

LEICA TRIFFT XIAOMI

Fotograf Maurice Pehle war für Xiaomi Deutschland mit den neuen Xiaomi 14 und 14 Ultra unterwegs. Wir fragen, wie es zu dem Auftrag kam, welche Freiheiten er hatte und wie die Kooperation war.

INTERVIEW:
SARAH FECHLER

FOTOS:
MAURICE PEHLE

ÜBER DEN FOTOGRAFEN



**MAURICE
PEHLE**

Maurice Pehle ist freiberuflicher Porträt-, Lifestyle- und Werbefotograf, der auf Leica Kameras setzt. Zudem ist er Gründer des Digitalmagazins LEICAMAG und Creative Director bei STUDIO PEHLE in Berlin. Zu seinen Kunden gehört unter anderem Xiaomi Deutschland. www.pehle.co
Instagram: @mauricepehle





AUF HOHER SEE

Die Schwarz-Weiß-Konvertierung setzt den Fokus auf das Geschehen und eliminiert Störfarben. Zudem sind so die Regentropfen deutlicher zu sehen.

📷 Xiaomi 14 Ultra | 23 mm (KB)
f/2 | 1/897 Sek. | ISO 250

Der junge Leica-Fotograf Maurice Pehle hat gleich mehrere Aufträge für Xiaomi Deutschland für die letzten Kampagnen umgesetzt. Wir trafen ihn auf dem vorerst letzten Event dieser Kooperation, welches Anfang April in Madrid und Valencia in Spanien stattfand.

Hi Maurice Pehle! Wie kam es zu dem Auftrag für Xiaomi?

Die ursprüngliche Anfrage kam von Xiaomis Produktionsfirma BRZ Studio aus Düsseldorf, die auch den Social Content produziert. Sie haben mich kontaktiert und mich für die „Illumination Germany“-Kampagne rekrutiert. Die Idee dahinter war es, mit der Xiaomi 14 Straßenfotos in Berlin, meiner Wahlheimat, zu machen. Auch wenn ich eigentlich kein klassischer Streetfotograf bin, bietet sich Berlin für Streetfotografie an. Das Wetter war dort auch nicht so optimal wie hier in Valencia, wo die Lichtverhältnisse einfach perfekt sind. Von daher war das schon eine kleine Herausforderung für mich.

Die entstandenen Bilder fangen das typisch Deutsche ein. Ich habe mich vorher gefragt, was das sein könnte. Für mich sind es Pünktlichkeit und Struktur. Das war das erste Mal, dass ich mit Xiaomi zusammengearbeitet habe. Im Anschluss an diesen Auftrag wurde ich dann gefragt, ob ich nicht auch Interesse an Aufnahmen mit dem Xiaomi 14 Ultra hätte.

” XIAOMI WAR ES WICHTIG, DASS DIE FOTOGRAFEN EINEN BEZUG ZU LEICA HABEN.

Es gab aber eine Bedingung für den zweiten Auftrag? Sie mussten Leica-Fotograf sein?

Ja, es war wichtig, dass der Bezug zu Leica da ist. Wobei das bei dem vorherigen Auftrag mit den Straßenfotos auch schon im Fokus stand, aber nicht ganz so strikt. Für das Xiaomi 14 Ultra musste ich aber vorweisen, dass ich mit Leica zusammenarbeite und mit der Marke zu tun habe.

Diese Verbindungen gibt es seit wann?

Die habe ich seit etwa drei Jahren, seit Leica Deutschland auch in den sozialen Netzwerken aktiver geworden ist – und dort auch meine Bilder gesehen hat. In dieser Zeit habe ich mein digitales Online-Magazin Leicamag gestartet. Dort kuratiere ich und zeige Bilder von anderen Fotografen, unabhängig vom globalen Marketingplan von Leica. Dort

stelle ich Fotografen also vor, die nicht in den globalen Leica-Accounts auftauchen. Im Vorfeld dachte ich, es wäre gut, erst einmal zu fragen, ob der Hersteller damit einverstanden ist. Ich meine: Das Magazin heißt ja Leicamag. Der Kontakt war schnell hergestellt, und Leica war fein damit. Das Logo darf ich nicht nutzen – wie die LFI auch nicht –, das ist immer ein bisschen heikel, aber sonst waren sie einverstanden.

Seitdem war ich auch bei Veranstaltungen im Leitz Park zu Gast, zum Beispiel bei der Ausstellung von Steve McCurry. Offiziell heißt es „in Partnerschaft mit Leica“, weil Leica in Deutschland kein offizielles Ambassadorprogramm hat.

Um den Bogen zu spannen: Xiaomi war es für die Kampagne wichtig, dass die Fotografen einen Bezug zu Leica haben und auch etwas über Leica-Fotografie erzählen können.

Das war also keine Kooperation von Xiaomi mit Leica, sondern mit Leica-Fotografen?

Genau, ja. Man hat mir auch direkt gesagt, was (bzw. wer) genau in der Kampagne fotografiert werden soll. Danach ging es schnell. Die letzten Fotos für die Kampagne haben wir vor zweieinhalb Wochen gemacht.

Welches Konzept stand hinter den beiden Motiven der Kampagne?

Dass die Kampagne etwas mit „Craftmanship“ – also Handwerk – zu tun haben sollte, stand schon am Anfang im Raum. Ich dachte, das passt sehr gut zur Fotografie. Denn auch sie ist in gewisser Weise ein Handwerk. Der Fischer hat sein Boot, der Schmied seinen Hammer – und der Fotograf seine Kamera. Die Kampagne selbst hieß „Lens to legend“ oder „Legendäre Momente“. Der Fischer und der Schmied waren die beiden Legenden.

Hatten Sie weitere Vorgaben vor Ort?

Ich hatte tatsächlich freie Hand. Gleichzeitig ist es auch eine Herausforderung, denn Fotografie ist sehr subjektiv. Außerdem war es ein dokumentarischer Ansatz, weil ich die beiden bei der Arbeit begleitet habe. Das heißt, es war nicht arrangiert oder gestellt. Natürlich habe ich zwischendurch gebeten, einen Moment stillzuhalten, weil eine Szene gerade perfekt war. Gestellt waren nur die How-to-Szenen für die Videos, in denen ich gefilmt wurde, um zu zeigen, wie ich zum Beispiel die Smartphone-Kamera für Low Light oder Gegenlicht einstelle.

Wo genau waren Sie für die beiden Porträtshootings für die Kampagne in Deutschland unterwegs?

Zum einen waren wir in Kiel bei dem Fischer Konrad Fischer – das ist tatsächlich sein Nachname – auf seinem Kutter. Wir sind mit ihm einen Tag auf das Meer gefahren, um ihn bei der Arbeit zu porträtieren, und da war es wirklich frisch. Das zweite Shooting war bei dem Schmied Uwe Hoffmann in Wuppertal. Dort ging es um Feuer, wobei es jedoch echt kalt in der Schmiede war. Bei Feuer denkt man ja sofort: Das ist superwarm. Aber nein, war's nicht. Am Feuer schon, aber in der Schmiede war es echt kalt. *lacht*

Für die Masterclasses in Frankfurt und Spanien wurden Sie nach der „Lens to Legend“-Kampagne gebucht?

An dem Tag, an dem wir das zweite Shooting beim Schmied gemacht haben, kam die Anfrage von Xiaomi, ob ich nicht Zeit und Lust hätte, auch die Masterclass zu machen. Zunächst war nur Frankfurt im Gespräch. Dass es eine Veranstaltung in Spanien geben würde, wusste ich zu dem Zeitpunkt noch nicht. In Frankfurt habe ich dann eine Stunde die Masterclass gehalten. Das Publikum war hier die



FEUER & WASSER

Die zweite Legende war ein Schmied in Wuppertal, den Maurice Pehle und das Xiaomi-Team in seiner Schmiede porträtierten.

📷 Xiaomi 14 Ultra | 23 mm (KB)
f/2.1 | 1/897 Sek. | ISO 250

Tech-Presse, aber auch Lifestyle-Magazine wie Glamour waren vor Ort. Für die Veranstaltung in Spanien wurde ich dann nach Frankfurt eingeladen.

Ihr Kunde hat sie also immer direkt weiter gebucht?

Genau, das hat sich mit der Zeit gestaffelt, weil es sich einfach gut ergeben hat aus dem Miteinander.

Das Event in Frankfurt war also hauptsächlich ein Vortrag?

Genau, wir waren in den Räumen des Leica Store Frankfurt. Dort habe ich erzählt, wer ich bin, warum und was ich fotografiere und was der Ansatz der Kampagne war. Dann habe ich einen Einblick in die Produktion gegeben und erzählt, welche Vorteile die Smartphone-Fotografie bietet und in welchen Situationen das Smartphone gut funktioniert. Außerdem erklärte ich dem Publikum die Grundlagen der Fotografie – Blende, Verschlusszeit, ISO – und die Basics der Bildgestaltung.

Was ist Ihre Aufgabe bei dem Event hier in Spanien?

Auch hier habe ich eine kleine Präsentation vorbereitet. Morgen werden alle Meisterfotografen, die für die Kampagnen der einzelnen EU-Länder verantwortlich waren, einen kurzen Vortrag über ihre Kampagnen halten. Es sind Fotografen aus Italien, Spanien, Griechenland, Kroatien und Portugal anwesend. Ich werde mein Projekt mit dem Fischer und dem Schmied für Xiaomi Deutschland vorstellen. Aber das wird relativ kurz. Das ist sozusagen die Essenz des Vortrags in Frankfurt.

Wie war die Zusammenarbeit für Sie?

Super entspannt. Im Prinzip habe ich die E-Mail bekommen und direkt danach einen Anruf. Schon mit der Agentur im Vorfeld und dann mit den Leuten von Xiaomi war die Zusammenarbeit top. Manchmal etwas kurzfristig, aber organisiert. Dass die Bilder dann bei der Masterclass in gedruckter Form gezeigt wurden, fand ich sehr stark,

und dass ich keine Vorgaben hatte, hat mir sehr gut gefallen. Man hat auf mich und meine Fähigkeiten vertraut.

Natürlich stellte ich mir im Vorfeld die Frage, in welche Richtung die Bilder gehen sollten. Die Antwort war: Gerne so, wie ich es mir vorstelle. Da ich ursprünglich aus dem grafischen Bereich stamme, hatte ich direkt Ideen, die ich umsetzen wollte.

Trotzdem habe ich immer die Möglichkeit offen gehalten, dass sie auch Ideen einbringen können. Und sie waren wirklich offen für das Feedback, das ich beispielsweise bei den Videoaufnahmen gegeben habe. Man unterstützte sich von beiden Seiten. Das war ein fantastisches Miteinander im Team von Anfang bis Ende. Die gegenseitige Wertschätzung war da. Wirklich. Das ist meine Vorstellung von optimaler Zusammenarbeit. Am Ende war die Kampagne ein Gemeinschaftswerk. Es ist ja oft so, dass ein Einzelner für das Ergebnis gelobt wird. Aber hier hat jeder seinen Teil zum Ganzen beigetragen.

Ist schon eine weitere Zusammenarbeit mit dem Kunden geplant?

Ich gehe stark davon aus.

”
DAS WAR EIN FANTASTISCHES MITEINANDER IM TEAM VON ANFANG BIS ENDE.



MOMENTE SAMMELN

Beim Fotowalk in Valencia, Spanien, stand Maurice Pehle den Teilnehmern mit Rat beiseite – und fing auch selbst Motive ein, wie diese Streetszene.

📷 Xiaomi 14 Ultra | 23 mm (KB)
f/2 | 1/897 Sek. | ISO 250



71
Neue
KI-Serie



93
Leica SL3



98
Nikon Nikkor Z
28-400 mm
f/4-8 VR

FOTOGRAFEN DIESER AUSGABE



62

**MITCHEL
WU**

Professioneller
Spielzeugfotograf



71

**ADRIAN
ROHNFELDER**

Wüstenfotograf,
Speaker, KI-Künstler



76

**MAURICE
PEHLE**

Leica- und
Analogfotograf

fotoPRO BUSINESS

- 71 NEU: KI-SERIE**
Zum Start: Bildgestaltung in der KI mit Adrian Rohnfelder.
- 74 HOCHZEIT**
Interview mit Alasdair Hooper.
- 76 DEM PROFI ÜBER DIE SCHULTER GESCHAUT**
Auftrag der Profis: Maurice Pehle für Xiaomi Deutschland.

NPhoto

- 81 FOTOPROJEKT**
Ein Platz in der Sonne.
- 86 BILDANALYSE**
Gelungene Sonnensterne.
- 88 PROFI-KOLUMNE**
Landschaften Italiens im Fokus.
- 90 PROFI-AUFTRAG**
Porträts mit Lack und Latex.

TEST

- 93 LEICA SL3**
Die beste Leica in unserer Bestenliste überzeugt mit starker Leistung.
- 98 NIKON NIKKOR Z 28-400 MM F/4-8 VR**
Ein Zoom für alle Gelegenheiten?
- 102 CANON RF 24-105 MM F/2,8 L IS USM Z**
Lichtstarke Standardbrennweite.
- 104 TAMRON 28-75 MM F/2,8 DI III VXD G2**
Die preisliche Alternative.
- 106 KAUFBERATUNG: KAMERA-TIPPS FÜR DIE STRASSE**
Fujifilm, Leica, Nikon, OM System, Ricoh und Sony.
- 110 ZUBEHÖR**
Trendiges Zubehör im Check.
- 114 BESTENLISTEN KAMERAS**
- 116 BESTENLISTEN OBJEKTIVE**





CHIP

07
2024



**Die neue
Leica SL3**
Luxus aus Wetzlar
im großen CHIP-Test

**PORTRÄT-
RETUSCHE**
Bildbearbeitung:
KI intelligent nutzen



CHIP FOTO-VIDEO

FOTO VIDEO

Nur 8,95 Euro

61 SEITEN

Hauttiere perfekt fotografieren

1. Foto: © iStockphoto.com/Andreas Gahringer
2. Foto: © iStockphoto.com/Andreas Gahringer

GRATIS E-BOOK AUF DVD

**Hauttiere
perfekt fotografieren**

- ➕ Neues **Tutkit-Tutorial**
- ➕ **Porträt-Workshop** der **CHIP Academy**

ARBEITEN MIT TAGESLICHT

Natürlich LANDSCHAFT & PORTRÄT und schön

++ So holen Sie das Beste aus jedem Motiv heraus

++ Aufnahme, Equipment, Technik

NIKKOR Z 28-400 MM F/4-8 VR

**ALLES
DABEI?**

Test: Unterwegs mit dem Superzoom



PROFI ADRIAN ROHNFELDER



**Bildgestaltung
mit KI-Tools**

KIT-KAUFBERATUNG

**Die besten Kameras
für Street Photography**

Sechs starke Modelle im Schlagabtausch



Österreich: EUR 9,90
Schweiz: CHF 14,30
Benelux: EUR 10,30
Italien: EUR 11,40



07

4 196174 308953