



## Ego-Rating

Das Barometer steht auf heiter. Es ist Frühlingserwachen. Mit dem Erscheinen des ersten Adonisröschens entdeckt der Mensch mitunter seine Liebe zur Fotografie. Natürlich gilt das nicht für alle Exemplare unserer Spezies, aber zumindest für einen Teil und speziell für Onkel Fritz. Vielleicht erinnern Sie sich noch an den technikaffinen Herrn, der sich mit dem virtuellen Gefühlsleben rivalisierender Saugroboter arrangieren musste. Ist die Behausung erst vom Staub befreit ist, treibt es Fritz nach draußen. Mit diesem fast lyrischen Satz könnte man Onkels Lebensrhythmus zum Jahresbeginn zusammenfassen. Ich kann nachträglich nur mutmaßen, aber die langen Spaziergänge in den Frühjahrsböen - das Wort Walken erscheint Fritz zu geruhsam für sein junges Selbstempfinden - sorgten vermutlich für die Freilegung eines lang gehegten Wunsches. So klingelte Sonntagmorgen das Telefon zur preußisch akkuratsten Zeit vor dem Aufstehen. „Junge“, eröffnete er, „ich brauche eine Kamera.“ Innerlich zählte ich die Sekunden herunter, aber das Unvermeidliche folgte auf dem Fuß: „Du kennst dich ja aus!“ Kaum hatte ich zur Formulierung meines Fragenkatalogs angehoben, berichtete Fritz, er habe schon sämtliche Fotowebseiten konsultiert, alle Foren durchstöbert und diverse Modelle identifiziert. Selbstredend hatte der schlaue Fuchs auch umfänglich Bewertungen studiert. Kurzum, aus ihm war ein spazierengehendes Produktlexikon geworden. Als Kind der Achtziger habe ich die Digitalisierung beginnend bei ihren Wurzeln erleben dürfen, habe meine erste Kamera mit 0,4 Megapixel von einem namhaften Druckerhersteller erworben und summa summarum war meine eigene Customer Journey in Richtung Fotozufriedenheit durchaus mit Opfern verbunden. Die Digitalfotografie hat nämlich nicht nur den Film um die Ecke gebracht, sondern vor allem dafür gesorgt, dass Technologie scheibchenweise auf den Markt kommt. Zum Glück, möchte man aus Verbrauchersicht sagen, ist diese Entwicklung im Grunde zum Stillstand gekommen. Egal, was man kauft, die Produkte sind wirklich alle auf einem extrem hohen Niveau, was in der Folge ihre Nutzungsdauer verlängert, indem die geringfügigen Weiterentwicklungen eine Neuanschaffung kaum noch rechtfertigen. Apropos Kamera: Es gelang mir dann doch noch, mit meinen Fragen zu Onkel Fritz durchzudringen. So klapperte ich seine Bedürfnisse ab bzw. versuchte zu ermitteln, welchem Sujet sich der angehende Fotograf denn widmen wolle. Im Grunde war die Antwort klar. Wie so oft lautete sie: „Alles“. Daraufhin empfahl ich ihm eine Kompaktkamera – hosentaschentauglich und mit einem universellen Objektiv. Von der Safari bis zum Panorama sei damit alles möglich, lautete meine Argumentation. Außerdem müsse er keine Objektive wechseln und die Bildqualität genüge für hochwertige Ausdrucke bis DIN A1. Fritz hörte sich alles geduldig an und konterte mit dem Wunsch nach einer „dicken Kamera“, wie er es nannte. Die hätten ja auch die beste IQ (Image Quality... Fritz lernt wirklich schnell). Mit dem Warnton des leeren Akkus sowie dem frommen Wunsch nach weiteren Überlegungen endete unser Beratungsgespräch. Und jetzt raten Sie mal, wie es weiterging. Es war sonnenklar, schon Montag präsentierte mir ein wohlgelaunter Onkel seine Beute in Form einer voluminösen Spiegelreflexkamera, die er nicht ohne Stolz am Gurt um den Hals vor der breiten Brust trug. „Vielen Dank für deine Hilfe, Junge, aber ich habe dann doch die Große genommen.“ Innerlich schmunzelnd musste ich mich selbst daran erinnern, dass man als Berater oft nur eine Art Sparringspartner ist, dessen Kernaufgabe in der Bestätigung der längst getroffenen Entscheidung des eigenen Ichs liegt.

Anfügen möchte ich noch zwei Dinge. Zum einen liegt der schwergewichtige Fotokasten seither im Schrank, denn Onkel nutzt das Handy.

Und zum anderen haben Sie gerade die einhundertste Kolumne gelesen. Vielen Dank für Ihre Treue und dem Team vom beam-Verlag, das mir mit großer Unterstützung diesen Wortspielplatz überlässt.

# 100

**Oliver Block**