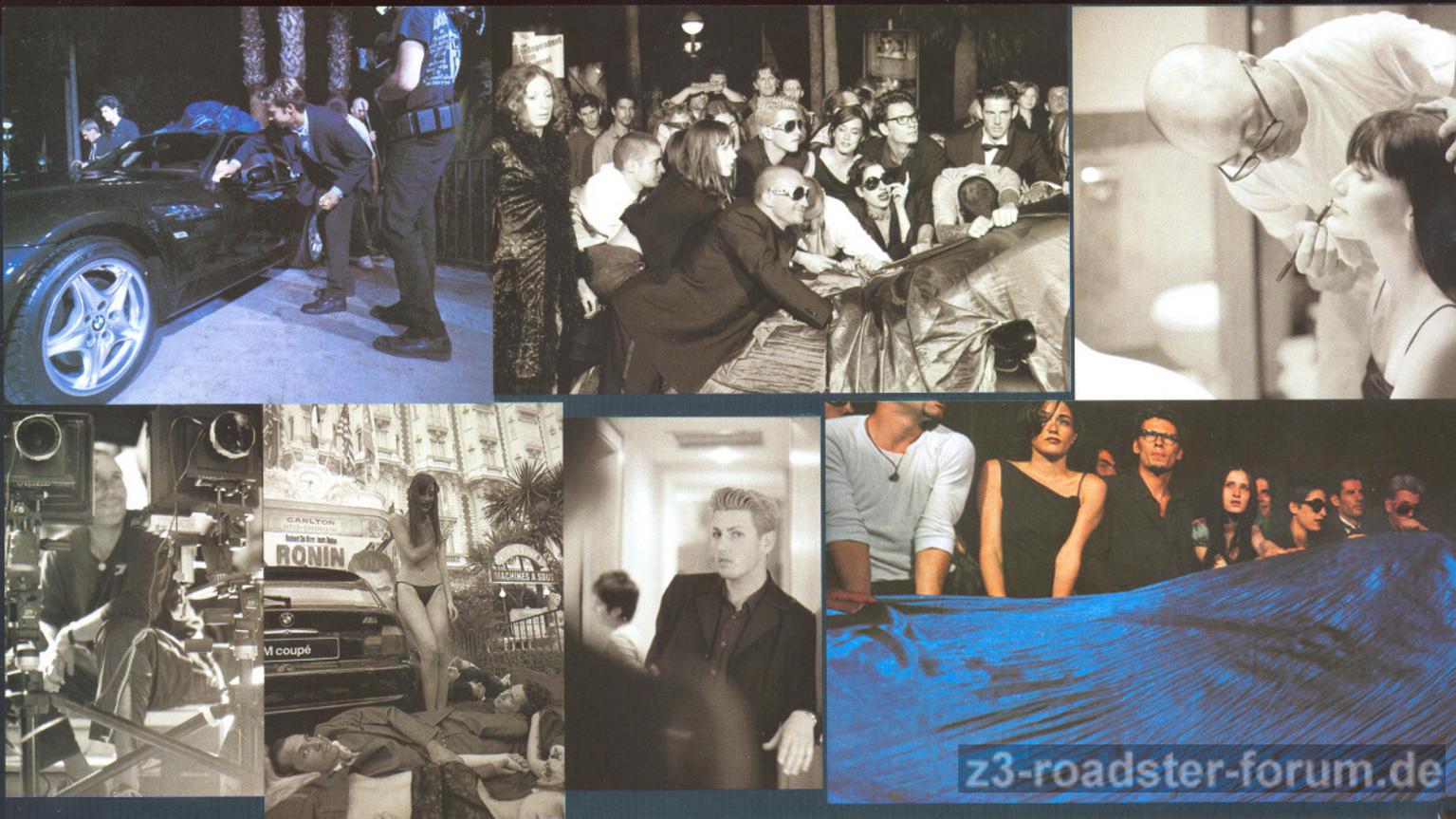
M



coupé

Top-Model aus München

Ein außergewöhnliches Automobil für Individualisten, voller Spannung und Leidenschaft, porträtiert von vier der weltbesten Fotografen. Jedes Bild ein Meisterwerk. Auf den folgenden Seiten: die Künstler beim Foto-Shooting in der Stadt, in der freien Natur, im Studio und ihre ganz persönliche Interpretation des M coupés der Bayerischen Motoren Werke. As seen by ...



Michel Comte:

Die Magie des Augenblicks

Absolut verrückt!“ Michel Comte beschreibt einen Bogen mit seiner pinkfarbenen Krücke und zeigt auf die vielen neugierigen Zuschauer, die sich – zum Teil mit Fotoapparaten und Camcordern ausgerüstet – um seinen Set drängen. Die Internationalen Filmfestspiele in Cannes hat der 44 Jahre alte Schweizer Top-Fotograf durchaus mit Bedacht für sein Shooting gewählt. „Bei meinem Besuch im letzten Jahr“, erzählt Comte, „habe ich eine unglaubliche Szene beobachtet, wie Fans, Fotografen und Kameraleute sich auf eine Limousine stürzten, in der Sylvester Stallone saß.“ Wie können Menschen nur so verrückt sein, habe er sich gewundert. „Es sah so aus, als ob diese unheimlich starke Aggression dem Auto galt, denn die Leute konnten wegen der getönten Fensterscheiben gar nicht erkennen, wer da in dem Wagen drin saß.“

Aus diesen Bildern entwickelte Comte seine Idee für das BMW Shooting. „Was gibt es Aggressiveres als diese Paparazzi-Situation?“ fragt Comte, der Fotograf der großen Stars aus der Mode-, Film- und Kunstszene, der selbst oft in Kriegs- und Krisengebieten dieser Welt den verdeckten schnellen Schuß mit der Kamera sucht und wagt – und mit diesen Arbeiten humanitäre Projekte internationaler Hilfsorganisationen unterstützt.

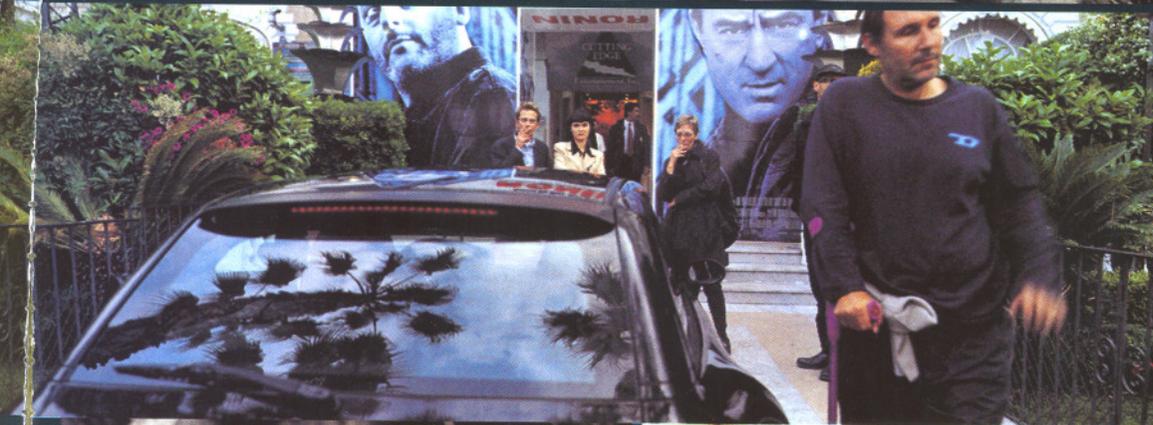
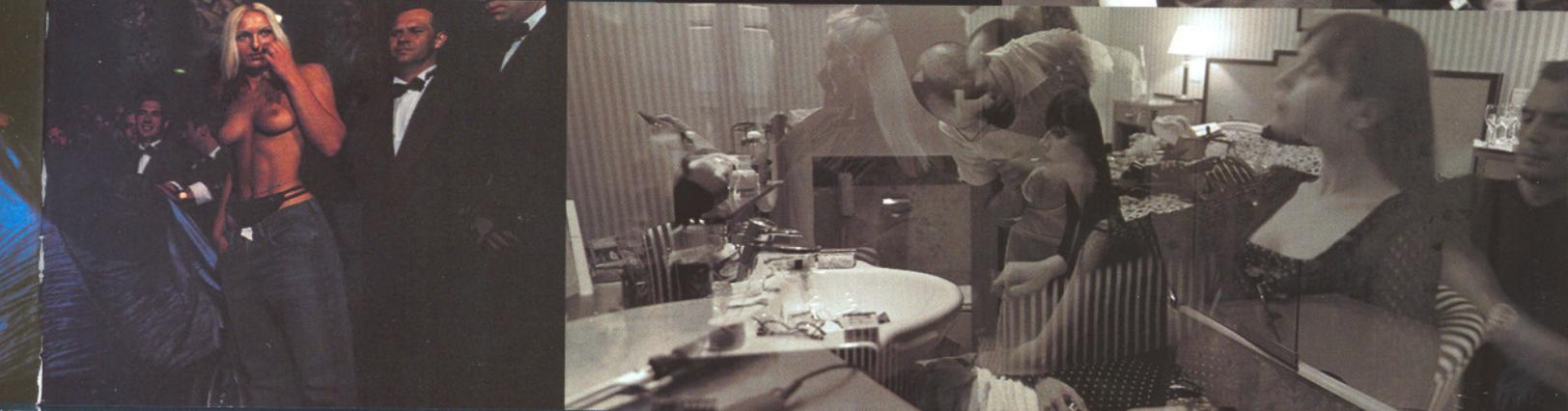
Als der quirliche Züricher mit Wohnsitz Manhattan kurz vor Mitternacht mit Chauffeur und Bodyguards vor dem weltberühmten Hotel Carlton an der Prachtmeile La Croisette auftaucht, geht ein Raunen durch die erwartungsvolle Menschenmenge, die sich hinter den Absperrgittern drängelt. Comte, gehandikapt durch eine Knieverletzung, die er sich beim Polo-Spiel zugezogen hat, inspiert seinen Arbeitsplatz mit eidgenössischer Präzision. Das äußere Hotel-Entrée, eine Fläche von etwa 20 Quadratmeter Größe, ganz aus weißem Marmor, gesäumt von Palmen und mediterraner Blumenpracht, ist von seinen zahlreichen Mitarbeitern vorbereitet

worden: Scheinwerfer-Masten und Reflektoren in der Größe von Sonnenschirmen ragen in den Nachthimmel, die beiden Kameras stehen schußbereit auf ihren Stativen. Zeit für den Perfektionisten, auch oben in der Hotel-Suite nach dem Rechten zu sehen, sich mit Stylisten, Visagisten, Castern und Models zu besprechen.

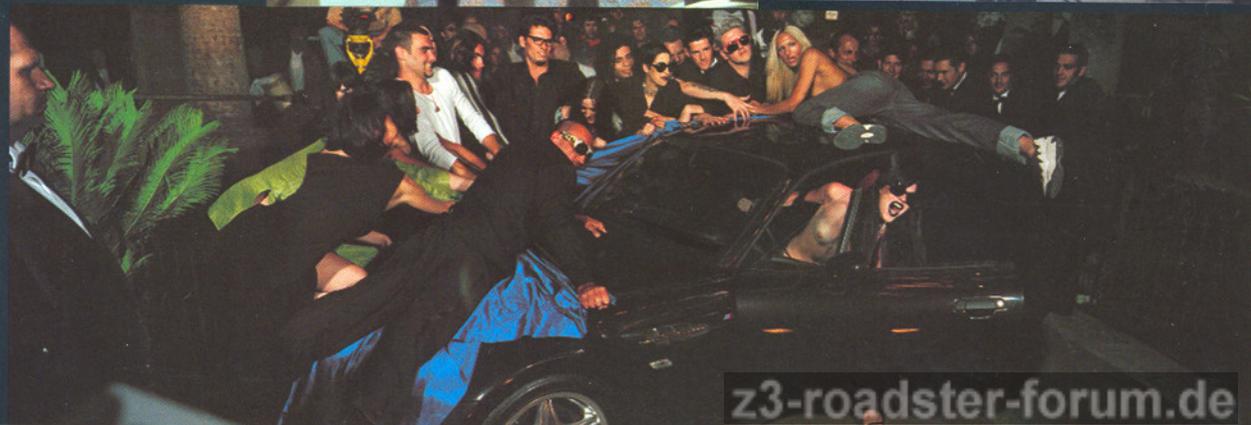
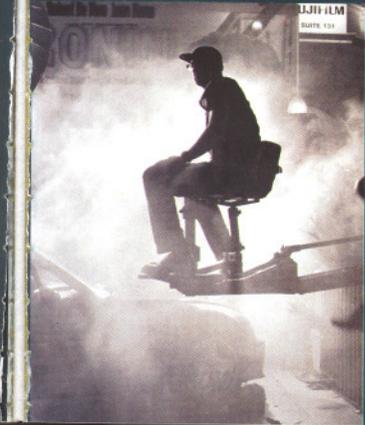
Comte läßt das schwarze BMW M coupé, das der Liebhaber von Bentley-Oldtimern „sehr schön und sehr sexy“ findet, in die gewünschte Position bringen. Die Show beginnt. Blaue und rote Seidentücher bedecken das Auto, auf den Fahrersitz hat der Fotograf sein Top-Model Tracy plaziert. Die übrigen 25 Models – junge Männer in Smoking oder Jeans-Look, freche Girlies in Abendroben oder Sports-Wear – dirigiert Comte um das Auto herum, einige auf Dach und Motorhaube. „Versucht mit euren Händen, das Tuch herunterzureißen. Ich will Bewegung sehen“, lauten seine Direktiven.

Ein überaus anstrengender Job, der bei den Models blaue Flecke, eine kleine blutende Rißwunde am Fuß, einen abgebrochenen Stiletto-Absatz und Blessuren am Automobil hinterläßt. Unermüdlich feuert Comte seine Leute an, fordert, lobt, dirigiert. Seinen flinken dunklen Augen entgeht nichts, intensiv saugt er die Atmosphäre in sich auf. Hier ist er Regisseur und Star, Zuschauer und Akteur, Fotograf und Motiv in einer Person. Wenn er den Auslöser betätigt, klicken die Kameras seines Publikums wie ein Echo.

Comte ist ein Besessener, dessen Passion die Fotografie ist. „Ich habe eine Vorstellung, wie das fertige Foto aussehen könnte, aber ich plane ein Foto niemals bis ins letzte Detail. Ich warte ab, was passiert. In diesem Fall: Wie die Menschen auf das Auto reagieren, was sie tun, es zu entdecken.“ Auf eines wartet er aber immer beim Fotografieren: den magischen Augenblick, der ihm das Gefühl gibt, das ist authentisch, das ist es. In dieser langen Nacht in Cannes, mit den fast 200 Aufnahmen, die er gemacht hat, hat er den magischen Augenblick eingefangen.



Michel Comte (Foto links) baute seinen Set inmitten des Trubels der Internationalen Filmfestspiele in Cannes auf. Vor dem Hotel Carlton am Prachtboulevard La Croisette drängten sich Models, Mitarbeiter und zahlreiche Zuschauer um das schwarze M coupé



CARLTON
INTER-CONTINENTAL

Robert De Niro Jean Reno

A FILM BY JOHN FRANKENHEIMER

RONIN

Melanie Lynskey Stellan Skarsgård Sam Berner Jonathan Pryor

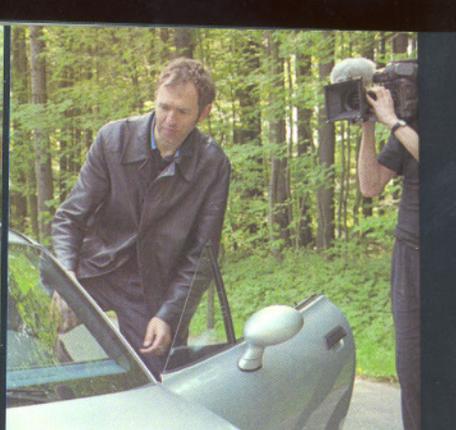
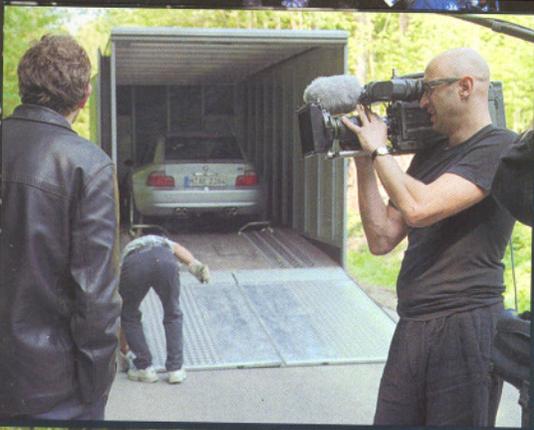
THE HIT IS ON.



z3-roadster-forum.de

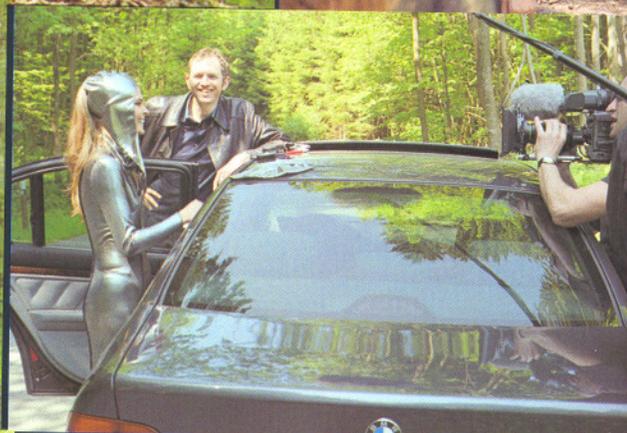


Michel Comte



www.roadster-forum.de

Anton Corbijn (Foto rechts, Mitte) wählte eine Waldlichtung südöstlich von München für sein Shooting. Am Set ließ sich der niederländische Top-Fotograf bereitwillig von einem Video-Team filmen und zu seiner Arbeit interviewen



Anton Corbijn:

Die Kunst des Unperfekten

Das einzig Laute in dieser Umgebung ist das aufgeregte Gezwitscher der Vögel. Anton Corbijn streckt seine annähernd zwei Meter Körpergröße und blinzelt lächelnd hoch zu den Baumwipfeln: „Die freuen sich bestimmt schon darauf, daß wir gleich dieses große glänzende Ding hier in die Mitte stellen ...“ Das große glänzende Ding ist das silbermetallic-farbene BMW M coupé.

Der 43 Jahre alte Niederländer hat am Tag zuvor diesen Platz für sein Shooting gefunden: ein Waldstück mit einer kleinen Lichtung, etwa 40 Autominuten südlich von München. Der ideale Ort zur Realisation seiner Idee. Ein Platz wie geschaffen für seine raffinierte Lichtregie, das kunstvolle Spiel aus Schatten, Konturen und gewollten Unschärfen, das viele seiner Porträtaufnahmen von den Stars der Rock- und Pop-Szene so eindringlich vermittelt.

„Hier ist der Star das Automobil, ohne Ablenkung, ohne Kompromisse“, beschreibt Corbijn seine künstlerische Fokussierung. Er arbeite gewöhnlich mit sehr wenig Aufwand, erklärt der in London lebende Niederländer und es klingt fast so, als wolle er sich dafür entschuldigen, daß kein branchenüblicher Troß von Stylisten, Location Scouts, Kaffeeholern und technischen Assistenten den Set bevölkert. Auch sein technisches Equipment mutet minimalistisch an: zwei Nikon F4 Kameras, kein Stativ, keine zusätzliche Beleuchtung außer dem Blitzlichtgerät, keine Reflektoren, keine anderen Effekte. Für seinen Stil, den er als „gedämpft und zurückhaltend“ bezeichnet, benötige er wirklich nicht mehr, versichert er mit charmantem Understatement.

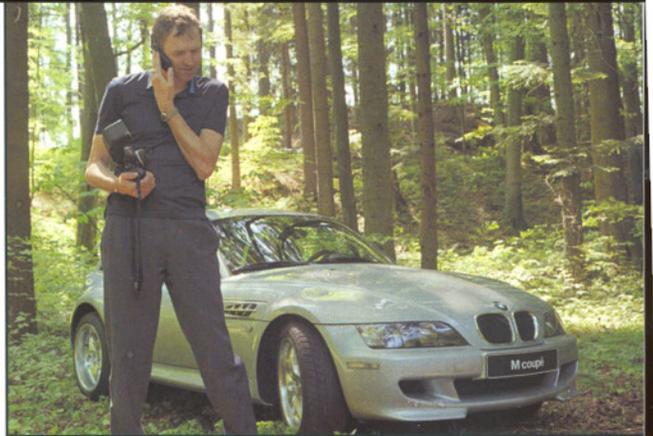
Mit seiner Assistentin Anja, einer Hamburgerin, und seinem schwedischen Model Monika räumt Corbijn Ziegelsteine von der Lichtung. Dort im Schattenspiel von Sonne und Bäumen, soll das M coupé stehen. „Das Blitzlicht betont das silberne Auto, läßt es heller und leuchtender hervortreten als alle anderen Komponenten seiner dunklen Umgebung“, beschreibt Corbijn seine Komposition. Er sei es gewohnt, im Freien zu arbeiten, auf das richtige Licht zu warten: „Ich wäre nie auf die Idee gekommen, in ein Studio zu gehen. Im Gegenteil, ich mag es, mich auf die Bedingungen draußen einzustellen.“

Perfektion langweilt ihn. „In gewisser Weise gefällt mir das Unvollkommene. Dieses Nicht-Perfekte ist ein Bestandteil meines Systems zu arbeiten – und für mich macht gerade das eine perfekte Fotografie aus“, erklärt der Mann, der einst „mangels künstlerischer Begabung“ von der Kunstakademie in Den Haag abgelehnt wurde und heute zu den meistgefragten und höchstdotierten Fotokünstlern in der internationalen Musik-Szene gehört.

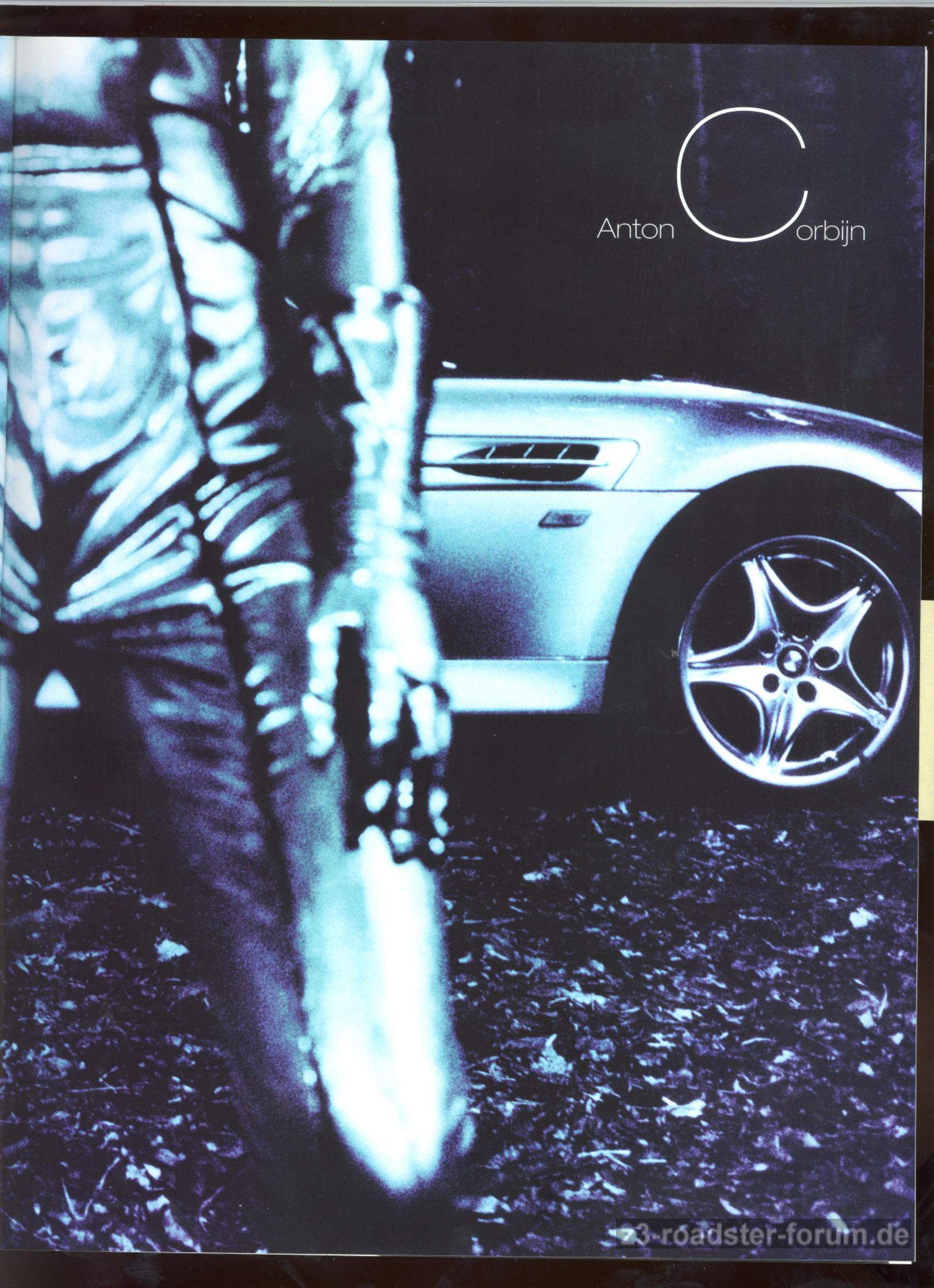
Das BMW Projekt, so sagt Corbijn, sei eine echte Herausforderung für ihn. „Ein Auto als Hauptmotiv habe ich noch nicht fotografiert.“ Viele Werbefotos, die er gesehen hat, gefielen ihm nicht: „Zu modern, zu sehr im Jetzt verhaftet, zu klischeehaft.“ Er wolle das Automobil mit etwas in Verbindung zu setzen, zu dem er selbst eine gefühlsmäßige Beziehung habe. „Dieser Sportwagen hat in seinen Linien, in seiner Form einige Elemente der Siebziger. Und mir gefällt aus dieser Zeit die Vorstellung, die die Menschen von der Zukunft, von den 90er Jahren oder dem Jahr 2000 hatten.“ Der futuristische Effekt wird noch durch das Model verstärkt. „Monika trägt einen silber-schimmernden Catsuit, ein bißchen retro-spektiv“, sagt Corbijn. „Fasziniert hat mich auch die Idee, einen anderen Kontext zu schaffen. Einer sozusagen alten Technologie – wie dem Wald – eine moderne perfekte Technologie – das Automobil – gegenüberzustellen.“

Kontrast, Spannung, Aggression und Erotik entstehen für Corbijn vor allem aus dem Blickwinkel, den er wählt: „Es ist eine Schlüsselloch-Perspektive, fast wie ein Paparazzi-Schuß.“ Für ihn ist das eine neue Interpretation des Sehens. „Früher wollte ich mit meinen Fotos hinter die Fassade einer Person gelangen. Das kommt mir inzwischen anmaßend und allzu moralisch vor“, beschreibt er seine künstlerische Entwicklung. „Heute spiele ich lieber mit dem Image von Leuten oder Dingen.“

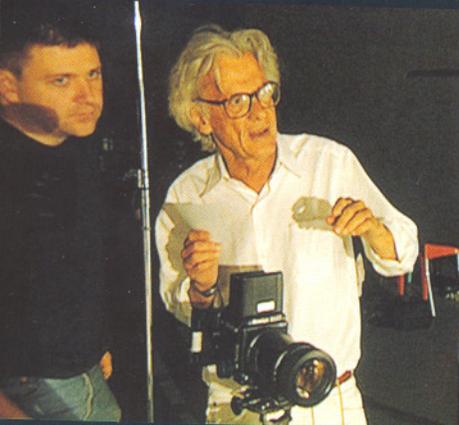
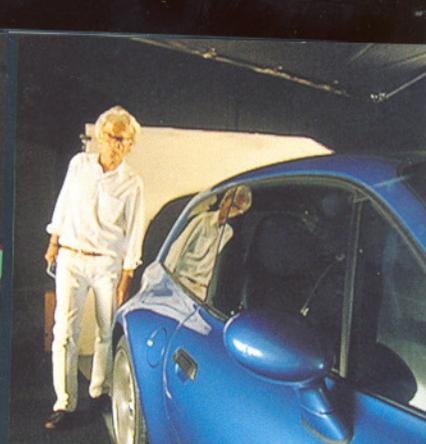
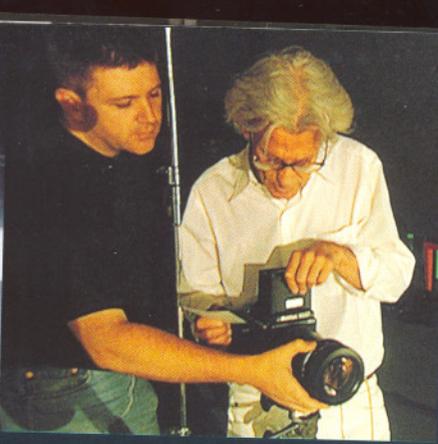
Am Ende des Shootings blickt Corbijn noch einmal hoch zu den Baumwipfeln und wundert sich, daß nichts von oben heruntergefallen ist.





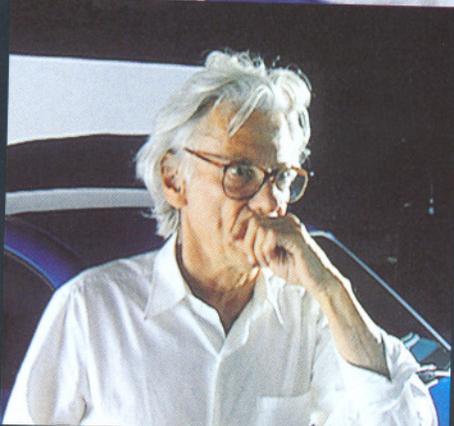


Anton **C**orbijn



z3-roadster-forum.de

Richard Avedon (Foto rechts) beim Shooting im Studio am Pier 59 in New York. Das Team hat präzise Vorgaben: Anhand von Polaroids studiert er, wie seine Idee in Szene gesetzt wird



Richard Avedon:

Die Faszination des Auges

Der schmächtige Mann mit der prachtvollen weißen Haarmähne sitzt an der Bar, nimmt einen Schluck von seinem Espresso und seine großen braunen Augen hinter dem dunklen Brillengestell strahlen Zufriedenheit aus. Richard Avedon scheint ein gutes Gefühl zu haben. Der Amerikaner, von *Newsweek* als „vermutlich berühmtester, erfolgreichster und einflußreichster Fotograf in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts“ gerühmt, hat soeben sein Shooting für BMW in New York beendet.

Drei Tage Arbeit liegen hinter dem erstaunlich jugendlich wirkenden 75 Jahre alten Top-Fotografen. Tage, in denen er zunächst die Augenpartie eines Models mit der Kamera festgehalten, dann das BMW M coupé fotografiert hat und nun in einem dritten Schritt beide Fotos zusammenführen wird.

Avedon ist ein akribischer, hochkonzentrierter Arbeiter, bei dem alles mit großer Professionalität abläuft. An seinem Set sind Heerscharen von Helfern ebenso wenig erwünscht wie neugierige Beobachter. Über seine Arbeit, gar seine Philosophie des Fotografierens zu sprechen, kommt ihm kaum in den Sinn. „Ein Foto ist für mich ein Code, es enthüllt etwas“, sagte er einmal in einem Gespräch mit seiner Fotografen-Kollegin Herlinde Koelbl. „Ein Fotograf hat immer mit der Verwandlung von Realität zu tun, mit ihrer Überhöhung und Entschlüsselung.“ Interpretationshilfen mag er keine geben: „Der Betrachter muß dann den Code des Fotos knacken.“

Richard Avedons Studio liegt in einem schmalen *Brownstone House* an der Upper East Side von New York. Hier sind Büros, private Schlaf- und Wohnräume, Garderoben, Schminkräume und im gläsernen Dachgeschoß ein neues kleines Studio untergebracht. Um neun Uhr am ersten Shooting-Tag erscheint sein Model Janel auf der Bildfläche. Sie ist noch ungeschminkt, doch das Leuchten

in ihren ungewöhnlichen Augen fasziniert sogleich jeden Betrachter. Janels Augenpartie wird sorgfältig für das Foto vorbereitet: Das Gesicht wird mit einer silber-glänzenden Grundierung versehen, anschließend werden Blautöne in einer Art Streifen über die Augenpartie eingearbeitet. Avedon hat präzise Vorstellungen von dem Make-up. Es soll verfremden, nicht wie ein Mode-Make-up wirken. Er fotografiert aus verschiedenen Kamerapositionen und Blickwinkeln, am Nachmittag ist der erste Teil des Shootings beendet.

Am nächsten Morgen geht es weiter in einem gemieteten Studio am berühmten Pier 59 in New York: Das blaue M coupé steht bereit. Assistenten präparieren den Set mit Lampen und Stoffsegeln. Vor einem grünen Holzstuhl wartet die auf einem Stativ befestigte Mamiya RZ 67 auf den Künstler. Avedon, einer der begehrtesten Porträtfotografen der Welt, ist von der Frontpartie des Sportwagens angetan, vielleicht, weil er darin die Elemente eines menschlichen Gesichts wie Augen und Mund erkennt.

Über seine Konzeption, sein Foto, mag er nicht viel sagen. Immerhin so viel ist seinen spärlichen Ausführungen zu entnehmen, daß er die Wahrnehmungsfähigkeit des menschlichen Auges und die Bewegung des Automobils zusammenfügen möchte. Etwa so, daß der Betrachter das Auto auf dem Foto so wahrnimmt, wie er es normalerweise unbewußt auf der Straße sehen würde.

Das menschliche Auge faszinierte Richard Avedon schon immer. Als kleines Kind, so erzählte er in einem Interview mit dem deutschen Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*, hatte er sich ein Augenzucken, eine Art Zwinkern angewöhnt. „Meine Eltern sagten immer: Dickie, laß das bleiben. Aber ich war dabei, Bilder zu machen. So wie andere Leute das absolute Gehör haben, habe ich den absoluten Blick.“ Für den Menschenfotografen Avedon gibt es keine Ungenauigkeit in einem Foto. Sein Credo formuliert er so: „Alle Fotos sind genau. Keines ist die Wahrheit.“

FOTOS: MOHE EMBAREK





z3-roadster-forum.de

R
ichard
Avedon



Bettina Rheims:

Die Macht der Sinnlichkeit

Sie kommt daher mit ihrer kleinen runden Brille, ein paar Bücher unter den Arm geklemmt und sieht aus wie eine Studentin. Doch Bettina Rheims, internationale Top-Fotografin aus Frankreich, weiß um die Ausstrahlung ihres Models Athena, einer jungen Amerikanerin.

„Wenn sie geschminkt und gestylt ist, auf ihren High-heels steht, dann wird sie richtig gefährlich.“ Zusammen mit dem blauen BMW M coupé spielt sie die Hauptrolle in einem ausgeklügelten Szenario: ein aufgeladenes Spannungsfeld von Macht und Dominanz, Sinnlichkeit und Erotik, Luxus und Exzentrik.

„Autos sind ein wichtiger Bestandteil unseres Lebens, des Alltags und manchmal Schauplatz zweideutiger Situationen“, sagt die 45 Jahre alte Pariserin. Sie habe schon oft Autos fotografiert, aber eher als Attribut einer Person, eines Individuums. „Diesmal ist es vollkommen anders. Am Anfang steht das Auto, dann kommen die anderen Elemente dazu.“ Die Freiheit, eine künstlerische Idee um das Auto herum zu entwickeln, eine Story, ein kleines Szenario zu entwerfen, ist eine faszinierende Herausforderung für sie.

Bettina Rheims ist eine der ganz wenigen Frauen in der Belle Epoque internationaler Fotokünstler. Sie gilt als Meisterin der Interpretation von Sinnlichkeit und hat mit ihren erotischen Frauen-Bildern Aufsehen erregt. In Los Angeles, ihrem zweiten Wohnsitz neben Paris, hatte sie vor kurzem eine Szene beobachtet, die ihr nicht aus dem Kopf ging: „Junge Leute auf dem Sunset Boulevard, sehr reich, in horrend teuren Autos, ohne Ziel und Plan. Nur das Vergnügen mit ihrem neuen Spielzeug, dem Sportwagen, zählt.“

Aus diesem Bild der *lost rich kids*, wie sie es nennt, formten sich die Elemente für ihre Story: Das BMW M coupé, ein junges Pärchen, das mit seinem Luxus-Spielzeug übers Wochenende aufs Land fährt. „Ganz anders als typische Werbefotos für Automobile ist diese Situation sexy, arrogant und zweideutig.“ Und anders als in vielen Roadmovies oder Fotos sollte ihre Umgebung ausgesprochen französisch aussehen.

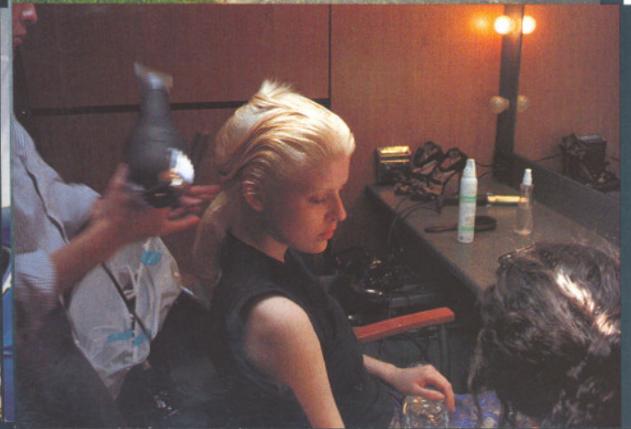
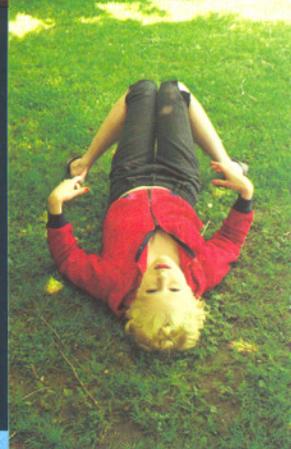
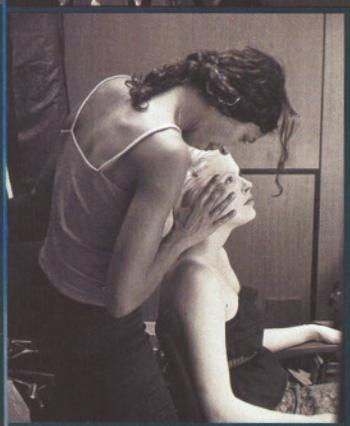
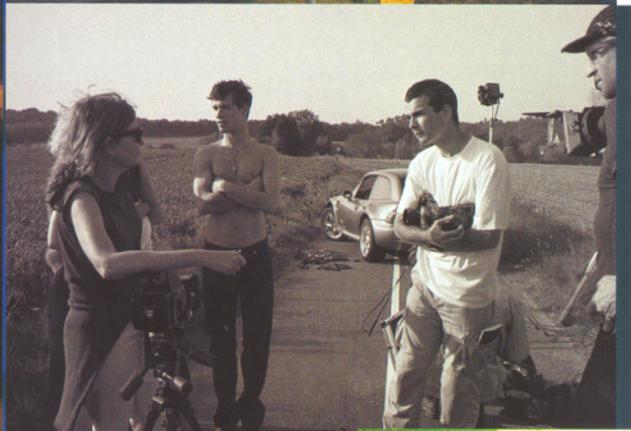
Sie fand, was sie suchte: eine Landstraße, die durch ein weites Feld führt, im Hintergrund eine kleine, sehr alte Dorfkirche. „Es sieht ein bißchen wie in einem Hitchcock-Film aus. Es hat etwas Mysteriöses“, findet sie. Der Set ist von ihren Mitarbeitern perfekt vorbereitet: Ein Reflektor optimiert das Licht, der graue Asphalt hat einen Mittelstreifen aus weißem Klebeband bekommen, ein Vorfahrtsschild ist in die gewünschte Position am Straßenrand gerückt, und in ein Maisfeld am Straßenrand sind 600 echte rote Rosen gesteckt worden.

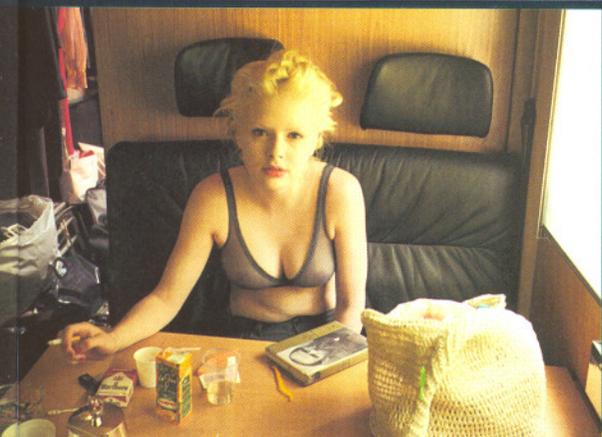
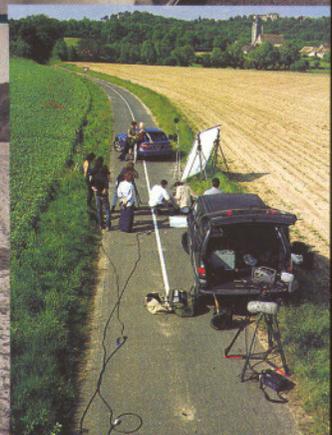
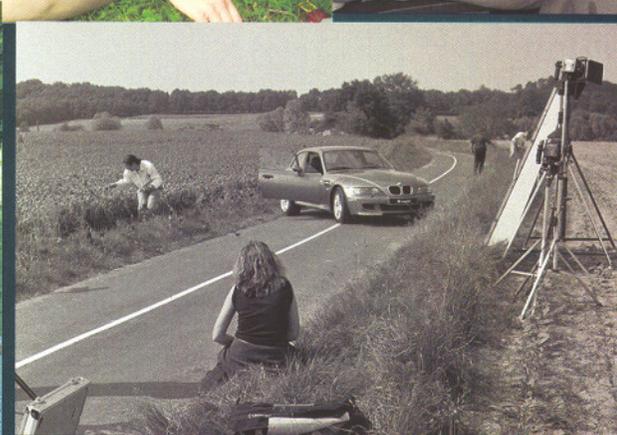
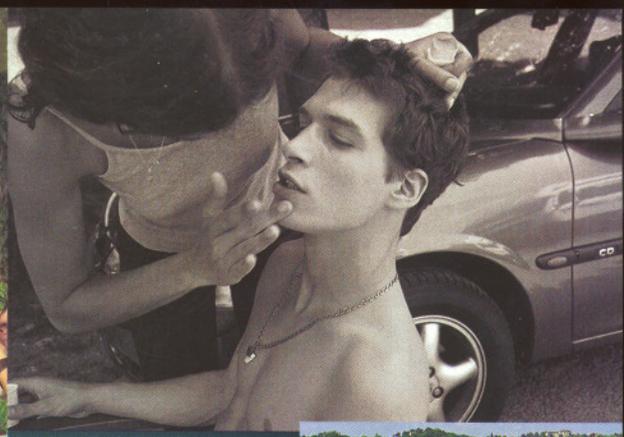
„Das verstärkt meine Idee der Fiktion. Es ist nicht wahr. Es gibt kein Getreidefeld, in dem rote Rosen wachsen“, erläutert sie ihr Arrangement. „Das hat, wie alle meine Fotos, mit einer gewissen Verrücktheit zu tun, die wiederum manchmal mit Geld zusammenhängt. Wenn man genug Geld hat, ist es egal, ob man tausend Rosen kauft. Es ist egal, ob die Angebetete das mag oder nicht. In meiner Komposition ist der junge Mann so verrückt, dies zu tun.“ Das alles vermittelt etwas Aggressives, Zugespitztes, Gereiztes, Bedrohliches. Und schließlich: „Rot ist Blut.“

Am Set herrscht eine Atmosphäre ruhiger Konzentration und selbstverständlicher Professionalität, die ein eingespieltes Team voraussetzt. Bettina Rheims, eine ebenso zierliche wie energische Person, scheint immer genau zu wissen, was sie will: Sie läßt ihre beiden Models die Positionen wechseln, arrangiert Rosen auf dem Auto. Ihr Assistent Thierry legt die Filme ein, mißt das Licht, die Visagistin bessert von Zeit zu Zeit das Make-up der Models nach.

Nach vier Stunden ist es für den ersten Tag des Shootings genug. Später am Abend, bei der Betrachtung einiger Polaroid-Aufnahmen, wird sie ihre Story für den zweiten Tag noch weiter zuspitzen. „Der junge Mann wird endgültig zum letzten Element: Er wird zum Werkzeug degradiert. Die Frau und das Auto sind das wahre Paar. Vielleicht“, sagt sie lächelnd, „lasse ich ihn sogar sterben.“

Fotografiert sie anders, hat sie einen anderen Blick als ihre männlichen Künstler-Kollegen? „Viele Männer finden Autos sehr aufregend, manche entwickeln ein richtiges Verlangen, wenn sie ein tolles Auto sehen. Mich erregt eher der Anblick eines ausgefallenen Kleides oder der von Johnny Depp.“





Bettina Rheims (Foto links, erste von rechts) mit ihren Mitarbeitern, Models und dem Video-Team an ihrem Set, einer Landstraße in der Nähe von Longvilliers, einem kleinen Dorf südlich von Paris



