

„ICH KÄMPFE IMMER BIS ZUM UMFALLEN.“

Remo Neuhaus arbeitete sich erst in der Gastronomie bis ganz nach oben. Dann entschloss sich der Schweizer, seinem Wunsch nach mehr Kreativität im Berufsleben stattzugeben – und wurde Profifotograf. Ein Gespräch über Teamplayer, Fehler und Erfolg. T – Florian Sturm F – Remo Neuhaus



Herr Neuhaus, was haben ein Gastronom und ein Fotograf – in beruflicher Hinsicht – gemeinsam?

Remo Neuhaus: Vor allem den Aspekt der Dienstleistung. Das fängt beim Erstkontakt an und zieht sich über die Produktion bis hin zum Abschluss mit dem Kunden. Eine gute Organisation, bei der du dein Team stets motiviert hältst, sodass alle Beteiligten das Maximum für den Kunden und das Produkt herausholen, sind in beiden Branchen elementar.

Wann und warum sind Sie vom einen in den anderen Job gewechselt?

Es war nicht so, dass ich mich als Gastronom nicht mehr wohlfühlte hätte. Ich bin seit jeher ein neugieriger Mensch und wollte schon immer mehr wissen über Licht und Gestaltung. Also meldete ich mich nach dem Verkauf meines Restaurants und Clubs an der Zürcher cap-Fotoschule an. Zunächst einfach aus der Lust heraus, etwas Kreatives zu lernen, da dieser Aspekt in meinem Leben bislang zu kurz kam. Irgendwann spürte ich, dass die Fotografie mehr sein kann als nur ein Hobby, und als Unternehmer hatte ich bereits das Rüstzeug, um mich richtig vermarkten zu können.

Wie waren die Anfänge Ihrer professionellen Fotografenlaufbahn?

Rückblickend eine sehr spannende Zeit, in der ich auch Fehler machte. Plötzlich war ich wieder nervös, da mir beim Fotografieren mit Kunden die Erfahrung fehlte. Vorher organisierte ich Events für die Schweizer Elite – völlig unaufgeregt. Ein Spruch des Autors Volker Kitz trifft diese Entwicklung ganz gut. Er sagt, es gäbe nur zwei Arten von Tätigkeiten: „Die einen sind langweilig, die anderen werden es.“

Gab es Parallelen zum Start Ihrer Karriere als Gastronom?

Absolut. Man bewegt sich auf komplett fremdem Terrain. Ich hatte keine Ahnung vom Blitzen oder Photoshop. Plötzlich schweben ständig diese Fragen in deinem Kopf umher: Kann ich das? Werde ich das packen? Aber genau das ist die Herausforderung, die ich so liebe. >

01 Nick Eggenschwiler mit seinem Malibu 1978 in Bern-Bethlehem

02 Valerija Sestic, Schweizer Topmodel, für den Olmo-Fashionkalender auf dem Riffelberg/Zermatt

03 Musikstar Andreas Bourani

04 Valerija Sestic, für den Olmo-Fashionkalender



02



03

„Ich habe das Gefühl, die Fotografie ist mit meinem Alter deutlich kompatibler als die Gastronomie. Deshalb fühlt sich das, was ich momentan tue, absolut großartig an.“



04



„In meinem Team sehe ich mich als Kapitän. Nicht als General, sondern jemanden, der pausenlos rennt und die anderen mitreißt.“

Welche Schwierigkeiten mussten Sie meistern?

Das waren eher Kleinigkeiten. Beispielsweise habe ich anfangs bei einem Angebot nicht explizit die Anzahl der im Auftrag enthaltenen Bilder geklärt. So ging ich bei einem Job von zwanzig Aufnahmen aus, der Kunde wählte dann aber hundert Fotos. Auch bei der Wahl des Equipments fehlte mir die Erfahrung.

Inzwischen arbeiten Sie häufig mit dem Mittelformat von Pentax. Warum?

Weil ich von der 645Z und dem dazugehörigen System zu hundert Prozent überzeugt bin. Auch mit deren Vorgänger, die 645D, war ich zufrieden. Im Vergleich zur Hasselblad gefallen mir Haptik, Bedienungs-freundlichkeit und Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich besser. Heute gibt es einige weitere tolle Mittelformatboliden, und mit Fuji ist auch ein zusätzlicher Hersteller auf den Zug aufgesprungen.

Im Gegensatz zu vielen Kollegen ist die Gehäusegröße für mich völlig unwesentlich. Wenn ich mit der Pentax am Set bin, war die Kamera noch nie zu groß. (Lacht.) Viel wichtiger ist, dass ich mit der Kamera, den Objektiven sowie Bildqualität, Dynamikumfang und Geschwindigkeit zufrieden bin. Das 90 mm von Pentax beispielsweise ist große Klasse und gibt ein ausgezeichnetes Bokeh.

Sowohl in der Gastronomie als auch am Set sind Menschenkenntnisse gefragt. Inwieweit können Sie von Ihrer ersten Karriere profitieren?

Diese Fähigkeit ist vermutlich meine größte Stärke. Ich bin Optimist, liebe das Leben und die Menschen. Mir geht es darum, immer das bestmögliche Resultat aus allem und jedem herauszukitzeln. Dafür gehe ich oft an Grenzen, auch meine eigenen. Eine gute Stimmung im Team ist enorm wichtig. Ich schaue bei der Arbeit nicht auf die Uhr – das Resultat steht im Vordergrund. Wer mit mir zusammenarbeiten möchte, sollte dieselbe Einstellung mitbringen.

Gibt es ein Geheimrezept, wie sich der Umgang mit Menschen lernen lässt?

Man sollte sie einfach mögen. Ein Fotograf, der tagelang nur Stills ablichtet, wird kaum dieselben Voraussetzungen im Umgang mit Menschen mitbringen wie jemand, der sich auf Porträts und Reportagen spezialisiert hat. Ich war schon immer ein Teamplayer und habe als Kind viel Fußball gespielt. Sowohl die Arbeit in der Gastronomie als auch der Fotografie haben damit viel gemeinsam: Du bist in der Gruppe aktiv und davon abhängig, wie die anderen zehn Mannschaftskameraden spielen; macht einer einen Fehler, verlieren wir alle. In meinem Team sehe ich mich als Kapitän. Nicht als General, sondern als jemanden, der pausenlos rennt und die anderen mitreißt. Ich kämpfe immer bis zum Umfallen.

Sie haben fotografisch sehr schnell Fuß gefasst. Nicht jeder kann bei einem beruflichen Neustart davon ausgehen, sofort um die Meisterschaft mitzuspielen. Braucht es für so einen Schritt finanzielle Rücklagen, die eine gewisse Sicherheit geben?

Ich bin jetzt 49, und in meinem Alter stimmt das sicherlich. Als ich 2010 die Aktien meiner Restaurants verkaufte, hatte ich ein Polster, um diesen neuen Lebensabschnitt anzugehen. Junge Leute handeln eher nach dem Credo: Go on! Lebe deinen Traum.

Wie ist es Ihnen gelungen, in kurzer Zeit Ihr Portfolio aufzubauen und namhafte Kunden an Land zu ziehen?

Es gab von Anfang an ein eine klare Strategie: Wie gehe ich vor? Was will ich und was will ich nicht? Hochzeiten, Events oder Stills beispielsweise waren keine Option. Das zu wissen, ist schon sehr viel wert.

Man muss seine Komfortzone verlassen, um Großartiges zu erreichen, ganz egal, in welchem Bereich. Wenn ich ein Ziel vor

- 05 Danny Schneider mit selbst gebauter Chopper vor seiner Werkstatt in Bern
- 06 Andjela Milanovic, Schweizer Topmodel, für den Olmo-Fashionkalender
- 07 Matterhorn/Zermatt
- 08 Laura Zurbriggen & Phil Blaze für den Olmo-Fashionkalender





08

Augen habe, bin ich mir für nichts zu schade. So habe ich beispielsweise für andere Fotografen die Stative aufgestellt – und das, nachdem ich 2006 zum Schweizer Jungunternehmer des Jahres gewählt wurde.

Inwieweit spielen die konsequente Selbstvermarktung und der Einsatz neuer Techniken bei der eigenen Markenbildung eine Rolle?

Das ist ein wichtiger Punkt. Ich komme aus der klassischen Werbung, habe mich

„Wer mit mir zusammenarbeiten will, sollte nicht ständig die Uhr im Blick haben. Das Ergebnis steht klar im Vordergrund.“

jedoch glücklicherweise gleich zu Beginn für Social Media interessiert. Inzwischen betreibe ich neben meiner Website einen Blog und habe Profile auf Facebook, Instagram, Vimeo und LinkedIn. Ohne diese Plattformen, davon bin ich fest überzeugt, hätte ich den Umstieg niemals so schnell und erfolgreich geschafft.

Wie gehen Sie die Konzeptionierung, Umsetzung und Vermarktung freier Projekte an?

Das ist stark projektabhängig. Meist beginnt es mit einem Gedanken, zu dem ich im Organisationstool Evernote alles zusammentrage, was mir dazu in den Sinn kommt oder ich während meiner Recherche entdecke. Irgendwann bin ich so weit, daraus ein Konzept erstellen zu können. So lief es auch bei meinem nächsten größeren Projekt: Im kommenden Sommer werde ich mit einem Campervan drei Monate lang

die Küste von Tarifa (Spanien) bis zu den Lofoten in Norwegen entlangfahren. Wenn genug Wind weht, bin ich mit meinem Kiteboard auf dem Wasser zu finden, wenn nicht, stehe ich hinter der Kamera. Die Fotos werde ich nach meiner Rückkehr in der Berner Galerie Rigassi by Soon ausstellen.

Kann man mit der Fotografie genauso erfolgreich sein wie als Gastronom?

Definitiv. In meinen Augen ist Erfolg nicht allein durch Geld messbar, sondern vielmehr durch die Kombination aus persönlicher Zufriedenheit und dem Verdienst. Wenn ich am Monatsende meine Rechnungen bezahlen kann und Spaß bei der Arbeit hatte, ist alles optimal – oder eben *erfolgreich* – gelaufen.

Heute führen Sie mit Ihrer Frau Sarah auch die Kommunikationsagentur Neuhaus Consulting. Wie passt das ins Gesamtbild „Remo Neuhaus“?

Das passt ausgezeichnet. Meine Frau ist spezialisiert auf Social Media und hat ein tolles Verständnis für Kommunikation, da sie selbst aus dem Marketing kommt. Wir ergänzen uns bei Aufträgen sehr gut; sie macht das Konzeptionelle, während ich eher die Rampensau bin und an der Front in den Einsatz komme, sei es als Fotograf, Stratege oder Organisator von Events.

Könnten Sie sich vorstellen, nach der Fotografie einmal einen anderen Job auszuüben? Schließlich haben Sie schon mal eine sehr erfolgreiche Karriere an den Nagel gehängt.

Grundsätzlich kann ich mir vorstellen, bis zu meinem letzten Atemzug zu fotografieren. Es ist ein wirklich schöner Beruf, und ich liebe alle seine Facetten. Momentan probiere ich mich viel im filmischen Bereich aus, sodass beide Genres immer öfter zusammenkommen.

Ich werde weiterhin neugierig bleiben wie ein kleines Kind. Und wie war das noch mit Volker Kitz? Es gibt nur zwei Arten von Tätigkeiten: Die einen sind langweilig, die anderen werden es. Sollte das für mich auch in der Fotografie zutreffen, freue ich mich schon auf die nächste Herausforderung.



© ANDRES HERREN

REMO NEUHAUS

(*1968 in Bern) arbeitete 23 Jahre lang erfolgreich als Gastronom, ehe er sich für eine Laufbahn als Berufsfotograf entschied. Zudem ist er Botschafter für Pentax, BMW, Profot und Elinchrom. www.remoneuhaus.com