

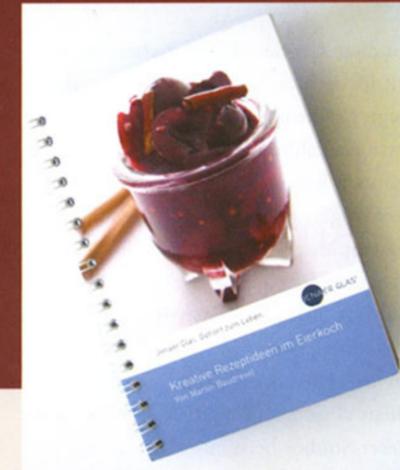
# Mit allen Sinnen:

Karsten Thormaehlen

Schönheit liegt im Auge des Betrachters. Sinnlichkeit dagegen geht über die visuelle Wahrnehmung hinaus. Wie aber gelingt es dem Fotografen Karsten Thormaehlen, mit einem Foto mehr als nur das Auge anzusprechen?



Ob schön, praktisch oder beides: Karsten Thormaehlen rückt alles ins rechte Licht, wie seine Arbeiten für die unterschiedlichen Marken von Zwiesel Kristallglas zeigen: Links Vasen von Zwiesel 1872, rechts der „Eierkoch“ von Jenaer Glas den der Koch Martin Baudrexel mit eigenen Rezepten bewirbt.

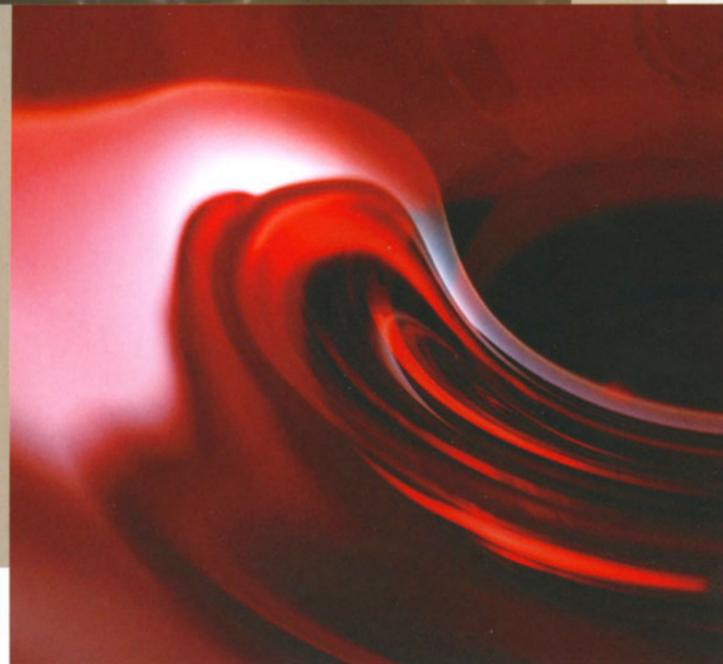


Es ist ein kleines Büchlein, das Jenaer Glas seinem „Eierkoch“ in die Geschenkverpackung legt und das mit seiner Spiralbindung zunächst wenig Aufhebens von sich selbst macht. Doch betrachtet man den Titel etwas länger, läuft einem das Wasser im Munde zusammen und man schmeckt die roten Kirschen, die leicht das Aroma der darauf liegenden Zimtstange angenommen haben. Man bekommt Lust, hinein zu blättern und wird mit jedem Bild ein wenig hungriger. Natürlich tun die Rezeptideen ein Übriges, aber die Kauf- und Esslust wird vor allem durch die Fotos geweckt.

Diesen Effekt erzielt Karsten Thormaehlen nicht nur für Glas, sondern auch für Porzellan und eine ganze Reihe anderer Produkte, die der vielfach prämierte Fotograf mit viel Gefühl vor seiner Linse



Fotos: Karsten Thormaehlen; Styling: Jo Stockinger/Sternenfänger (Zwiesel 1872), Judith Schönstein/Sternenfänger (Jenaer Glas); Food Styling: Daniel Petry.



Nicht nur die Form zählt, sondern auch der Inhalt: Für Zwiesel Kristallglas inszenierte Thormaehlen die Serie „Enoteca“ kühl mit Weißwein und brachte dann den Rotwein in Schwung.

inszeniert. Wen wundert es da, dass auf seiner Kundenliste so bedeutende Namen stehen wie der Condé Nast Verlag, also die Zeitschriften „Vogue“, „Glamour“ und „GQ“ oder Burda mit „Elle“ und „Elle Decor“, Porsche Design, Lacoste, L'Oréal, Opel, René Lezard, Jette Joop, Douglas, Bogner und viele mehr.

### Philosoph am Sucher

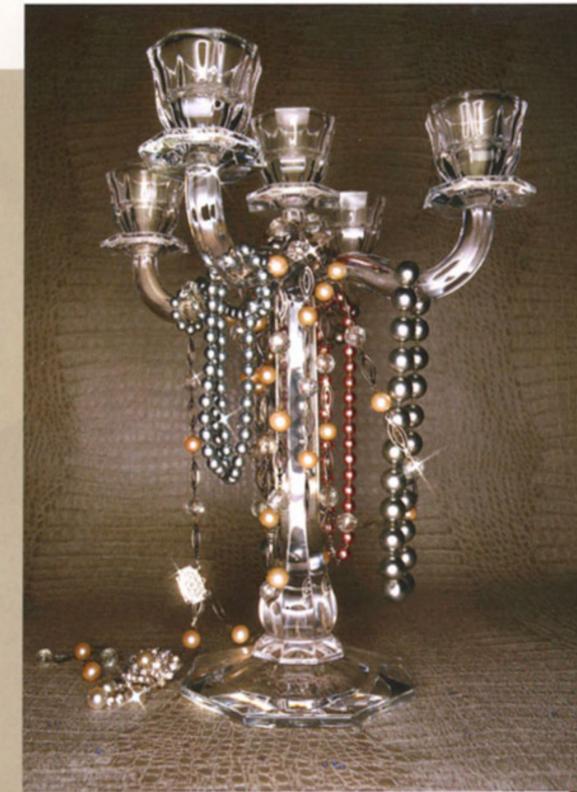
Um diese Größen der deutschen Markenwelt für sich zu begeistern, muss man auf einige Erfahrung und natürlich eine fundierte Ausbildung zurückgreifen können. Dennoch liest sich seine Vita zunächst gar nicht so geradlinig. Denn das Studium der Philosophie lässt nicht gleich auf eine Fotografenkarriere schließen. Allerdings wird das durch das Fach Kommunikations-Design, das er in Mainz und Wiesbaden belegte, absolut wett gemacht. Der Schritt über den großen Teich in die New Yorker Studios berühmter Fotografen und Filmemacher brachte ihn schnell nach vorne. Er arbeitete mit Peter Lindbergh, Jim Rakete und Fabrizio Ferri an Werbekampagnen für Luxusmarken. Seine Fotoarbeiten, die auf ausgedehnten Reisen durch mehr als vierzig Ländern entstanden, bilden heute einen Fundus, der nicht nur für Ausstellungen, sondern auch für eine Reihe von Büchern sinnlichen Stoff bietet.

Der dreiundvierzigjährige Karsten Thormaehlen wagte erst vor fünf Jahren den Sprung in die Selbstständigkeit. Doch schon 2005 konnte er ein eigenes Studio im Frankfurter U.F.O. gründen und ist in

der Planung für eine weitere Kreativschmiede in Berlin. Wer seine Arbeit auf fünf Kontinenten perfektioniert hat, empfindet das Nomadentum zwischen Frankfurt, Berlin und München als nichts Ungewöhnliches.

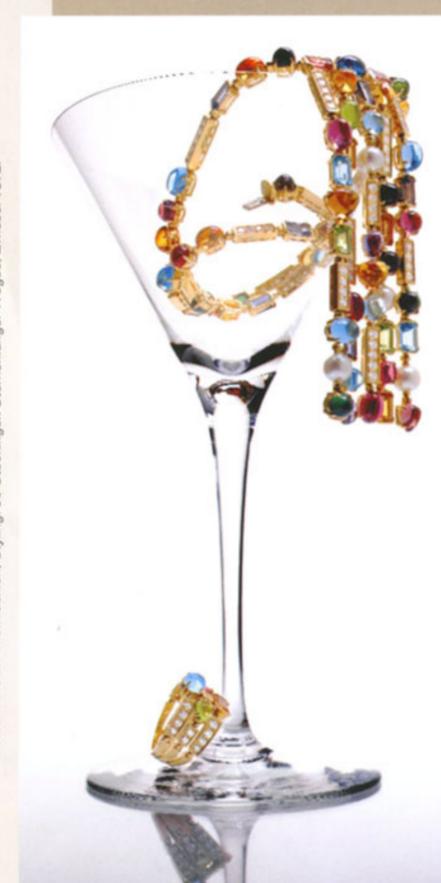
### Erlebte Geschichte

Im April dieses Jahres realisierte er die Ausstellung „Jahrhundert Mensch“ im Festspielhaus Bregenz. Die Idee seiner Fotografien waren Porträts von Menschen, die einhundert Jahre alt sind. Die Gesichter dieser Menschen erzählen die Geschichten zweier Weltkriege, des Automobils, des Wirtschaftswunders, der Mondlandung und vieler aktueller Errungenschaften, die fast allen wie selbstverständlich erscheinen, und die doch so spannend sind, wenn man selbst noch bei Gas- oder Kerzenlicht sein Abendessen



Der Fotograf arbeitet auch für verschiedene Frauen- und Modezeitschriften – und kennt dabei keine Grenzen: Für die „Vogue“ zum Beispiel arrangierte er den Schmuck an einem Kerzenhalter von Nachtmann (oben).

Fotos: Karsten Thormaehlen; Styling: Jo Stockinger/Sternenfänger (Vogue, Zwiesel 1872)





Schöner Käse: Auch „Food-Fotografie“ beherrscht Thormaehlen.

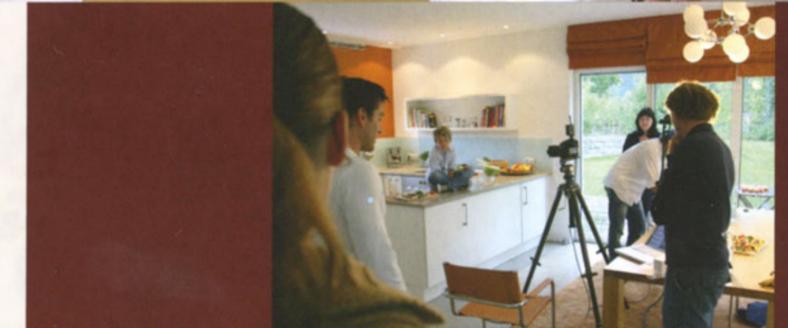
einnahm. Parallel zu den Bildern entstanden textliche Portraits aus der Feder der Spiegel-Redakteurin Barbara Hardinghaus.

Einzelausstellungen wie diese sind eine enorme Herausforderung aber auch Anerkennung für einen Künstler. Bereits 1986 konnte Karsten Thormaehlen in der Bibliothek von Bingen am Rhein mit seinen Bildern „Urwelt Island“ die erste solche Ausstellung bestücken. Weitere Stationen im Rhein-Main-Gebiet folgten. Die Liste der Gruppenausstellungen, an denen er beteiligt war, ist so lang, dass er selbst in seiner Vita nur Auszüge davon erwähnt. Sein aktuell wichtigstes Projekt ist eine Ausstellung im Bundestag in Berlin.

All die Worte können nur wenig von dem vermitteln, was seine Bilder sagen. Trotz aller Sinnlichkeit sind sie pur und ästhetisch, ansprechend und emotional. Davon kann man sich auch auf seiner Internetseite überzeugen. ■

»» [www.studio55.de](http://www.studio55.de) ««

Hinterher sieht alles so locker und leicht aus. Aber Industriefotos wie hier für das Teegeschirr von Jenaer Glas werden aufwändig produziert. Ein Vorteil der digitalen Aufnahme: Die Bilder können gleich am Laptop überprüft werden (unten).



Fotos: Karsten Thormaehlen; Styling: Judith Schönstein/Sternenfänger, Jenaer Glas; Hair/Make-up-Artist: Oliver Stylogy/Sternenfänger; Art Director: Michael Frühbis; Agentur: Löwenherz Berlin.