

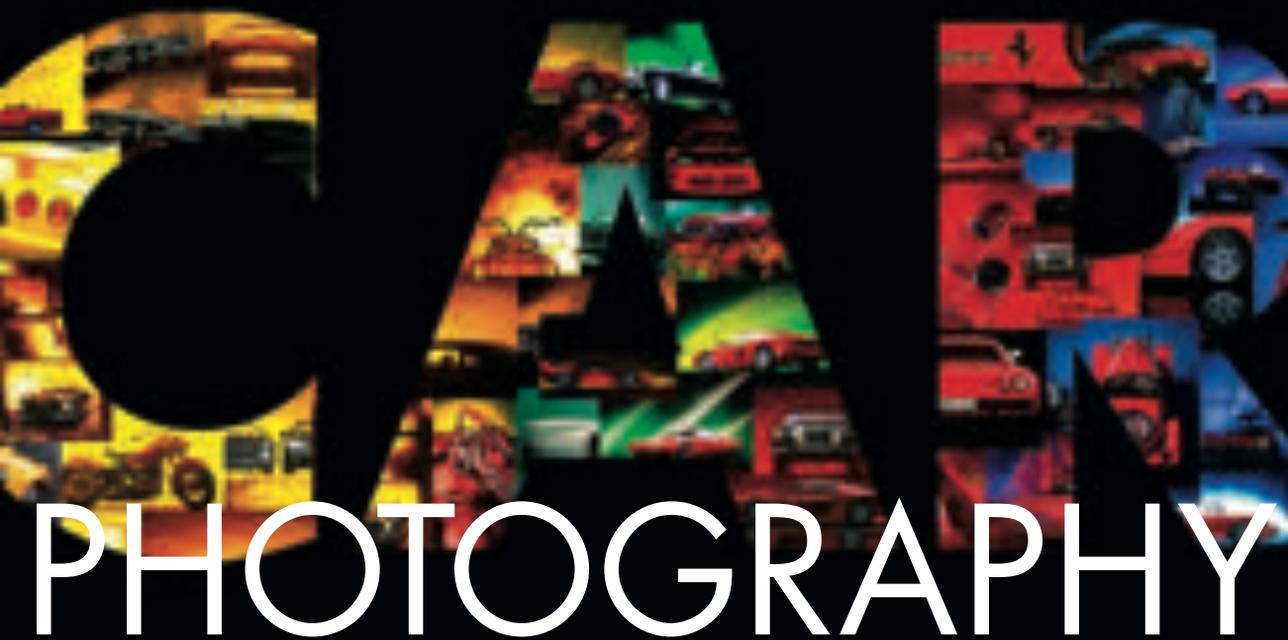
CAR

PHOTOGRAPHY

© René Staud Studios



Laterna magica



PHOTOGRAPHY

abarth adac alfa romeo amg ascari
 audi arbeitsfotos austin healey beetle
 bmw bildarchiv bentley bugatti
 carlsson car to car bosch chrysler
 composing elchtest daewoo digital
 imaging ferrari fiat fulda gemballa
 design hartge honda hymer hyundai
 jaguar jeep kässbohrer kienle auto-
 mobiltechnik knauss kompressor
 lorinser lagonda lamborghini mclaren
 man magic flash® mazda maserati
 mercedes-benz mcc mini cooper
 morgan mutec new media opel
 porsche renault rig rolls-royce setra
 skoda slr smart ssang yong suzuki
 staud advanced sunseeker tr4
 testarossa todan toyota triumph volvo
 volkswagen wiesmann zender

„René Staud ist Lichtbildner im meisterlichen Sinne des Wortes: Seine Kunstwerke sind fein gefügte Kompositionen aus Licht und Farbe, mit Blitzlicht skizziert und liebevoll konturiert. Seine Ansichten von hinreißendem Karosseriedesign haben in der modernen Automobilfotografie markante Zeichen gesetzt. Eleganz und Raffinesse in Stil und Ausführung sind die Kennzeichen seiner prägnanten Art der Lichtbilderei: ästhetische Technik mit Sympathie in ein neues Licht getaucht.“

(Motor Presse Stuttgart)

“René Staud is a brilliant photographer and a true master of his profession: his works of art are finely balanced compositions of light and color, sketched with flashlight and outlined with love. His inspired pictures of breathtaking body design are milestones in modern automobile photography. Elegance and refinement of style and execution characterize his unique art of photography: engineering in its most aesthetic form bathed with great sensitivity in a new light.”

(Motor Presse Stuttgart)

CAR

PHOTOGRAPHY

© René Staud Studios

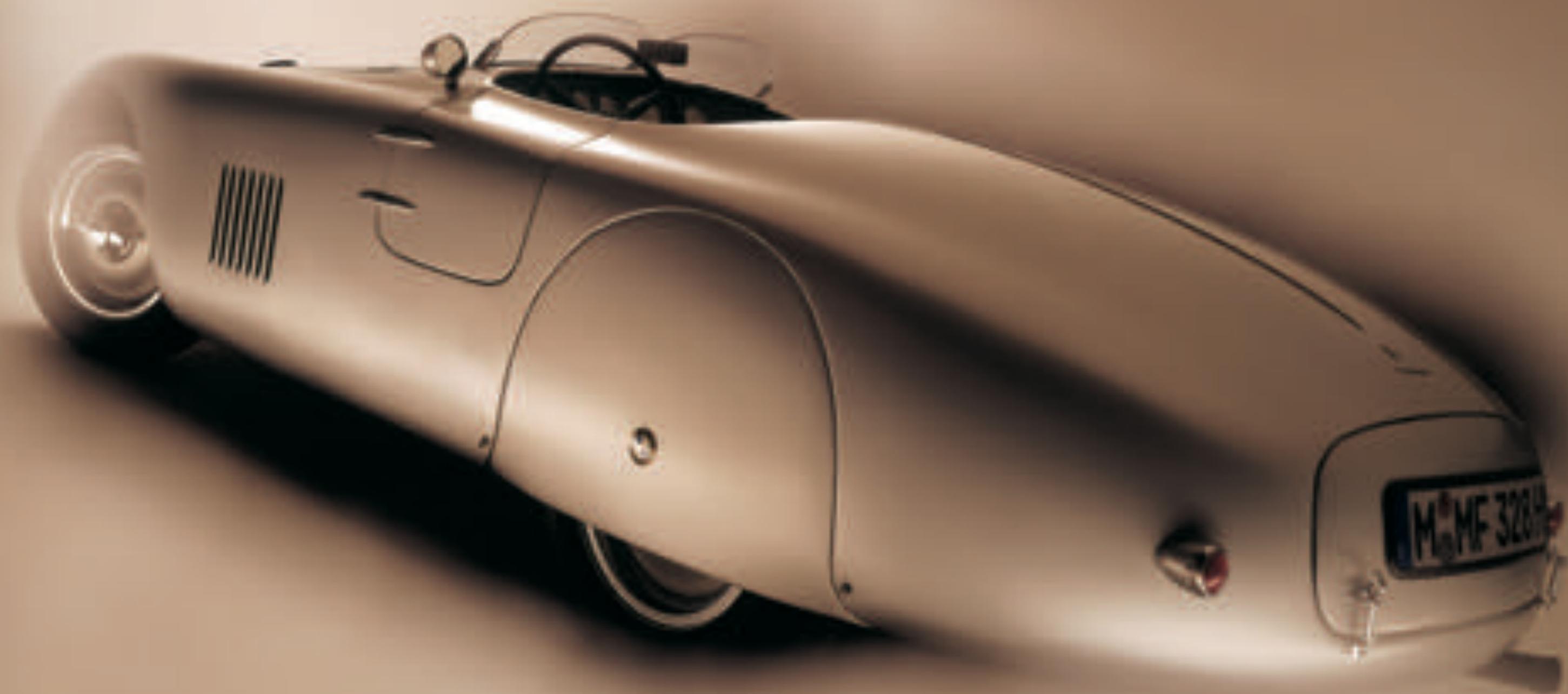


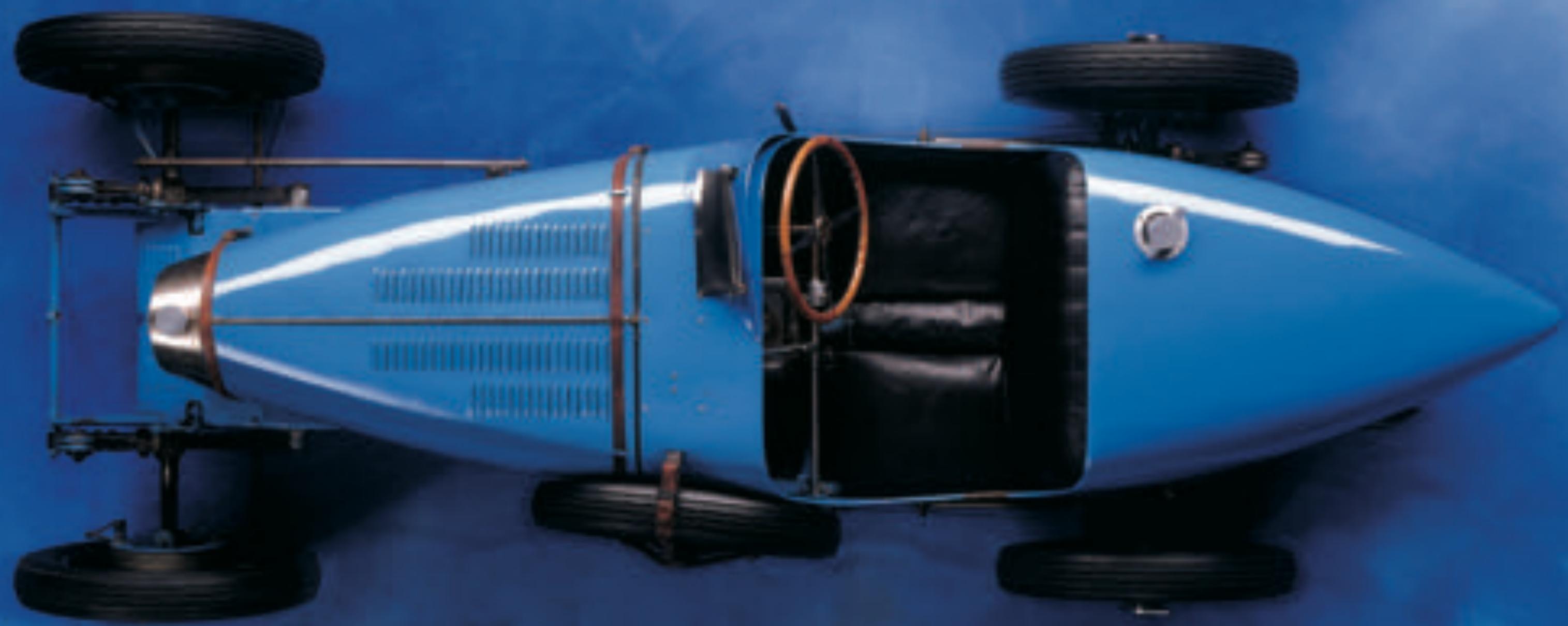
Der 300 SL
Flügelträger, digital
verfremdet als
Hommage an
Andy Warhol.

The SL 300
"Gullwing",
digitally altered to
pay homage to
Andy Warhol.

Laterna magica









RENÉ STAUD

VORWORT

PREFACE

INHALTSVERZEICHNIS

TABLE OF CONTENTS

RENÉ STAUD – FOTOGRAF UND
UNTERNEHMER

RENÉ STAUD – PHOTOGRAPHER AND ENTREPRENEUR

MOBIL VON ANFANG AN

ON THE MOVE FROM THE START

MEIN WEG ZUM EIGENEN STUDIO

THE ROAD TO MY OWN STUDIO

VORWORT

PREFACE

Car Photography ist ein Buch über die inszenierte Automobilfotografie, über einen Menschen, der seine anhaltende Begeisterung für Autos und Fotografie auslebt und beides zu seiner Profession und zu einem Unternehmen entwickelte.

Car Photography ist aber auch ein Bildband schöner Automobile, und in einigen Passagen ein Arbeitsbuch, eine Anleitung, wie man Autos fotografieren kann. Ein Buch für alle, die sich für die Fotografie interessieren, damit ihr Geld verdienen oder sich eines Tages damit auseinander setzen wollen. Interessant für diejenigen, die neugierig sind auf die Geschichten, die hinter jedem Bild stecken, und die sind manchmal lustig, manchmal spannend, oft auch verblüffend.

Aber dieses Buch soll auch deutlich machen, was ein Foto wirklich einmalig und neu macht. Und so ist Car Photography nicht nur ein Bilder- und Lesebuch, sondern auch „des Rätsels Lösung“, die Antwort auf die Frage, wie und warum all die Bilder entstanden sind.

Und es ist die Antwort auf die Frage, ob man sein Gefühl für Gestaltung, Konzeption, handwerkliche Liebe und Perfektion kompromisslos ausleben soll. Soll und kann man es riskieren, immer und einfach nur seinem eigenen Gefühl und

Car Photography is a book about artistic car photography; about a man whose intense enthusiasm for automobiles and photography has evolved into an exciting profession and a successful company.

Car Photography is also a picture book of beautiful automobiles; in some of its passages, it even becomes a sort of guide to photographing cars. It's a book for anyone who is interested in photography; for those who earn their living in this way or perhaps plan to do so some day. It should interest those who are curious about the stories behind the pictures – stories that are often amusing, sometimes suspenseful, occasionally even amazing.

This book also sets out to show what it is that makes a photograph truly new and unique. Thus Car Photography is not merely a book of pictures and texts, but rather one of “solutions to a puzzle”: the answer to the question of how and why all these pictures came to be.

In addition, it attempts to answer the question of whether one should dedicate one's life so single-mindedly to the design, conception, craft and perfection that infuse this endeavor. Can and should one risk pursuing one's feelings

and instincts to the limit just to satisfy one's own creative standards?

Für alle, denen Fotografie mehr ist als ein Hobby und die von Autos in ihrer ganzen technischen Vielfalt und Formensprache so fasziniert sind wie ich, für die habe ich dieses Buch gemacht.

Aber auch für alle, die sich für meine beruflichen Erfahrungen interessieren, die wissen wollen, wie kreative und professionelle Fotografie zum Schlüssel für beruflichen und unternehmerischen Erfolg werden kann. Und auch für die, die einfach Spaß haben wollen an den spannenden Ereignissen, überraschenden Erlebnissen und schönen Anekdoten, die auch im härtesten Businessstress immer wieder passieren.

Und so soll dieses Buch zugleich unterhaltsame Lektüre, spannende Story, lehrreiche Gebrauchsanweisung, faszinierendes Bilderbuch und Kaleidoskop wunderschöner Bilder sein. Die Dinge neu sehen, Perspektiven suchen, Gefühle einbringen und Erfahrungen durchleben – egal von welcher Seite dieses Buch nun den Leser anspricht, ich freue mich über jeden, der sich für das Buch, die Bilder und die Geschichten dahinter interessiert.

and instincts to the limit just to satisfy one's own creative standards?

For all to whom photography is more than a hobby, for those who (like me) are deeply fascinated by the technology and design of automobiles – it is for these people that I have created this book.

Yet Car Photography is also for those who want to know about my experiences; those who would like to learn how creative and professional photography can be a path to occupational fulfillment and business success. And for those who quite simply want to enjoy reading about the events, surprising experiences and wonderful anecdotes that turn up again and again, even in times of intense business stress.

So it is that this book offers a bit of everything: interesting reading, suspenseful stories, useful instruction, intriguing pictures. Seeing things in new ways, finding perspectives, bringing feeling to the subject, reporting experiences – all this I have attempted to bring together in one book. Whatever aspects of this book most appeal to the reader, I rejoice with everyone who enjoys the book, its images, and the stories behind those images.



INHALTSVERZEICHNIS

TABLE OF CONTENTS

René Staud

- 14 Vorwort
- 16 Inhaltsverzeichnis
- 30 René Staud – Fotograf und Unternehmer
- 38 Mobil von Anfang an
- 48 Mein Weg zum eigenen Studio

Die Studios

- 60 On the road
- 62 Studio Werastraße
- 63 Studio Bopserstraße
- 64 Studio Johannesstraße
- 65 Studio Forststraße
- 66 Studio Wendlingen
- 68 Studio Leonberg

Das Licht

- 74 Magic flash® – das neue Licht
- 88 Magic flash® – die neue Unternehmensbasis

Die Technik

- 92 Technik – In- und Outdoor
- 96 Die Studios
- 98 Equipment und Licht
- 102 Basics
- 104 Specials
- 106 Ausstattung
- 108 Digital Imaging
- 110 Labor, Digitallabor, CD und Print
- 112 Car Preparation
- 114 Archiv und New Media
- 118 RIG und Car to Car

Die Jobs

- 126 Kunden, Jobs, „Making of“ und Statements

Die Episoden

- 180 Hier C 140 ... bitte melden ... over!
- 186 Alles für die „Kaz“
- 194 SL und RS
- 208 Auf Sand gebaut

- 214 Wohin – Genf oder Turin?
- 224 Bodypainting
- 230 Der Elchtest
- 236 Das Familienbild

Kalender

- 244 300 SL – Die Kalenderedition
- 252 Porsche 356
- 258 ADAC Automobil Klassiker
- 264 BMW Mobile Tradition
- 268 MB Personalities
- 274 Todan
- 278 Fiat Art Edition
- 282 Fulda
- 286 Gemballa Design
- 290 Setra
- 294 Forever young
- 298 DaimlerChrysler – Future in motion

Backstage

- 304 Backstage
- 306 Hinter den Kulissen
- 310 „Wie fotografiere ich ein Auto?“
- 314 „Fünf ist Trumpf“
- 318 Steckbriefe

Presse

- 322 Color Foto
- 324 Profi Foto
- 326 Fachpresse
- 328 Digifoto
- 330 Colorfoto, MFM Magazin und Tagespresse

Nachspann

- 334 Fantasie mit Bits – ein Widerspruch?
- 338 Nachwort
- 340 Bildlegenden
- 342 Coupon

René Staud

- 14 Preface
- 16 Table of contents
- 30 René Staud – Photographer and Entrepreneur
- 38 On the move from the start
- 48 The road to my own studio

The Studios

- 60 On the road
- 62 Studio Wera Street
- 63 Studio Bopser Street
- 64 Studio Johannes Street
- 65 Studio Forst Street
- 66 Studio Wendlingen
- 68 Studio Leonberg

The Light

- 74 Magic flash® – The new strobe light source
- 88 Magic flash® – The new business base

Technique

- 92 Technique – Indoors and out
- 96 The Studios
- 98 Equipment and Light
- 102 Basics
- 104 Specials
- 106 Supplemental Rooms
- 108 Digital Imaging
- 110 Photo lab, Digital lab, CD and Print
- 112 Car Preparation
- 114 Archive and New Media
- 118 RIG and Car to Car

The Jobs

- 126 Clients, Jobs, „Making of“ and Statements

The Episodes

- 180 It's the C140 ... roger ... over!
- 186 „Kaz“ for free all for nothing
- 192 SL and RS
- 208 Built on sand

- 214 Where to – Geneva or Turin?
- 224 Bodypainting
- 230 The elk test
- 236 The family portrait

Calendars

- 244 300 SL Calendar Edition
- 252 Porsche 356
- 258 ADAC Classic Cars
- 264 BMW Mobile Tradition
- 268 MB Personalities
- 274 Todan
- 278 Fiat Art Edition
- 282 Fulda
- 286 Gemballa Design
- 290 Setra
- 294 Forever young
- 298 DaimlerChrysler – Future in motion

Backstage

- 304 Backstage
- 306 Behind the scenes
- 310 „How do I photograph a car?“
- 314 „Five is the trump card“
- 318 Profiles

The Press

- 322 Color Foto
- 324 Profi Foto
- 326 Trade Press
- 328 Digifoto
- 330 Color Foto, MFM Magazine and daily press

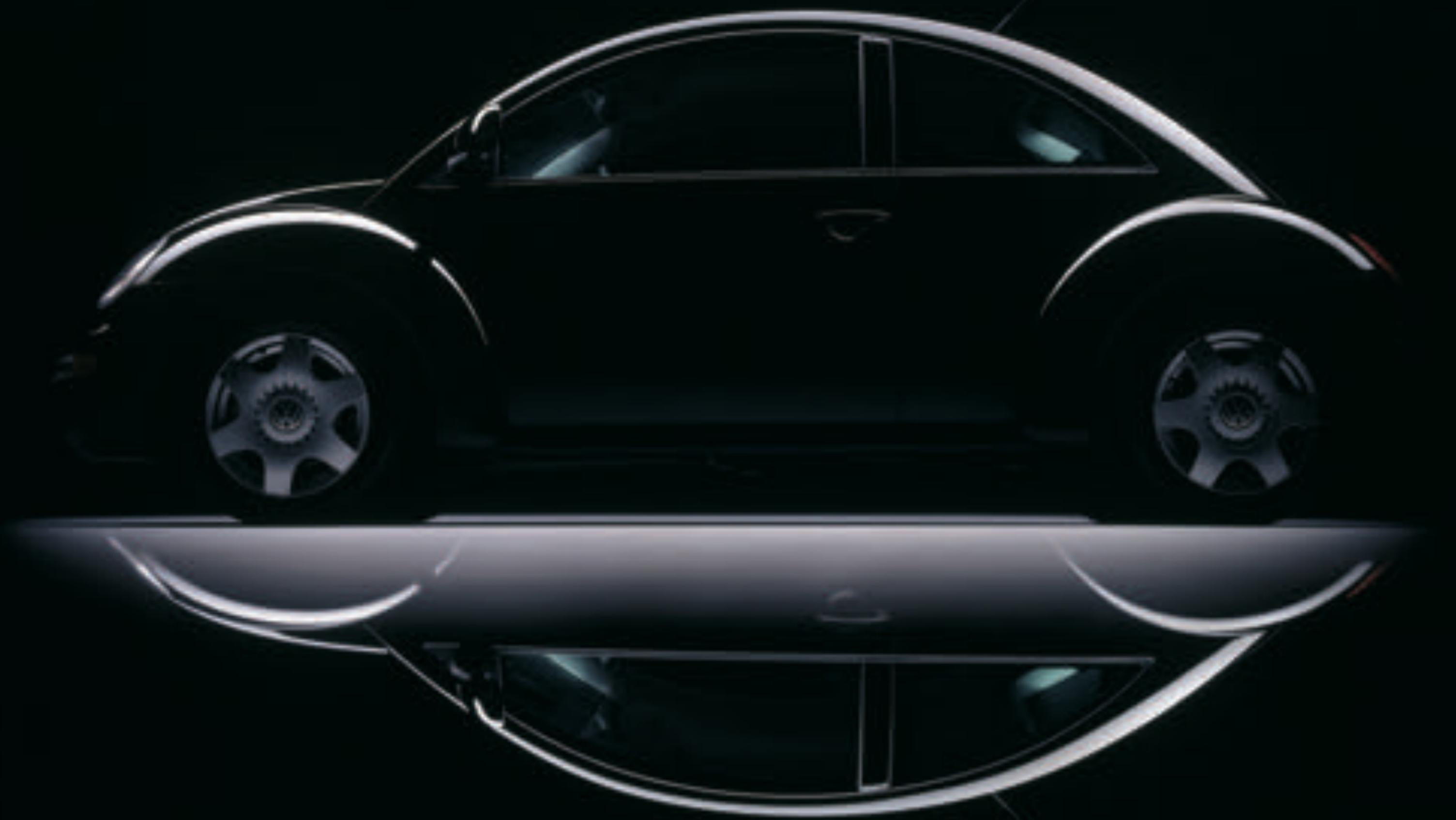
Appendix

- 334 Fantasy with bits – A contradiction in terms?
- 338 Epilogue
- 340 Image captions
- 342 Voucher













RENÉ STAUD – FOTOGRAF UND UNTERNEHMER

RENÉ STAUD – PHOTOGRAPHER AND ENTREPRENEUR

„Als privater Autofan und Sammler ist ein Auto für mich längst nicht mehr nur ein Auto. Es sind vielmehr die Emotionen und Gefühle, die sich hinter dem jeweiligen Objekt der Begierde verbergen, die ich ans Tages- oder Studiolicht bringen will. Und so sieht man auf meinen Fotos eben nicht einfach nur einen schönen Oldtimer oder Sportwagen, sondern man soll sie mit ansteigender Temperatur und erhöhtem Pulsschlag fühlen und erleben.“



“As someone who is a private automobile fan and car collector, a car has long ceased to be just that. It is much more about the emotions and feelings that hide behind the curves of this particular object of desire. These feelings are what I want to bring out onto the open road or better yet to bring alive under studio light. And now not only can you see a gorgeous classic car or sports car in print, but you can experience and feel the beauty which will make your temperature rise and your pulse race.”

RENÉ STAUD, GEB. 1951 IN STUTTGART, STERNZEICHEN ZWILLING, BESUCHTE SCHON WÄHREND DER SCHULZEIT ZAHLREICHE FOTOKURSE. MIT 12 JAHREN ERRANG ER BEI FOTOWETTBEWERBEN AUSZEICHNUNGEN UND PREISE UND WURDE SCHON MIT 14 JAHREN STOLZER BESITZER SEINER ERSTEN SELBST-VERDIENTEN SPIEGELREFLEKKAMERA. MIT 16 JAHREN REALISIERTE ER DURCH DEN VERKAUF VON PORTRÄT- UND ERINNERUNGSFOTOS SEIN EIGENES SCHWARZWEISS-FOTOLABOR. NACH SCHULABSCHLUSS ABSOLVIERTE ER DIE LEHRZEIT IN EINEM PORTRÄTSTUDIO UND FOTOFACHGESCHÄFT. NOCH WÄHREND DER BUNDESWEHRZEIT SAMMELTE ER ERSTE SELBSTÄNDIGE BERUFSERFABUNG.

ÜBER 25 JAHRE UNTERNEHMERISCHE TÄTIGKEIT IM BEREICH DER WERBEFOTOGRAFIE FÜHRTE ZUM EIGENEN GROSSRAUMSTUDIO IN LEONBERG BEI STUTTGART UND ZU EINER FÜHRENDEN POSITION IN DER AUTOMOBILFOTOGRAFIE.

RENÉ STAUD WAS BORN 1951 IN STUTTGART. DURING HIS SCHOOL YEARS HE ATTENDED NUMEROUS PHOTOGRAPHY CLASSES. BY TWELVE YEARS HE HAD ALREADY WON SEVERAL PRIZES IN PHOTOGRAPHY COMPETITIONS. WHEN HE WAS ONLY 14 HE BECAME THE PROUD OWNER OF A REFLEX CAMERA PAID WITH HIS OWN HARD EARNED MONEY. AT 16 HE SET UP HIS OWN BLACK AND WHITE LABORATORY. LATER ON HE BECAME AN APPRENTICE IN A PORTRAIT STUDIO. WHILE HE WAS IN MILITARY SERVICE HE WORKED AS A PHOTOGRAPHER FOR TRAVEL SERVICES ON THE SIDE AND HAD HIS FIRST EXPERIENCES AS A SELF-EMPLOYED BUSINESSMAN.

OVER 25 YEARS HIS ENTREPRENEUR ACTIVITIES IN THE FIELD OF ADVERTISING PHOTOGRAPHY LED HIM TO HIS OWN LARGE-SCALE PHOTO STUDIO IN LEONBERG (STUTTGART) AND TO HIS LEADING POSITION IN AUTOMOBILE PHOTOGRAPHY.

1973	Start in die Selbständigkeit	1973	Starts his own business
1975	Eröffnung eines Stillfistudios mit angegliedertem Labor und Einstellung des ersten Mitarbeiters	1975	Starts up a studio for still life photos, with affiliated photo laboratory; engages first employee
1978	Übernahme eines Großraumstudios mit 350 m ² , Aufbau einer 4-köpfigen Studiomannschaft, Assistentenfotograf, Handwerker, Bürohilfe und Praktikant	1978	Takes over a large-scale 350 sqm photo studio, builds up a team including assistant photographer, craftsman, secretary and an apprentice
1980	14.11.1980; Gründung der René Staud Studios GmbH	1980	founds and incorporates René Staud Studios GmbH on November 14th
1982	Erste Versuche, Automobile im Studio zu fotografieren. Entschluss zur Herstellung eines für die Autofotografie geeigneten Lichtsystems: Magic flash®	1982	First attempts of automobile photography in the studio that lead to the decision to develop a strobe-light system appropriate for automotive photography
1982	Umbau des bestehenden Großraumstudios zum Automobilstudio; Integration des neuen Lichtsystems „Magic flash®“, ein völlig neues Beleuchtungssystem auf Basis von Blitzlicht in großflächigen Leuchtkörpern	1982	Completes studio conversion for automobile photography, integrates new strobe light system “Magic flash®”, a completely new lighting system with large scale light boxes and light heads
1984	Ausbau des Studios, Erfahrungen in der Automobilfotografie, Ausweitung des Studiotteams auf 8 Mitarbeiter	1984	Enlarges studio, increases studio staff to 8
1985	Spatenstich zum Leonberger Großraumstudio	1985	Ground breaking party for Leonberg's large-scale studio
1986	Eröffnung der René Staud Studios in Leonberg Gesamtnutzfläche über 2.000 m ² , Studioflächen bis 600 m ² , 9 m Raumhöhe	1986	Opening of the René Staud Studios in Leonberg with 2000sqm workable area, studio area of 600sqm, 9m height
1991	Einstieg in die elektronische Bildbearbeitung	1991	Starts up the digital imaging department
1993	Ausbau der digitalen Fotografie und Aufbau eines digitalen Labors	1993	Enlarges digital photography department and establishes a digital imaging laboratory
1995	Ausbau der Studiotechnik von Blitzlicht auf HMI, Kunstlicht- und Effektbeleuchtung zur Simulation emotionaler Lichtstimmungen in den Studios	1995	Upgrades from strobe to HMI light sources, including more special effects and tungsten light sources to simulate outdoor and many different lighting situations
1998	Aufbau einer eigenen „Studiogarage“ zur Vorbereitung und „fotogerechten“ Aufbereitung der Fotofahrzeuge	1998	Installs a studio car garage to prepare and “make up” vehicles for shooting
1999	Einführung der RIG-Technologie für Highspeed-Aufnahmen im Studio und Outdoor	1999	Introduces RIG Technique to do highspeed studio shots in- and outdoor
2000	Aufbau einer digitalen Bilddatenbank für die Automobilwerbung mit Anschluss an Druckvorstufe und Internet	2000	Starts up a digital picture database for automotive advertisements with a link to prepress services and the internet

René Staud und seine Studios in Leonberg sind heute kompetent in allen Bereichen der Automobil- und Werbefotografie. Hierbei sind anspruchsvolle fotografische Auffassung, modernste Technik sowie handwerkliche Perfektion gefragt.

Today René Staud studios are qualified and competent in all areas of automobile and advertising photography. The Studio is in constant demand owing to our exacting photographic concepts, modern techniques and perfect crafts-



Studio Leonberg

Zum Kundenkreis gehören alle namhaften Automobilhersteller. Die Studios werden von der Staud Fotomannschaft, heute ein 20-köpfiges Team, aber auch von Gastfotografen aus dem In- und Ausland genutzt.

manship. Among our clients are all renowned automobile manufacturers. The studio is used not only by the Staud 20 person team but also by guest photographers from Germany and around the world.







*Glücklich auf 4 Rädern,
auch wenn's gebraucht ist*



*Hauptsache Motor oder
Rad - mit 2 Jahren
klar wer fährt (und schiebt)
Schwester Cosima*



*Schnell, schneller, Eigenbau
Not macht erfinderisch*



*Mit 16 endlich Gas geben
mit der Honda SS50 - 5,5 PS
die Welt ist die Strasse*

- From the top:
- Happy on four tires, even when they are used.
 - The main thing motor or a tire. Even at two years old, it's clear who drives (and has to push): sister Cosima.
 - Fast, faster, do-it-yourself - necessity is the mother of invention.
 - At sixteen years old everything finally speeds up with a Honda SS50, 5.5 PS, the road is the world.

MOBIL VON ANFANG AN

ON THE MOVE FROM THE START

SCHON IN FRÜHER KINDHEIT ENTDECKTE ICH DIE VORTEILE DER FORTBEWEGUNG AUF RÄDERN. DIE ETWAS WACKELIGEN FAHRZEUGKONSTRUKTIONEN AUS HOLZ MIT RÄDERN AUS KUGELLAGERN WURDEN IMMER SCHNELLER. MEINEN WUNSCH, MIT 12 JAHREN DAS BEGEHRTE 10-GANG-FAHRRAD ZU KAUFEN, KONNTEN MIR MEINE ELTERN IN DEN TAGEN DER NACHKRIEGSZEIT ABER LEIDER NICHT ERFÜLLEN.

NOT MACHT ERFINDERISCH, UND SO KAM ES ZU MEINEN ERSTEN GEWERBEAKTIVITÄTEN. NACH DER SCHULE FERTIGTE ICH KUPFERASCHENBECHER IM JUGENDHAUS STUTTGART-MITTE, DIE DANN IN STUTTGARTER GESCHÄFTEN ALS KUNSTGEWERBE VERKAUFT WURDEN.

DIE PRODUKTION LIEF LEIDER NUR WENIGE MONATE, DIE AUSREDE „GESCHENKE FÜR OMA UND OPA“ HIELT NICHT STAND UND EINE GEWERBSMÄSSIGE TÄTIGKEIT WAR IM JUGENDHAUS STRENG UNTERSAGT. AUSSERDEM HATTE DIE BATIKABTEILUNG VOM

AS A YOUNG CHILD, I DISCOVERED THE ADVANTAGES OF WHEELED VEHICLES. MY WOBBLING CONSTRUCTIONS MADE OF WOOD AND WHEELS AND SOME DISCARDED BEARINGS BECAME FASTER AND FASTER. I DREAMT OF OWNING A 10-SPEED BICYCLE AT THE AGE OF 12, BUT MY PARENTS COULDN'T AFFORD IT IN THAT DIFFICULT POST-WAR ERA. NECESSITY IS THE MOTHER OF INVENTION, SO I EMBARKED ON MY FIRST BUSINESS ENTERPRISE.

AFTER SCHOOL, I WENT TO THE STUTTGART YOUTH CENTRE AND PRODUCED COPPER ASHTRAYS, WHICH WERE THEN SOLD TO STUTTGART SHOPS AS ART. THIS PRODUCTION LASTED ONLY FOR A FEW MONTHS BECAUSE THE PRETEXT OF A GIFT FOR "GRANDMA AND GRANDPA" DIDN'T LAST LONG AND COMMERCIAL ACTIVITIES WERE STRICTLY PROHIBITED BY THE YOUTH CENTER.

Jugendhaus gepetzt, da war Klein-René vorher schon aufgefallen, wie er größere Mengen von Seidentüchern mit Batikdekorationen anfertigte. Aber ich war flexibel, was mir fehlte war rasch beschafft: Holzblock, Kupferhammer, Brennofen, Glasur, Emaille und vom Altmetallhändler ein paar Stücke Kupferblech.

Meinen Nachmittag gestaltete ich anstelle von Schularbeiten mit der Produktion der Kupferaschenbecher, um die noch am Abend in der Stuttgarter Innenstadt zu verkaufen. Den Verkaufspreis konnte ich kontinuierlich steigern, an erfolgreichen Tagen waren bis zu 30 DM in der Abendkasse.

Bald war der Brennofen amortisiert und aus dem Überschuss das lang ersehnte 10-Gang-Fahrrad erstanden. Mit dieser neuen Mobilität war es mir ab sofort möglich, fernere Ziele zu erreichen, und so lernte ich interessante Menschen kennen, die mich auf neue Geschäftsideen brachten.

Eines Tages landete ich mit meinem Fahrrad im Hof einer Werbeagentur, neben einem Opel Rekord kam ich mit dessen Besitzer ins Gespräch. Dort war Bedarf an einem Wagenpfleger. Von nun an fuhr ich regelmäßig auf dem Parkplatz der Werbeagentur vor und sorgte für das makellose Aussehen der Geschäftsfahrzeugflotte. Dabei lernte ich den Inhaber kennen, der nicht nur mein Fahrrad bewunderte, sondern auch über meine Arbeit lobende Worte fand. Offensichtlich gab es dort aber noch ein weiteres Problem, es ging um die rasche Auslieferung von Druckklischees zu einem Zeitungsverlag. Wir kamen gleichzeitig auf die Idee, der geeignete Mann mit dem richtigen Fahrzeug sei ich.

Wie jede gute Geschäftsidee ließ sich auch der Kurierdienst ausbauen, mal brauchte man mich als Wagenpfleger, aber viel öfter als Kurier, und ich bewältigte mit dem 10-Gang-Fahrrad nicht nur kurze Etappen zur Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Verlagen, sondern nahm auch Anzeigenaufträge der Kunden entgegen und pendelte zwischen Satz-Anstalten, Agenturen und Agenturkunden umher.

Someone from the "Batik" department had already noticed that little René was producing a large quantity of silk kerchiefs. But I was inventive, and quickly managed to organize what I needed to continue: a wooden block, a copper hammer, furnace, ingredients like quartz sand and varnish and some pieces of copper from the salvage yard.

Instead of doing my homework in the afternoon, I hammered and varnished ashtrays to sell them in downtown Stuttgart the same evening. I was consistently able to raise the price for my goods. On successful days there were 30 DM in the till at the end of the day.

The furnace was quickly paid off and I soon managed to buy my dream 10-speed bicycle from the profits. My new transportation allowed me to reach out-of-the-way places and meet interesting people who inspired me to think about new business ideas.

One day I ended up in an advertising agency's parking lot with my bike. I started talking to the owner of the agency while standing next to a parked Opel Record. It seems they needed someone to clean their cars. From then on I showed up regularly at the parking lot to see to the upkeep of the company's fleet and to ensure its immaculate appearance. By chance I met the owner again, who was not only admiring my bicycle but had some words of praise for my work. Apparently it occurred to him that they had another problem in the company. It concerned the quick delivery of various typesets to newspaper publishers. We both had the same idea that the right man for the job was available and with perfect vehicle.

As one can expand any good business idea, I began to expand my new job opportunity. It was not that they did not need a fleet maintenance man, it was they needed me more as a courier. I quickly mastered the short routes to the „Stuttgarter Zeitung“ office and other Stuttgart publishers. I also picked up other advertising orders from other agency clients and commuted between typesetter services and the agencies.

Meine nächste Anschaffung war eine Spiegelreflexkamera mit Objektiven und Handblitzgerät, später ein kleines Fotolabor. Durch die Möglichkeit der eigenen Filmentwicklung und Vergrößerung kam ich auf die Idee, abends in Diskotheken Fotos von den Gästen anzufertigen.

Das Bilderbusiness entwickelte sich lukrativ. Ich verbrachte immer mehr Nachmittage im Labor, um die vielen Schnapshots vom vergangenen Abend aufzuarbeiten und vernachlässigte meinen Job bei der Agentur. Erst als ich mir zum 16. Ge-

Mit 16 Jahren stolzer Besitzer einer Honda SS 50

René Staud, at 16 with his Honda SS 50

burtstag ein Kleinraffrad zulegte, konnte ich wieder beides ausreichend erledigen.

Mit diesem neu verwirklichten Traum an Mobilität schaffte ich sämtliche Kurierdienste, pflegte noch schnell das eine oder andere Agenturfahrzeug und war schon wieder flugs zurück im Labor, sodass ich am Abend wieder pünktlich Bilder liefern und gleich neue Diskothekengäste in Szene setzen konnte.



First, I saved my money to buy a reflex camera, lenses and a hand-held strobe. Later on I even had a small photo lab. Now with my own film processing and picture enlargement service I came up with the idea of taking pictures of the boys and girls at the discos, and to offer for sale the enlargements later on in the evening.

As my photography business became more lucrative, I spent more and more afternoons in my photo lab to work on the many snapshots I had taken the evening before. The result was that I neglected my job at the agency a little bit. Only when I bought my first motorcycle at the age of 16 did I start doing both jobs properly again.

The motorcycle was a dream of mobility. It allowed me to do all the courier jobs and clean and polish some company cars with enough time left to run back to my lab to enlarge the pictures I had to deliver in the evening at the disco. Then I started all over again by taking shots of the new dancers at the disco.

Mein erstes "Eigenes"
ein Fiat 500 mit
schlappen 16 Pferdestärken



Immer noch der "alte"
aber im Styling mindestens
doppelt so schnell
"Breitreifen - tiefer - schwarzer"

Endlich ein Neuer
Mini 1000 mit 40 PS
Ladungen, modisch grau,
für die Straße fast zu schade.



From the top:

- My first "own": a 16 horsepower Fiat 500.
- Still an old one, but in styling it holds its own: wide tires - lowered - darker.
- Finally a new car: a Mini 1000 with 40 HP in fashionable grey almost too beautiful for the street.

Irgendwie war es das Gebot des Schicksals, dass ich an einem wunderschönen Julinachmittag wieder einmal bei meinem Hauptlieferanten für Fotoequipment und Filmmaterial vorbeikam. Bei Photo Bergmeister in Stuttgarts Eberhardstraße fragte man mich, was ich denn jetzt so mache, nachdem ich nun meinen Schulabschluss bestanden hatte.

Weil ich bis dato meinen Eltern hierzu keine Antwort geben konnte, fiel mir auch in diesem Moment nichts ein, denn ich wusste es wirklich selbst noch nicht. „Wie wäre es mit einem Ferienjob?“, und so kam es, dass ich eine halbe Stunde später am Vergrößerungsgerät des studioeigenen Labors saß und die dringend fertigzustellenden Passbilder vergrößerte.

Die Sommerferien waren schnell vorbei, die Porträtarbeiten machten mir nicht nur im Labor beim Vergrößern Spaß, man ließ mich das eine oder andere Passbild auch selbst fotografieren. Dass allerdings der Fotograf und Meister des Studios plötzlich den Drang nach Australien verspürte, überraschte die Geschäftsleitung so sehr, dass man mir eine Lehrstelle anbot, damit erst mal die Arbeit dort weiterging. Und die Arbeit ging weiter und der neue Lehrling hatte seinen Beruf.

Die drei Lehrjahre waren schnell herum, die Zahl der Pass- und Bewerbungsbilder war unendlich. Zwischendurch wurde der Führerschein fürs Auto gemacht und ein Fiat 500 angeschafft. Zum Ende der Lehrzeit kam ein prächtiger Mini 1000 her.

Dieser Mini wurde täglich geputzt, es war wahrscheinlich der sauberste Mini aller Zeiten. Einmal stand er sogar unter einer Dusche neben einem Schwimmbad, weil bei dem Ausflug in das Hotel kein Schlauch greifbar war. Der Mini wurde aber auch wirklich überall bewundert, und bei einem routinemäßigen Tankstop bei Günther Bernthaler, genannt Berni, schlug das Schicksal wieder einmal zu:

Fortune smiled on me again by sending me to my main photo supplier, "Photo Bergmeister" in Stuttgart/Eberhardstrasse, on a sunny July afternoon. Having just graduated from high school that very day, they asked me „What do you want to do now?“

Since I had not been able to answer my parents when they asked the same question over the years, nothing came to mind then, either. „What about a summerjob?“ Not even half an hour later I was sitting at an enlarger in the studio's own laboratory enlarging passport pictures which needed to be finished urgently.

The holidays went by quickly. Processing portraits was really fun and sometimes I was actually allowed to photograph portraits myself. But, suddenly, one day their full time photographer had the urge to up and go to Australia, and the management was so surprised that they immediately offered me an apprenticeship in order to continue their service. My job continued on and



Ausbildung im
Porträtstudio 1969

Portrait studio appren-
ticeship, 1969

that's how this new apprentice finally found his profession.

The three years of apprenticeship passed quickly. I took innumerable passport pictures and portraits. During this time I was able to get my driver's license and I bought a Fiat 500. At the end of my apprenticeship a gorgeous Mini 1000 became my pride and joy.

I cleaned and attended to this car every day; it probably was the cleanest Mini of all time. One time, when I was staying at a hotel, I even parked it under a shower next to a swimming pool for its daily wash and wax because there was no hose available. The Mini was really always the center of attention and was constantly being admired. During a routine refueling stop at Günther Bernthaler's gas station, called Berni's, good fortune struck again.



Bernis Tankstelle „ESSO Reinsburg“ 1972

Berni's gas station "ESSO Reinsburg", 1972

Am letzten Tag meiner Ausbildung flanierte ich bei „Berni“ in die Tankstelle. Mit meinem sensiblen Blick für Arbeit erkannte ich, dass Berni im Vollstress war – hier warteten zehn Fahrzeuge auf eine Handwäsche, ohne dass ich außer dem Tankstellenchef auch nur eine Hilfskraft entdecken konnte. „Muss ich helfen?“, rief ich zu Berni, dem ein Stein vom Herzen fiel. Die Autos waren ratzfatz geputzt, weitere kamen hinzu, ich glaube, an diesem Mittag habe ich noch 20 Autos gewienert.

Berni Kunden holten nicht nur ihr Auto mit Freude über dessen Zustand ab, fast jeder gab ein großzügiges Trinkgeld, was mich am Abend nachdenklich machte. Wenn ich das Trinkgeld und Bernis Stundenlohn zusammennahm, konnte ich hier in drei Monaten fast so viel verdienen wie das ganze Jahr als Assistent im Fotostudio.

Berni selbst war glücklich, dass ich ihm erst einmal die Waschsorgen seiner Tankkundschaft abnahm, die sehr prominent war: Minister, Anwälte, Doktoren, Fabrikanten, Geschäftsleute, aber auch ein Werbespezialist ließ dort sein Fahrzeug tanken und pflegen.

Es war Jochen Pläcking, der damals bei einer Stuttgarter Agentur arbeitete, später Werbeleiter bei Fiat wurde und mit dem ich als Marketingleiter der DaimlerChrysler AG später viel zu tun hatte.

On the last day of my apprenticeship, I drove around and ended up at Berni's gas station. I quickly sized up the situation – there were ten cars stacked up waiting for a hand wash but there was no-one around but Berni. „Do you need help?“ I called. You could actually feel the weight drop from Berni's shoulders. Those ten cars were quickly cleaned and polished in two hours. By the time I was done that day, I think I cleaned up a total of 20 cars.

Berni's clients picked their cars up, and were so satisfied with their cars' perfect condition that they gave me generous tips. That night I started to think about my prospects. When I added up the tips and wages I could earn at Berni's, I could earn as much in three months as in one year as an assistant.

Berni was beside himself with joy to see me take over the car washing worries for the next three months for his important clients, who were ministers, lawyers, doctors, factory owners and businessmen, but also an advertising specialist.

This was Jochen Pläcking, who worked at a Stuttgart advertising agency, and later became the advertising manager at Fiat. I subsequently worked with him when he became the marketing manager at DaimlerChrysler AG.

The quality of my hand wash car service quickly got around. Word of mouth spread like wild fire. On peak days I serviced up to forty cars. My financial prospects surpassed all expectations. However I stayed there for only three months because another garage and gas station opened nearby and made me an offer I couldn't refuse. However I only stayed at the new place for a couple of months because I realized that the oil and gas smell had soaked so deep in my skin that I did not have much success with the ladies at the disco.

Consequently I looked for a new job in my profession and got a job at Photo Krauss in Stuttgart. Finally I was back into civilized society and still had enough time to improve and restore my recently purchased Alfa Romeo 1300 GTJ.

Die Qualität meiner Handwäsche sprach sich herum, an Spitzentagen schaffte ich bis zu 40 Fahrzeuge, dennoch blieb es bei den drei Monaten, ein in der Nähe gegründeter Tank- und Werkstattbetrieb machte mir ein noch besseres Angebot. Dort hielt ich es auch einige Monate aus, bis ich realisierte, dass der Öl- und Benzingeruch der täglichen Arbeit sich so festgesetzt hatte, dass ich bei meinen abendlichen Diskobesuchen immer weniger Interesse bei den Damen weckte.

Als Konsequenz suchte ich mir einen neuen Job und landete bei Foto-Krauss in Stuttgart. Endlich kam ich wieder gepflegt unter die Menschen und hatte gleichzeitig etwas Zeit, meinen neuen Alfa Romeo 1300 GTJ technisch und optisch zu verbessern.

Einige Wochen vergingen, da bediente ich einen Kunden, der sich kurzfristig zur Anschaffung eines Fotoequipments entschloss: „Das Beste, was Sie am Lager haben und all das Zubehör, was man für hervorragende Aufnahmen einer Hotel-Immobilie benötigt.“ Er hinterließ seine Karte und bat mich, am selben Nachmittag pünktlich um 14:00 Uhr alles vorzubringen.

Punkt 14:00 Uhr war ich in besagtem Vorstandssekretariat, es ging zu wie im Film: Unzählige Telefone klingelten, Leute sprangen umher, gigantische Geschäfte wurden dort getätigt: Investitionen im In- und Ausland, hauptsächlich Immobilieninvestitionen auf den Kanarischen Inseln, Vermittlung von Steuersparmodellen an Anleger.

Nach etwas Wartezeit wurde ich vom Vorstand empfangen, es war tatsächlich mein Kunde vom Vormittag.



Mit der 6 x 6 bei Aufnahmen für das Casa Atlantica auf Fuerteventura / Halbinsel Jandia

René Staud taking photographs for "Casa Atlantica" on Fuerteventura's Jandia, the half island

A few weeks after I started, I happened to serve a client who had decided to buy camera equipment on the spur of the moment. He said: "Give me the best equipment you



René Staud mit Freunden und dem Alfa Romeo 1300 GTJ

René Staud with his friends and his Alfa Romeo 1300 GTJ

have in stock, along with all the necessary accessories to take professional pictures of a hotel property complex." He gave me his business card

and told me to be at his office with the equipment at 2.00 PM sharp.

On the stroke of 2:00, I entered the reception area of the specified office. It was as busy as any movie scene – phones were ringing, and people were running around. It seemed to me that they were doing big business and making gigantic deals mainly in real estate investments in the Canary Islands, and arranging and creating tax reduction models for investors.

After a while the CEO of the company, who was really my client from that morning, received me personally. All my attempts and efforts to explain to this manager how to use the camera were in vain. Ringing telephones, the secretaries or any one of his numerous assistants interrupted us so many times that after an hour he came up with a better idea and said: "Take all this stuff and my driver will take you to the airport. Pick up some clothing and toiletries because we won't be back tonight."

The ride to the airport in the Opel Diplomat, a luxurious sedan, was absolutely sensational. It was like sitting in

Alle Versuche, diesem Manager die Kamera und das Zubehör zu erklären, waren vergeblich, zu oft klingelte das Telefon oder störte eine der vielen Assistentinnen und Sekretärinnen, die mit dicken Unterschriftsmappen jedes Mal in mein Beratungsgespräch eindringen. Etwa eine Stunde später fasste der Mann einen Entschluss und meinte: „Sie packen jetzt alles wieder zusammen und fahren mit mir an den Flughafen Stuttgart. Bitte nehmen Sie Waschzeug und Kleidung für einige Tage mit, wir werden heute Abend nicht zurücksein.“

Die Fahrt im Opel Diplomat beeindruckte mich, man saß nicht nur in Abrahams Schoß und lauschte dem Achtzylinder, nein, man konnte in dem Auto sogar telefonieren –

the arms of an angel, listening to the hum of an 8-cylinder motor. It even had one of the first cellular telephones built-in.

At the airport, I was looking all over for the flight departing to Fuerteventura, our destination, but there were no flights listed on the departure board. Luckily, I remembered my client mentioning that private planes are never listed. The flight was on a BAC 1-11 and took about five hours. The pilot needed three attempts to land the plane at the then unfinished Fuerteventura airport. After a long ride in a bus, we finally arrived at a hotel in Jandia. That was when I started thinking about what I had done. What will happen to me and how I shall I explain this to my boss back in Stuttgart?

erreichten wir das Hotel in Jandia, und da überlegte ich mir zum ersten Mal: Was hast du nun getan, was kommt nun auf dich zu, und vor allen Dingen: Was sage ich meinem Chef in Stuttgart?

Die Tage waren abwechslungsreich und aufregend, die neue Kameraausrüstung, eine Kowa-Six, wurde so richtig hergenommen. Nach vier Tagen kehrten wir mit fast 100 belichteten Rollfilmen zurück.

Die Story mit krank sein hätte mir mein Boss ohnehin nicht abgenommen, inzwischen hatte ich mir einen deftigen Sonnenbrand geholt und so entschied ich mich für die Wahrheit. Als verständnisvoller Arbeitgeber ließ mich Dr. Krauss aus meinem Arbeitsvertrag vorzeitig heraus und am nächsten Tag

after six months the story came to an abrupt end because the Bundeswehr (mandatory military service) was waiting for me.

While at the "Bundeswehr", time was working for me. My former company produced many leaflets and brochures mostly using the material I had photographed. And each time I went to Stuttgart for a weekend I was surprised with the crop of newly printed and successful pieces.



mit einem original A-Netz-Telefon.

Am Flughafen versuchte ich zunächst den Abflug auf der Anzeigetafel zu finden, aber da flog nichts in Richtung Fuerteventura, wo wir an diesem Tage noch hin sollten. Mein Auftraggeber meinte nur, Privatmaschinen

würden dort nicht angezeigt. Der Flug auf einer BAC 1-11 dauerte rund fünf Stunden, der Pilot benötigte drei Anflüge auf dem damals noch unausgebauten Flughafen, sozusagen „zum Maß nehmen“. Nach einer längeren Busfahrt

Mit dem Strandbuggy über die Dünen von Jandia/Fuerteventura. Aus dem Shooting „Casa Atlantica 1972“.

Buggy car drive on the dunes of the Jandia beach / Fuerteventura; photo session "Casa Atlantica 1972".

The days were very eventful and exciting. The Kowa camera was really put through the mill and after four days we returned with a hundred rolls of exposed film.

Forget about telling my boss a story about being sick those last few days. He would never have believed me because in the meantime I had gotten a severe case of sunburn so I decided to tell the truth. My boss, Dr. Krauss, was understanding and released me from my contract. The very next day I became a photographer and PR manager for this corporation's industrial department.

The fast pace of traveling, taking airplanes and photographing real estate continued on in the same vein, but

war ich Fotograf und PR-Manager der Aktiengesellschaft für Industriebeteiligungen.

In diesem Tempo: Reisen, Jetten, Immobilien fotografieren, ging es ab sofort weiter, leider nur sechs Monate, dann wartete die Bundeswehr unausweichlich auf mich.

Die Zeit während der Bundeswehr arbeitete für mich, inzwischen wurden viele Prospekte hergestellt, in denen fast ausschließlich Fotomaterial aus den vergangenen Monaten Anwendung fand, und jedes Mal, wenn ich auf Wochenendvisite in Stuttgart war, überraschten mich neue gelungene Druckwerke.

Viele Postkartenmotive des „Casa Atlantica“ waren mit Staud-Fotos geschmückt.

Staud's photos decorated many postcards of the "Casa Atlantica".



MEIN WEG ZUM EIGENEN STUDIO

THE ROAD TO MY OWN STUDIO

BEREITS WÄHREND DER BUNDESWEHRZEIT, ALSO SCHON 1973, ARBEITETE ICH AUF EIGENE RECHNUNG ALS FOTOASSISTENT UND FREIER FOTOGRAF. DEN WEG IN DIE SELBSTÄNDIGKEIT MACHTE ICH ABER DANN EHER UNGEPLANT, NACH DER BUNDESWEHRZEIT FAND ICH EINFACH KEINE FESTE ANSTELLUNG. ZUNÄCHST WOLLTE ICH NUR DIE ZEIT ÜBERBRÜCKEN, BIS SICH „DER RICHTIGE JOB“ FAND UND SO VERSUCHTE ICH MEIN GLÜCK MIT REPORTAGEAUFNAHMEN. MORGENS STellte ICH MICH VOR DAS STANDESAMT UND BOT DEN GERADE GETRAUTEN PAAREN MEINE DIENSTE AN. IMMER WIEDER LERNTe ICH MENSCHEN KENNEN, DIE DANN ÜBER DIE HOCHZEITSREPORTAGE HINAUS BILDER BRAUCHTEN,

Studio Wendlingen im
Expansionsdrang:
Indoor: 2 Pkw-Aufbauten
Outdoor: 1 Interieuraufbau;
1 Katalogsachaufnahme.

Studio Wendlingen
pushed to expand:
Inside 2 car
set-ups waiting.
Outdoor: Car interior
shot and a set-up for
a catalogue picture.

MAL NUR VON TEPPICHEN UND
SCHMUCK FÜR DIE HAUSRAT-
VERSICHERUNG, ABER AUCH
PRODUKTAUFNAHMEN FÜR
EINE VERKAUFSMAPPE ODER
WERBEPROSPEKTE.

IN 1973, WHILE I WAS STILL IN THE ARMY, I ALSO WORKED PART TIME AS A PHOTO ASSISTANT AND FREELANCE PHOTOGRAPHER. THEN, AFTER BEING RELEASED FROM THE "BUNDESWEHR" (MANDATORY MILITARY SERVICE), THE STEP INTO ENTREPRENEURSHIP HAPPENED MORE BY ACCIDENT THAN ANYTHING ELSE. FIRST OFF, I COULDN'T FIND A POSITION. WHILE WAITING FOR THE "RIGHT" JOB TO COME UP, I TRIED MY LUCK AT TAKING WEDDING PHOTOS AND PORTRAITS. THERE I WAS, EVERY MORNING, IN FRONT OF THE REGISTRY OFFICE TO OFFER MY SERVICES TO NEWLY WED COUPLES. IT JUST SO HAPPENED THAT I MET INTERESTING PEOPLE WHO NOT ONLY NEEDED WEDDING PICTURES BUT ALSO PHOTOGRAPHS OF CARPETS

Ich verbesserte mein Geschäftskonzept und verfasste Werbebriefe. Die Grenzen dieses beginnenden Wachstums lagen mir aber schnell vor Augen, so dass ich schon nach wenigen

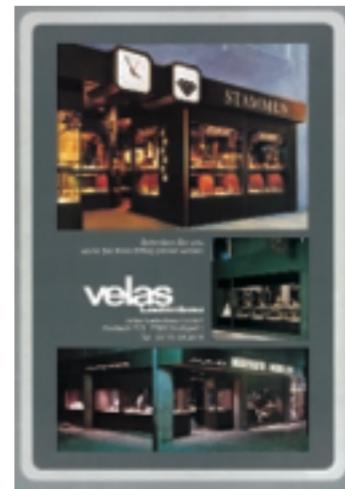
Monaten parallel dazu an Handelsgeschäfte im Stuttgarter Raum direkt herantrat, die mit Möbeln, Kleidern, Schuhen oder Porzellan handelten.

Ich stellte fest, dass dort nur ein begrenzter Bedarf an Fotos war und überbrückte die Zeit, indem ich mir von den Firmen Gegenstände zum Fotografieren auslieh, um Aufnahmen für meine Präsentationsmappe anzufertigen. Besonderen Erfolg hatte ich mit hochwertigen Schaufensteraufnahmen, für die ich mir ein ganz klares Konzept ausdachte: Tageszeit, Abdunklung, Polarisationsfilter und Lichtdimmungen der Schaufensterbeleuchtungen optimierte ich und so konnte ich viele meiner Aufnahmen verkaufen.

Schnell erkannte ich, dass man als junger Fotograf nur dann eine Chance hat, wenn man besondere oder zusätzliche Leistungen anbieten kann. Da mir persönliche Beziehungen zu

Schaufensteraufnahmen für den Ladenbauersteller Velas

Store window display photographed for the store interior producer Velas



and jewellery for insurance purposes. Some even needed a product shot for a sales flyer or an advertisement.

I soon started to improve and enlarge on this business idea and began to write letters

to potential clients. I quickly discovered the limitations for this business. My next step was to get in touch with enterprises and manufacturers in Stuttgart that dealt with furniture, clothing, shoes or ceramics.

I also had to face the fact that even here, the number of photo assignments was not extensive. So in order to pass the time, I went to the aforementioned companies and borrowed items in order to build my portfolio. I was particularly successful at shooting pictures for display windows. In order to do this properly, I developed my own methodology including time of day, polarizing filters, light

Sachaufnahmen für den Stuttgarter Juwelier Jacobi

Product shots for the Stuttgart jeweller Jacobi

dimmers and special lighting effects within the shop window. I

managed to sell most of my shots.

I quickly realized that as a young photographer, I would only have a chance if I were able to offer extraordinary or additional services. Since I didn't have an in with advertising agencies or the advertizers themselves, I decided to

Mitarbeiter einstellen. Nach und nach entwickelte ich mich kontinuierlich bis 1978, um dann in ein 500 m² großes Studio in Wendlingen umzusiedeln. Inzwischen war die Mitarbeiterzahl auf vier angewachsen, und in Verbindung mit dem bestehenden Stillife-Studio hatte ich jetzt zwei Betriebsstätten und nannte das Ganze: René Staud Studios – Studios für Werbung, Mode, Stillife.

„Warum aber gleich ein 500-m²-Studio?“

Diese Frage wurde mir damals oft gestellt und so lernte ich die Zusammenhänge zwischen Auftraggeber, Produktetats, Agenturkunden und Direktkunden kennen. Bald erkannte ich, dass nur in anspruchsvolle Aufnahmen investiert wird, vor allem bei Markenartikeln, die unter dem Gesichtspunkt der Marktsättigung immer wieder neu und besser dargestellt werden müssen.



Marktbeobachtung

In den ersten Monaten in Wendlingen wurde mir schnell klar, dass zwar Bedarf für ein Großraumstudio im Möbelsektor bestand, aber dieser Markt war schon durch viele Kollegen abgedeckt. Nur wenige Auftraggeber kamen nach Wendlingen, vielleicht mangelte es auch an Voraussetzungen wie Stellwänden, vorge-

change my business strategy and start up a small studio. Based on the premise that this would be cheaper, quicker and better, more and more clients trusted me to photograph their products. I even hired my first assistant. I kept building on this concept until 1978 when I moved to a 500 sqm studio in Wendlingen. Meanwhile I had hired four people. Since I still had my still life studio, I simply called my two premises René Staud Studios – Studios for advertisement, fashion and still life. Everyone asked

“But why a 500 sqm studio?“

I soon understood the relationship between contractors, advertising budgets, agencies, agency clients and direct clients. I also quickly recognized that only challenging and creative shots were selling. Good shots of brand name products were particularly lucrative, since appearance meant everything in these very competitive markets.

Market Observation

My first few months in Wendlingen proved that there was demand for large-scale studios for the furniture industry, but there were

already too many photographers satisfying that particular market segment. But

very few clients came to Wendlingen, perhaps because of the lack of backdrops, sets, skilled carpenters and know-how. I therefore had to find ways to utilize the studio and use the capacity better. I decided then and there to rent out some of the studio space.

already too many photographers satisfying that particular market segment. But

very few clients came to Wendlingen, perhaps because of the lack of backdrops, sets, skilled carpenters and know-how. I therefore had to find ways to utilize the studio and use the capacity better. I decided then and there to rent out some of the studio space.

Remodelling a large-scale studio into a rental studio

Renting the studio to art directors and photographers brought me in contact with new partners. The requests they made regarding the space quickly showed me what changes and investments I needed to make.



Agenturen und Werbern fehlten, entschied ich mich, mein Dienstleistungsspektrum vom Kofferfotografen zum Kleinstudio zu erweitern. Mit der Begründung, „im Studio geht es besser, schneller, preiswerter und sicherer“, vertrauten mir von nun an einige Kunden ihre Produkte an, und so konnte ich den ersten

fertigten Fenstern, ausgebildeten Schreibern und Know-how. Um die Auslastung des Studios zu erreichen, musste ich neue Wege suchen und so entschloss ich mich kurzerhand die Studiovermietung zu forcieren.

Ausbau des Großraumstudios zum Mietstudio

Durch die Vermietung des Studios an Produzenten und Fotografen kam ich mit neuen Partnern ins Gespräch. Schon bei den Mietstudioanfragen wurden ganz klare Anforderungsprofile gestellt, die ich durch Investitionen und Umstrukturierungen erfüllte.

Wirtschaftliche Investitionen

Durch die zusätzlichen Einnahmen aus der Studiovermietung wurden Investitionen möglich, die mir bis dahin als Fotograf doch eher luxuriös erschienen. Während ich oft mit improvisierter Technik und geringen Kapazitäten von 3.000 bis 6.000 Wattsekunden Blitzlichtleistung Großformataufnahmen realisierte, traten die Mietkunden mit hohen Ansprüchen an Blitzkapazität und Peripheriegeräte an mich heran.

Ich investierte darüberhinaus in Staubsauger, Pressluft, Kaffeemaschine, Stereoanlage, Werkstattausrüstung, Telex (ja das gab's damals noch) und einen Transporter, nicht zuletzt in zusätzliche Mitarbeiter, um die vorhandene Studiokapazität zu verbessern und um die Vor- und Nachbearbeitung der Aufträge zu beschleunigen. Bald erreichte ich eine gute Auslastung, einen angemessenen technischen Stand und finanziellen Spielraum. Aus dieser persönlichen, jugendlichen Offenheit für Engagement und Perfektion entstand bei mir der Wunsch, die Lichtqualität zu verbessern. Damit begannen die Überlegungen zum eigenen Lichtsystem – Magic flash®.

Magic flash® – eine Entwicklung, die mir zum geschäftlichen Durchbruch verhalf

Mit der Entwicklung von Magic flash® stellte ich an das Studioliicht plötzlich ganz neue Anforderungen, die bis dahin in Großstudios kaum gefragt waren. Diese beiden Konzepte – Großraumstudio und kreatives Licht – zu verbinden war jetzt für mich die neue Herausforderung:

Economic investments

I was able to invest more heavily in the studio because the studio rentals provided additional cash flow and profit. As a mere photographer, these expenditures would have seemed to be pure luxury. While I was content improvising with my lighting equipment, which had a capacity of 3,000 to 6,000 watts per second, to take large format photographs the rental clients were asking for more and more light capacity, peripheral equipment and accessories.

I made additional investments in power tools, vacuum cleaners, garage equipment, coffeemakers, stereo systems, telex (which was still in use then), a company truck and last but not least additional staff to make improvements to the studio and speed up processing of the assignments. Soon I was able to reach a good booking situation and an excellent technical standard and a degree of financial freedom. My youthful enthusiasm and drive to perfection encouraged me to improve the studio's lighting and strobe system. That's how I started thinking about designing my own lighting system.

Magic flash® – the catalyst for my business success

In developing Magic flash®, I set new standards and requirements that studio lighting systems in large-scale studios could not provide. Combining these two concepts – a large-scale studio with a creative lighting system – became my new challenge.

Installing the first Magic flash® (flat tube lighting system) in the studio in the summer of 1983 opened the door to the realm of automobile photography. Within a few months I received enquiries from all areas of the automotive photography business. Even well-established photographers were impressed by this new lighting concept and promoted my studio more than I could ever have done with advertising and brochures.

How do you get your "dream studio"?

I should have been satisfied, starting off as an unemployed ex-soldier and becoming a large-scale studio owner. Should I

Durch die Installation der ersten „Magic flash®-Flächenleuchte“ im Sommer 1983 gelang mir der Einstieg in die Automobilfotografie, innerhalb weniger Monate kamen Anfragen aus allen Bereichen der Automobilbranche. Dazu kam, dass etablierte Werbefotografen von dem neuen Lichtkonzept schnell überzeugt waren und die machten mehr Werbung für das Studio, als ich es mit Prospekten und Anzeigen selbst hätte tun können.

Wie kommt man nun zu seinem „Traumstudio“?

Eigentlich hätte ich jetzt mit Job und Studio zufrieden sein können, nach Bundeswehr erst auf Jobsuche und jetzt schon Großraumstudiobesitzer. Sollte ich mich auf dem Erreichten ausruhen und mit dem bestehenden Konzept gut und sorglos weiterleben? Ich hätte dies vielleicht auch bis heute getan, nur wollten es die äußeren Umstände wieder einmal nicht. Vielleicht war ich an jener Sprosse meiner Karriereleiter, wo jeder Mensch sich die Frage stellt: Wie mache ich jetzt weiter?

Viele Gedanken gingen mir 1984 durch den Kopf:

Die Studios in Wendlingen und in Stuttgart sind ausgelastet, die Jobs sind gut, die Qualität stimmt, der Laden läuft, aber die Kunden werden anspruchsvoller. Man spricht davon, dass das Studioambiente nicht hält, was die Technik verspricht. Ganz deutlich wurden mittlerweile die Forderungen nach verbesserter Arbeitsqualität und verbessertem Umfeld. Die Kunden wollten schönere Garderoben, die Kunden wollten ge-

have simply rested on my laurels and just stayed where I was? I might have done just that had the circumstances been right. Maybe I was at that point of my career where you ask yourself: What should I do now?

I had many ideas going through my mind in 1984. The studios in Wendlingen and Stuttgart were fully booked, the assignments were great, and quality was perfect – the business was booming. But the clients became ever more demanding. They said the studio's comforts and facilities were not as good as the technical equipment. They wanted nicer dressing rooms, totally outfitted restrooms; they no longer wanted to eat lunch at the restaurant around the corner. They also no longer wanted to leave their priceless prototype cars and classics in the unprotected and unsecured parking lot. I could not integrate all these wants and needs into my existing rented studio building. So clients paved the way for me to organize a new studio.

**Neue Lichtwanne:
MF 900 und der Turbo**

**New light tube:
MF 900 and the Turbo**



pflegtere Sanitäreinrichtungen, die Kunden wollten zum Mittagessen nicht mehr außer Haus gehen und die Kunden wollten nicht mehr auf dem ungeschützten Parkplatz ihre „Prototypen“ oder „Erlkönige“ abstellen. All diese Wünsche und viele mehr waren in der angemieteten Fabrikhalle nicht unterzubringen. Somit war die Wegbereitung für den nächsten Schritt, ein neues Studio, durch die Kundenklientel entschieden.

unten: Winter 1985/1986 – ein Studio der neuen Dimension entsteht.

below: Winter 1985/1986 – A studio of new dimensions in the making.

Geburtsstunde Studio Leonberg

In den darauffolgenden Monaten beschäftigte ich mich mit der Frage, welche Anforderungen ein neues Studio erfüllen sollte. Ich befragte meine Kunden zu dieser Fragestellung genauso wie mein Fotografenherz. Durch Optimismus und nüchternes Kalkül kam ich zum Ergebnis, dass eine weitere Verbesserung der Studioqualität, der Lichtqualität, des Studioambientes

und der gesamten Infrastruktur nur in einem Funktionsbau, der von Grund auf neu gestaltet werden musste, realisiert werden konnte. Die Geburt des Traumstudios in Leonberg war beschlossen.

Baubeginn in Leonberg war 1985, ein Jahr später wurde das Studio fertiggestellt. Nach der Eröffnungsparty im April 1986, auf der ich 550 Interessenten begrüßen durfte, arbeiteten wir dort in fünf Einzelstudios mit 15 Mitarbeitern.



The birth of Leonberg studio

The following months found me busy defining the profiles of the clients and determining standards and specifications that the new studio would have to fulfill to meet the needs and requirements of a busy studio. So I posed these questions to my clients and also to my own photographer's heart. Based on my optimism and careful calculations, I realized that a purpose-designed building was required to provide the requisite studio facilities, lighting and ambience. The foundation for this dream studio was laid.

rechte Seite: Auszug aus der umfangreichen Presseberichterstattung: Leonberger Kreiszeitung vom 25. April 1986.

right side: Extract of the extensive report in the "Leonberger Kreiszeitung" newspaper from 25th of April 1986.

Construction started in Leonberg in 1985 and was completed one year later. Since the grand opening party in April 1986, which was attended by 550 guests, the studio is home to 15 employees working in 5 individual studios.

Leistungsstarkes Großraumstudio für anspruchsvollste Fotografie entstand in Leonberg

Traumstudio läßt für höchste Ansprüche keine Wünsche offen

Die Erfolgsrezepte von René Staud

Die „schwäbischen Nationaleigenschaften“ ermöglichten innerhalb in zwölf Jahren ungewöhnliche Blützkarrere

Nicht nur das neue Leonberger Großraum-„Traumstudio“ ist traumhaft im Ausmaß und Ausstattung. Auch seine Karriere muß dem Außenstehenden vorkommen wie ein Traum: Vor zwölf Jahren hatte René Staud nach Fotofieber und Disziplin bei der Bundeswehr noch Mühe, 200 Mark aufzuschreiben, um sich davon eine Schwarz-Weiß-Dunkelkammerausrüstung anzuschaffen. Damals machte er sich in Stuttgart selbständig mit einer großen Portion Gott- und Selbstvertrauen, aber mit sicherem Instinkt für Fotomotiv. Fleiß, Zuverlässigkeit, schwäbischer Tüchlergeist, unternehmerischer Wagemut wurden alsbald zu Sprossenleitern zu einer wahren Blützkarrere.

Heute zählt der Initiative und agile Selbstdenker zu den bundesweit gefragtesten Fotografen für anspruchsvolle Studiofotografie.

In Leonberg schauert

In Leonberg eröffnete er vor wenigen Tagen sein mit einem Aufwand von rund 4,7 Millionen Mark größtenteils aus Eigenmitteln finanziertes neues hochmodernes Großraum-„Traumstudio“, das auf Monate hinaus ausgebucht ist. Den vier Jahren vorher hat René Staud (34) in Leonberg. Trotz seines freundlichen Vorkommens ist der geübte Stuttgarter ein wackerer Schwabe, dem die schwäbischen Nationaleigenschaften, Fleiß, Zähigkeit, Sparsamkeit und Improvisationskraft, in die Wiege gelegt worden sind.

Geht Neues geschaffen

Schon nach zwei Jahren konnte er 1974 aus einem nurmal angemieteten Mini-Studio in ein 100 Quadratmeter-Studio in Stuttgart wechseln. 1979 konnte er sich ein 300-Quadratmeter-Studio in Wendlingen, das jedoch auch alsbald aus den Nähen plattete, weil sich seine Qualifikation und Zuverlässigkeit in der Fachwelt mehr und mehr herumgesprochen.

Leonberg optimaler Standort

Bei seiner Suche nach einem verkehrsgünstig gelegenen Standort für den Neubau eines 1.600 Quadratmeter umfassenden Großraumstudios mit Nebenstudios und moderner Ausstattungsmaßnahmen wurde Staud bald fündig: Neben der unmittelbaren Nähe zum Autobahnkreuz Leonberg-Münster war neues „Traumstudio“ im Leonberger Industriegebiet Herbert, frei von besonderen Bauauflagen, nicht bebaut. Hier entstand nach seinem ausgiebigen

Raumprogramm und vielen Vorentscheidungen im Zusammenwirken mit seinem hochbegabten Hausarchitekten von Staud „Traumstudio“ für Fotografie, Film und Video, das in- und ausländischen Fotografen und Agenturen, Firmen und Produzenten, Werbetreibenden und kreativ Orientierten auch als Materialort zur Verfügung gestellt wird.

„Den Kopf überhalten“

Staud schaut als Spezialkünstler von Werbefotografie auf höchstem Niveau für Broschüren, Kataloge, Plakate, Plakate und Studienwerbung auch künftige Aufträge nicht, die andere nicht im Studio nehmen. Innovation ist, so die erste Lehre seines Erfolgsrezepts, so wichtig wie perfekte Technik. Jede erwartete neue Werk investiert er in neue Ausstattungstechnik, dabei perfektioniert er seine Studioarbeit permanent, „sonst ich mir den Kopf dann auch für neue Geschäfte“.

Breite Auftragspalette

Stauds Kunden kommen aus der Automobil- und Automobilbranche. Unter diesen sind die Bedingungen können über komplexe LCW-Unterstützungen verbundene optional (und neue Modelle vor den Augen der Konkurrenz streng geschützt) im rechten Bild gezeigt werden. Staud fotografiert mit seinen sieben Mitarbeiter zählenden Stamm-Team immer wieder, Werkzeug, Produkte der Unterhaltungselektronik, Computer und Movie.

Power mit „Magikflack“

Wie schafft es Staud mit Inappetenz auf Fotos von Automobilen so unterschiedlich die wichtigsten Bindungen einer Karriere mit zur Deutung zu bringen, wobei ein weiches, aber dennoch gründerhaft

blüht die Flanke des Fahrzeuges modelliert? Das Geheimnis verbirgt sich nicht unter dem (als Wärmewochen auf René Staud eingetragenen) Begriff „Magikflack“, mit vor dem innerhalb ausgefallenen Blitzlichtsystem in neuer Dimension.

Acht Meter Studiöheite

Wie unterlange Wunden hängen unterschiedlich groß, mit Fotofieberwände bespannte „Magikflack“-Blitzlichtsysteme auf René Staud unter der Decke seines Großraumstudios, mittels Feinbedienung und Flächeneigenen in jede Position schwenkbar. Staud hat sie weitgehend selbst entwickelt, zusammengekauft und geschweißt. Dank seiner 18 Stromspeicher im Staud hat er über 14.000 Wattstunden, die ein gleichmäßiges Aussehen auch großer Objekte gewährleisten.

1.000 Kelvin Farbtemperatur

Im einer einzigen Blitzrichtung kann Staud auf diese Weise locker mit demselben Anzug von Blende 8 bis Blende 14 geben eine gelbe Blende. Dabei bleibt die Farbtemperatur von 1.000 Kelvin gleich, Staud bevorzugt dabei Tageslichtblitz, Elctronik M und 200.

Außer seinem neuen Leonberger Allround-Großraumstudio unterhält Staud weiterhin ein Studio-Studio in Stuttgart für Bild, Modellfotografie, Produkt-, Detail und Sachaufnahmen und das Großraumstudio in Wendlingen.

Stets begründungsfähig

Zu seinen Serviceleistungen zählen auch Styling, Dekoration, Schneiderei, Malerwerkstatt, Elektro-Blitzpunkte, mit Entwicklung im Ein-Stunden-Service, Ölwechsel und Scherenschnitt über Selbstbedienung ist auch die Kamerareparatur mit kompletter Ersatzteilversorgung und unendlichen technischen Zubehörsollisten des Herstellers. Einmal zu René Staud kommt, schneller schlagen. In seinen Stunden hat René Staud jetzt in Leonberg systematische Voraussetzungen geschaffen für den Aufbau in weitere neue Dimensionen seines Wagens, über das er sich so sympathisch gern selbst in Begleitung redet.



DIE STUDIOS

ON THE ROAD

ON THE ROAD

STUDIO WERASTRASSE

STUDIO WERA STREET

STUDIO BOPSERSTRASSE

STUDIO BOPSER STREET

STUDIO JOHANNESSTRASSE

STUDIO JOHANNES STREET

STUDIO FORSTSTRASSE

STUDIO FORST STREET

STUDIO WENDLINGEN

STUDIO WENDLINGEN

STUDIO LEONBERG

STUDIO LEONBERG

ON THE ROAD

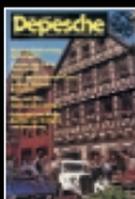
obere Reihe:
upper line:

Schopf
Modsalon Jacqueline
Beate Mössinger
Porsche Clubmagazin



untere Reihe:
lower line:

Einrichtungshaus Schildknecht
Stromeyer Zelte
Stuttgarter Wochenblatt
Illustriert
Depesche Stadtmagazin



DIE STUDIOS

THE STUDIOS

ZUNÄCHST BEGANN MEINE FOTOGRAFISCHE LAUFBAHN EIGENTLICH OHNE STUDIO, SOZUSAGEN „ON THE ROAD“. DAS WAREN VOR ALLEM ARCHITEKTURAUFNAHMEN, ABER AUCH INSZENIERTE ARRANGEMENTS Z.B. FÜR DIE ZEITSCHRIFT DES WÜRTEMBERGISCHEN PORSCHE CLUBS. MAGAZINE WIE „DAS STUTTGARTER WOCHENBLATT ILLUSTRIERT“ ODER „DIE DEPESCHE“ ERKANNTEN SCHNELL, WIE MIT EINEM IDEENREICHEN JUNGTALENT INTERESSANTE TITEL ZU GESTALTEN SIND, UND BEAUFTRAGTEN MICH NOCH WÄHREND DER BUNDESWEHRZEIT. AUCH AUFNAHMEN MIT KÜNSTLICHEM LICHT LASSEN SICH OHNE STUDIO REALISIEREN. DAS BEKANNTE STUTTGARTER EINRICHTUNGSHAUS SCHILDKNECHT HOLTE MICH ALS FOTOGRAFEN INS HAUS, UND IN DER AUSSTELLUNG DES MÖBELHAUSES ENTSTANDEN STUDIOMÄSSIG AUSGELEUCHTETE ANZEIGENMOTIVE. ABER DAS DASEIN „ON THE ROAD“ HATTE BALD EIN ENDE, MAN EMPFAHL MEINE DIENSTE EINEM ETABLIERTEN STUTTGARTER FOTOGRAFEN.

MY PHOTOGRAPHIC CAREER ACTUALLY STARTED WITHOUT MY OWN STUDIO, ON THE ROAD, SO TO SPEAK. IN THE BEGINNING, I PHOTOGRAPHED ARCHITECTURE BUT ALSO STILL LIVES FOR THE “WÜRTEMBERGISCHE PORSCHE CLUB” MAGAZINE. THE “STUTTGARTER WOCHENBLATT ILLUSTRIERT” AS WELL AS “DIE DEPESCHE” QUICKLY REALIZED HOW TO GET INTERESTING COVERS DESIGNED BY A YOUNG TALENT AND GAVE ME JOBS DURING MY TIME IN THE ARMY. BUT PHOTOGRAPHS CAN ALSO BE DONE WITH TUNGSTEN LIGHT WITHOUT HAVING A STUDIO. THE WELL-KNOWN FURNITURE SHOP “SCHILDKNECHT” IN STUTTGART REGULARLY HIRED ME TO PHOTOGRAPH THEIR

STUDIO WERA STRASSE
STUDIO WERA STREET

Ab sofort jobbte ich bei Eberhard Gartenmeier. Dort war ich zeitweise Assistent, manchmal Handwerker. Im Gegenzug durfte ich gegen Verrechnungsausgleich eigene Studioaufträge im Atelier von Eberhard ausführen, die ich aus meinen Kontakten zu Handel und Handwerk bereits akquirierte. Besonders die Modebranche fand Gefallen an meiner Arbeitsweise, schon 1974 entstanden großartige Pelzmodeanzeigen für das Pelzhaus Maier aus Stuttgart, die bundesweit geschaltet wurden. Auch machte ich mir mit Frisuren und Haarmoderisierungen einen Namen, sodass ich zahlreiche europäische Frisurenmagazine regelmäßig mit Bildmaterial versorgen durfte. Durch die Assistenz bei Eberhard Gartenmeier ergab sich auch die Möglichkeit, bei Mercedes-Benz in Sindelfingen an einem Interieur-shot



mitzuarbeiten; so entstand ein Arbeitsfoto mit meinem ersten Kontakt zur Autofotografie. Es dauerte aber noch viele Jahre, bis ich dies zu meiner Berufung machte. Mein Portfolio füllte sich mit neuen Aufgaben, sodass ich mein erstes eigenes Studio in der inzwischen freigewordenen elterlichen Wohnung installierte. Auf 80 m² Gesamtfläche hatte die Aufnahmefläche nur 4 x 4,5 m. Auf 18 m² konnte ich nur

interieur show inside. In this way I created studio-like pictures for their advertisements. But working on the road soon came to an end. Somebody recommended my service to an established photographer.

From then on I had a job at Eberhard Gartenmeier's studio. I worked temporarily as an assistant, sometimes as a craftsman. As compensation I was allowed to execute my own contracts in Eberhard's atelier that I already had acquired from my contacts with trade and commerce. The fashion branch in particular liked my style. As early as 1974 I had created some excellent photos for a fur advertisement of the furrier "Pelz Maier" from Stuttgart, that were published nationwide in Germany. I also gained a reputation for my hairstyle photos and hair fashion series so I supplied numerous European hair stylists' magazines with my photos. As Eberhard Gartenmeier's assistant I got the chance to work on a car interior

photo for Mercedes-Benz in Sindelfingen. This was my first working experience with the car. But it took many years before I made this my calling. My portfolio was filled with new assignments and I installed my first studio in my parents' apartment which had become available. Of a total area of 80 sqm, the photo area only occupied 4 x 4,5 m. That meant I could only photograph subjects that fitted into 18 sqm. This was mainly

das fotografieren, was eben reinpasste und das waren vor allem Getränke, Reisegepäck, Schmuck und weiterhin die Pelzmoden, aber auch andere Damenoberbekleidung von einigen Stuttgarter Modegeschäften bis hin zum renommierten Modesalon Jacqueline Konstanz.

STUDIO BOPSER STRASSE
STUDIO BOPSER STREET

Der Druck der Kunden wuchs, das Studio wurde zu klein und dem Expansionsdrang folgend schaute ich mich nach neuen Räumlichkeiten um. In Stuttgarts Westen in der Johannesstraße 69 fand ich eine repräsentative Altbauwohnung mit 180 m², die nicht nur eine großartige Behausung darstellte, sondern vor allen Dingen erstmals ausreichend Fotofläche

beverages, travel suitcases, jewels and furs. But I also photographed other lady fashions for some of Stuttgart's fashion shops including the designer shop Jacqueline Konstanz. The clients' demand grew and the studio became too small. Following the desire to expand I was looking for new rooms.

I found a presentable 180 sqm flat in an old building at the Johannes Street in Stuttgart's Westside. This wasn't only a wonderful accommodation, but more importantly finally had enough space to establish a studio, laboratory, archive and the overdue office. New clients came, very renowned ones like the brewery Dinkelacker, but I still maintained my long-standing relationship with Schildknecht furniture.



unten von links nach rechts:
below from left to right:

- Black Jack Whisky
- Pelzmode
- Dry Gin
- Juwelier Jacobi
- Tom Boy Likör
- Waldbauer Gepäck
- Jacqueline Moden

von links nach rechts:
from left to right:

- Mini Tool/Häfele
- Pelzhaus Maier
- Frisurentitel mit Monika
- Hetzehotel (Schwarzwald)
- Makuba Grill
- Rieger Werbegeschenke



von 80 m², Labor und Archivraum sowie das längst überfällige Büro aufnahm. Neue Kunden kamen, ganz renommierte

STUDIO JOHANNESSTRASSE STUDIO JOHANNES STREET

wie z.B. die Brauerei Dinkelacker, aber auch die angestammten Kontakte zum Einrichtungshaus Schildknecht konnten aufrecht erhalten werden. Industriekontakte folgten, und ganz wichtige Kampagnen wie z.B. AEG Elektrowerkzeuge lasteten das neue Studio, aber auch den ersten festen Assistenten aus.

Alles war prima, nur der Fahrstuhl fehlte und überhaupt, ein Fotostudio für Werbung und Industrie muss befahrbar sein. Und so war der Schritt zwar mühsam, die Entscheidung aber schnell gefallen und auf der Suche nach einem ebenerdigen Studio landete ich in Stuttgarts Forststraße. Der Hinterhof war nicht überaus repräsentativ, aber durch eine ebenerdige Zufahrt und ausreichende Büro- und Nebenräume im 1. Geschoss recht praktisch. Neue Kunden kamen, z.B. Rieger Team Stuttgart brachte gleich zahlreiche Aufträge, darunter die Zweiräder von Sachs, aber auch einige Geschäftsbereiche von Mauser Oberndorf. Mal waren es Waagen der Firma Sauter, dann wieder die Titelseite für Magura und immer wieder Werbeprospekte. Eine ganz besondere Imagekampagne waren Charlie-Chaplin-Motive für die Firma Krempel, aber auch ungewöhnliche Imageanzeigen wie für den Bettenhersteller Ruf. Nur eines ging immer noch nicht, das waren die Möbelaufträge.

Contacts in the industry followed and work for important campaigns for them like AEG electric tools employed the new studio and its first full-time assistant.

Everything was fine, only an elevator was missing or, better yet, drive-in access. Because this was a serious shortcoming, the decision was quickly made. In quest of a new studio location on the ground floor, I landed in the Forst-Street in Stuttgart. The backyard building wasn't really presentable, but it was practical because it had a ground-level exit door for the studio and sufficient space for office and additional rooms in the first floor. New clients arrived, for example Rieger Team, Stuttgart, and brought plenty of orders, among them the Sachs bicycles, but also work from some departments of Mauser, Oberndorf.

Sometimes we photographed the Sauter's scales, then we took pictures for the cover of Magura and kept shooting catalog pictures for advertisements. There was our work for a very special campaign using Charlie Chaplin motives for the Krempel company but also our pictures for an unusual image advertisement campaign of the bed furniture producer Ruf. But there was still one type of job we couldn't handle: Furniture. So I still had to march out of my studio for a couple days to go to a furniture producers' warehouse, or to Kruger's own studio to photograph the picture for their catalogue. And so by chance I heard that the company Behr furniture was going to close their long-established photo studio in Wendlingen. I quickly tried to find out more about it and got in touch with the former studio manager to start a partnership with her. She and I made Behr the

Und so kam es immer wieder vor, dass ich für einige Tage ausrücken musste und zwar in die Halle eines Möbelherstellers oder auch wie im Falle Möbel Krügel

STUDIO FORSTSTRASSE STUDIO FORST STREET

in dessen Studio, um dort Möbelkataloge zu fotografieren. Und so erfuhr ich per Zufall eines Tages davon, dass die Firma Möbel Behr ihr langjährig betriebenes Fotostudio in Wendlingen schloss. Rasch ging ich der Sache nach und kooperierte mit der damaligen Studioleiterin. Gemeinsam machten wir ein Angebot und übernahmen von Behr das Inventar und den Mietvertrag. Leider hielt die Partnerschaft nicht allzu lange, da die Akquisition von Möbelaufträgen fast unmöglich war, die wenigen Aufträge kamen entweder noch über das Stuttgarter Studio oder wurden aus möbelfremden Branchen akquiriert. Und so lasteten wir das Studio mit Badematten aus dem Hause Isoklepa oder aber mit Kindermode aus.

Schließlich nahm ich die Vorbereitungen und den Bau des von mir entwickelten Studiolihtsystems „Magic flash“ in Angriff, und ab Inbetriebnahme dieser neuen Blitzlichtgeneration wurden die Autohersteller auf mich aufmerksam. Und so kamen nicht nur Porsche und Mercedes-Benz direkt oder über deren Werbeagenturen, sondern auch Fotografen und Kreative, die

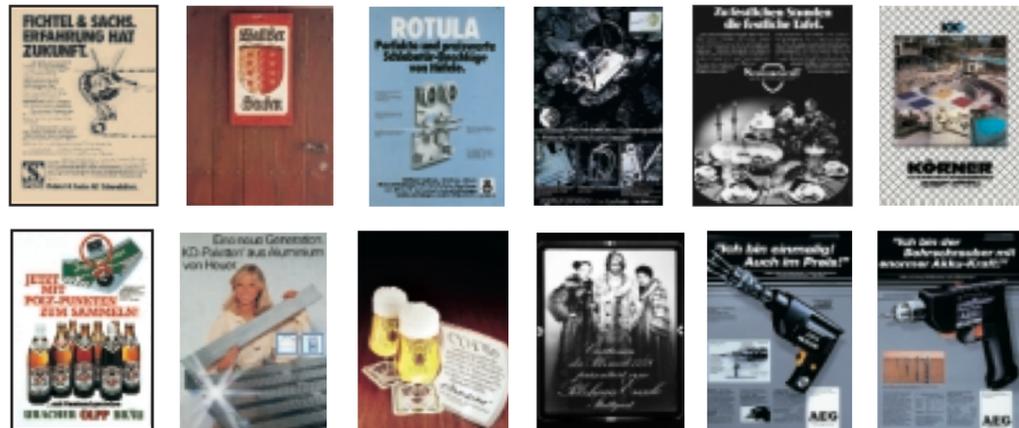
offer to take over the studio equipment and the lease contract. Unfortunately my partnership didn't last long, because it wasn't possible to acquire more furniture photographing orders. The minor contracts were acquired by our studio in Stuttgart or came



Zahlreiche neue Kunden:
Numerous new clients:

oben:
top:
Sachs Zweiräder
Walliser und Zermattstube
Rotula von Häfele
EJA international
Schildknecht Stuttgart
Körner Fliesen

unten:
below:
OLPP Bräu
Heuer Paletten
Brauerei Dinkelacker
Pelzhaus Enssle
AEG Werkzeuge



BIC Feuerzeuge/
RTS Rieger
Ruf Betten
Krempel
Verpackungs-
maschinen
RTS
Werbegeschenke
Katalog
Sauter Waagen
Magura
Motorradzubehör
Mauser
Messtechnik
Sachs Zweiräder

STUDIO WENDLINGEN STUDIO WENDLINGEN

Automobile „ins neue Licht“ stellen wollten. Die Ansprüche der Auftraggeber, aber auch meine eigenen wurden größer, das Lichtsystem noch besser zu entwickeln und plötzlich war klar, das Studio mit 375 m² Nutzfläche war zu klein.

Zunächst plante ich die Aufstellung von einigen Fertiggaragen vor dem Studio, sodass ein Teil der Requisiten ausgelagert werden konnte. Aber die Genehmigungsbehörden machten es mir hier nicht leicht. Auf der Suche nach größeren Mietobjekten lernte ich einen Architekten kennen, der mir rasch von Um- und Ausbauvorhaben abriet und einen Neubau empfahl. Damals arbeitete ich mit Peter Jaschke als Architekt zunächst beratend zusammen. Peter studierte meine betrieblichen Abläufe und formulierte auf Grund seiner im Wendlinger Studio gewonnenen Erfahrungen vorab einen ersten Entwurf. Die Änderungen, die sich letztlich aus Kompromissen finanzieller aber auch grundstücksbedingter Situationen ergaben, waren unzählbar. Dennoch kam am Ende ein Entwurf heraus, der nicht nur zum Leonberger Studio führte, Peter Jaschke gelang mit dem endgültigen Entwurf auch die Realisierung meines Traumstudios.



from other non-furniture related markets. So we used our studio for doing photographs for Isoklepa's bathroom mats or children's fashion.

I finally started with the preparation and the fabrication of the new photo flash system "Magic flash®". This new illumination system made the car manufacturers become aware of me. Not only did Porsche and Mercedes-Benz come directly or through advertising agencies, but also other photographers and creative photo artists who wished to place cars in the new "light". The client demands grew, as did my own, to make the flash light system more perfect. Suddenly it was clear that the studio with its 375 sqm of useable space was too small.

First I planned to put some pre-fabricated garages in front of the building to store some of the equipment in there and make more space in the studio available. But the city authorities didn't make it easy for me. Looking for a larger rental space I met an architect who advised me to build a new building based on my requirements. At the time, Peter Jaschke, the architect, was working with me as an adviser. Peter studied the studio's operational flow and designed his first concept based on the experiences he had from the Wendlinger studio. The changes that were ultimately made to the design for financial and geographic reasons were negligible. The result was not only the Leonberger Studio, but my dream studio.



Haas und Sohn,
Kachelofenfabrik



Modeshooting im
Studioaufbau



Porsche Geschäftsbericht



Pelzmode im Studioset



Sportservice Lorinser



Isoklepa Badematten



Porsche 959; Plakat
und Einführungsprospekt



VAG Händlermailing



Imageanzeige für Porsche,
Agentur Wensauer + Partner



Petit Lapin
Kindermoden

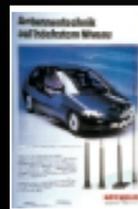
STUDIO LEONBERG
STUDIO LEONBERG



„Neue S-Klasse“
Springer und Jacoby



ED Mineralöl, Kampagne
und Plakate



Kathrein, Anzeige



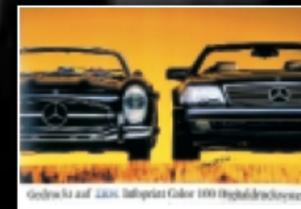
Debis Imageprospekt



MAN Nutzfahrzeuge
Einführungskampagne



Interrent



IBM
Digitaldrucksystem



ADAC Motorwelt
Titelmotiv



4 x 4 Styling
Katalogtitel



Men's Health
Anzeigenkampagne



Daewoo
Anzeigenkampagne



DAS LICHT

MAGIC FLASH® –
DAS NEUE LICHT

MAGIC FLASH® –
THE NEW STROBE LIGHT SOURCE

MAGIC FLASH® –
DIE NEUE UNTERNEHMENS BASIS

MAGIC FLASH® –
THE NEW BUSINESS BASE

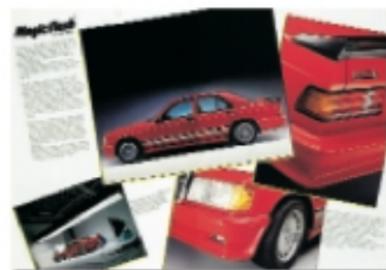


MAGIC FLASH® – DAS NEUE LICHT

THE NEW STROBE LIGHT SOURCE

WARUM AUTOS IMMER NUR IN DER LANDSCHAFT FOTOGRAFIEREN? DIESE FRAGE STELLTE ICH MIR ANFANG 1982, ALS ICH SOEBEN STOLZER BESITZER EINES MERCEDES-BENZ GEWORDEN WAR UND DEN KATALOG DES FAHRZEUGS DURCHBLÄTTERTE. DAS WENDLINGER GROSSRAUMSTUDIO WAR WIEDER EINMAL NUR ZUM TEIL AUSGELASTET, DIE MÖBELINDUSTRIE NUTZTE DIE VORHANDENE KAPAZITÄT NUR UNZUREICHEND AUS. SCHON LANGE WOLLTE ICH NEUE BRANCHEN WIE Z.B. DIE AUTOMOBILINDUSTRIE ERSCHLIESSEN UND STARTETE DIE ERSTEN FOTOGRAFISCHEN VERSUCHE. BALD BRACH ICH MEINE TESTAUFNAHMEN WIEDER AB, MIT DEM VORHANDENEN LICHT EQUIPMENT WAR KEIN AUSSERGEWÖHNLICHES FOTOKONZEPT ZU REALISIEREN. DIE GROSSE ENTTÄUSCHUNG DER ERSTEN EXPERIMENTE ZUM THEMA AUTOMOBIL LIESS MICH ABER DERARTIG GRÜNDLICH NACHDENKEN, DASS ICH ZUNÄCHST EINMAL ALLES BIS DAHIN ERREICHTE IN FRAGE STELLTE UND MIR

“WHY ARE CARS ALWAYS PHOTOGRAPHED IN NATURAL ENVIRONMENTS?” – I ASKED MYSELF EARLY IN 1982. THE QUESTION CAME UP BECAUSE, AS THE PROUD OWNER OF A NEW MERCEDES-BENZ, I WAS SKIMMING THROUGH MY CAR’S CATALOG BECAUSE MY SPACIOUS INDOOR STUDIO IN WENDLINGEN WAS NOT BEING USED TO ITS FULL CAPACITY. THE LOCAL FURNITURE INDUSTRY WAS NOT UTILIZING MY PHOTOGRAPHIC AND STUDIO SERVICES SUFFICIENTLY, AND I HAD BEEN THINKING FOR A WHILE ABOUT HOW TO EXPLORE NEW NICHES FOR MY STUDIO – SUCH AS THE AUTO INDUSTRY. SO I STARTED EXPERIMENTING WITH CAR PHOTOGRAPHY. BUT I HAD TO GIVE UP QUICKLY BECAUSE I COULD NOT FIND A WAY



beim Nachdenken über meine bisherigen Erfahrungen und weiteren Entwicklungsmöglichkeiten auf dem Gebiet der professionellen Studiofotografie schlaflose Nächte einhandelte.

Irgendwann aber kam dann doch die erlösende Einsicht, als ich mich an meine recht frühen Erfahrungen erinnerte, wie ich Schmuck und Schreibgeräte, also hoch-



glänzende Stillife Objekte in atemberaubende Lichtinszenierungen tauchte, als ich mit gleißenden Lichtverläufen ein gutes fotografisches Händchen bewies und mir gleichzeitig ein hochzufriedenes Kundenportfolio aufbaute.

Irgendwie war ich mit der Investition in das Studio in Wendlingen zwar platzmäßig zu mehr Freiheit, aber lichttechnisch gesehen zu großen Kompromissen gekommen. „Große hochglänzende Objekte wie z.B. Automobile unter den Bedingungen zu fotografieren, mit denen ich meine ersten Erfolge am Tabletop hatte? Das musste es sein!“

Ein Hazylight (Lichtwanne 1 x 1m) mit all seinen Vorteilen: absolut homogene Lichtflächen, große Blitzlichtausbeute, klar definierte Farbtemperatur, spielerisches Handling in der Aufhängung, aber viel, viel größer.

Die ersten Experimente gingen dahin, wie groß ein Lichtfeld sein muss, damit ein Automobil vollständig ohne Lichtabriss ausgeleuchtet und inszeniert werden kann. Aus Länge und Breite der Leuchtfläche ergab sich bauartbedingt die Tiefe, durch meine Berechnungen von Einfalls- und Ausfallwinkel des Lichts ergab sich eine Form, zu der es nun

to realize an interesting photographic concept using the standard equipment that was available at the time. This huge disappointment over my first experiences in car photography led me to the realization that I had to develop something new in the area of indoor car photography. And this dilemma gave me plenty of sleepless nights.

Präsentation des neuen Lichtsystems auf 8-seitigem Hochglanzprospekt

An 8-page high gloss brochure presents the new lighting system.

But one day I had a brilliant solution. The idea took shape when I thought back to my early experiences in photographing commercial products such as jewels, pencils – high gloss still life. Those shots had brilliant, shiny highlights and deep shadows, filled with detail. This success went hand in hand with the creation of a highly satisfied portfolio of clients. In a way, the whole investment in the studio in Wendlingen had fulfilled my wish for more freedom in terms of space, but it was a compromise as far as lightning technique was concerned. I wanted to photograph a car under the same conditions as I had at the time of my early successes in tabletop photography. While I was contemplating this, an idea took shape: “That’s it!”

I needed a Hazylight (1 x 1m light box) with all its advantages: absolutely homogeneous flat light, large flash output, a constant, defined light temperature, and ease of use. But it had to be much, much bigger.

noch eine technische Umsetzung hinsichtlich Lichtleistung und Statik zu entwickeln gab.

Durch den Einsatz von wärmeleitfähigen Blechen war das Thema der Überhitzung leicht vom Tisch, durch ein clever ausgetüfteltes Gerippe ergab sich eine große Festigkeit bei gleichzeitig akzeptablem Gewicht. Die erste Lichtbestückung waren Broncolor-Universallampenköpfe, diese hatten den Vorteil der Mehrfachverwendung der einzusetzenden Leuchtmittel. Die Bespannung schützte ich vor störenden Falten durch den Einsatz starker Gebläse, um die Luft aus der Wanne herauszusaugen, sodass die Bespannung immer leicht konkav gewölbt war.

An einem selbstgefertigten Drehkreuz mit zentraler Aufhängung und unter Einsatz von C-Profilschienen konnte ich die Wanne im Studiobereich beliebig manövrieren, die elektromotorische Aufhängung erlaubte ein millimetergenaues Zentrieren für jeden fotografischen Einsatz.

Die ersten Ergebnisse waren revolutionär, hatte es bis dato doch so gut wie keine vergleichbaren Aufnahmen mit Automobilen gegeben.

Das lästige Einsetzen der Universalblitzköpfe vor jedem Magicflash®-Einsatz wurde mir schnell leid, die Blitzköpfe fehlten irgendwie an den anderen Lichtsets. Außerdem war das Brandrisiko ziemlich groß, da die hängend installierten Leuchtenköpfe gesteckte Halogenbrenner

The first experiments went as follows: Find out how big the light surface should be to completely light a car without any fall-off. Designwise, the depth of the light box depended on the length and width of the light surface. The shape resulted from the reflection angle of the light source.

But there was still the question of controlling the light. A clever frame made the box sturdy without making it too heavy. With the use of heat conductive metal plates the problem of overheating was easily solved. The first light sources used were Broncolor universal light heads. This also gave additional benefits. I could use them as a universal light source in many different ways. I prevented disturbing wrinkles in the frontal diffusion by sucking the air from inside of the tub using strong blowers, making the cover always slightly concave and curved.

Thanks to a hand-made spider with a central suspension and through the use of C-profile tracks I could manoeuvre the lighttub in any studio area and in any direction. And the electric motorized suspension allowed me to center the tub within millimetres for any lighting situation.

hatten, die bei Erschütterungen herausfallen konnten. Und so geschah es, dass beim Shooting eines Sportwagens eine glühend heiße Einstellbirne herabfiel und den damals noch nicht feuerfesten Innendiffusor entzündete. Ein kleiner Brand wäre sicher verschmerzbar gewesen, ein übereifriger Assistent testete aber den neuen 5-kg-Pulverfeuerlöscher und verwandelte das Studio für einige Wochen in einen weißen Traum, der allerdings bei einer Bühnenszenierung zum Thema Wintermärchen angebracht gewesen wäre.

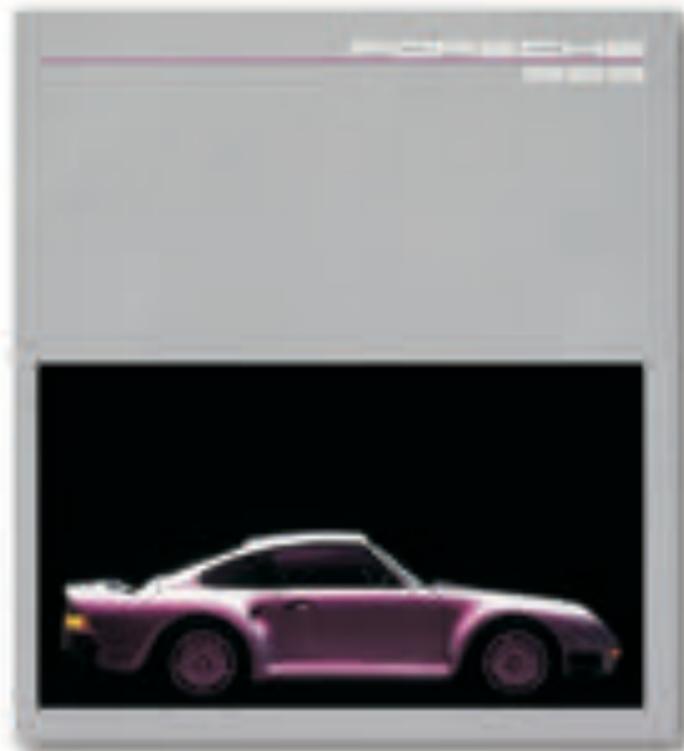
Die damals ca. 6-wöchige Gesamtrenovierung des Wendlinger Studios warf mich zwar erheblich zurück, die Weiterentwicklung der Magic flash® in der 2. Generation mit Stabrohren und festverschraubten Ein-

Einführungsprospekt
des Porsche 959

Porsche 959
Introduction brochure

stellleuchten schien im Nachhinein dennoch als lohnenswerter Schritt, wenn man bedenkt, dass wir heute noch nach fast 20 Jahren mit den Lichtwannen in nahezu unveränderter Form täg-

lich arbeiten und dass zahlreiche Studios im In- und Ausland inzwischen Lichtsysteme aus dem Magic flash®-Leuchtenprogramm erworben haben und tagtäglich einsetzen.



My first photographic results were revolutionary. There had not been shot, up to this time, any comparable photographs of automobiles as good as these.

Soon, I became irritated by having to always change the universal light heads because I needed the light heads when I had to do other lighting jobs. And there was always a very high risk of setting the diffusion material on fire, because we had to use non-fire resistant parachute silk. One day, as it happened, a hot light bulb dropped down from the light head above straight onto the cover and set it on fire. An

overzealous assistant extinguished the small blaze with a powder extinguisher and turned the whole studio into a white winter wonderland. Well, we could have continued to use the studio if the photo themes had been winter fairy tales. It took six weeks to renovate the whole studio and this obviously threw us off the development schedule.

Looking back the process of enhancing and refining the Magic flash® to use fixed focused light and rod flashbulbs was rewarding and enlightening. Today, nearly 20 years

later, we still use the same almost unmodified light tubes set in a tub. Numerous studios in many countries bought the light systems from the Magic flash® product range and use them daily.





Magic flash®,
„der Zauberblitz“,
heute das
Standardlicht in
Lichtwannen von
1,5 x 9,0 m

Magic flash®, “the
magical strobe light”,
today the standard
light tubes – sized
1,5 x 9,0 m







MAGIC FLASH® – DIE NEUE UNTERNEHMENS BASIS THE NEW BUSINESS BASE

HINTER JEDER GUTEN IDEE SOLLTE SICH NATÜRLICH AUCH ZUMINDEST LANGFRISTIG EIN GESCHÄFT VERSTECKEN. UNTER DIESEM GESICHTSPUNKT HABE ICH IN DEN LETZTEN 25 JAHREN JEDE INVESTITION ÜBERDACHT, IM FALLE MAGIC FLASH® ALLERDINGS UNTERSCHÄTZT. MIT MAGIC FLASH® KONNTEN WIR (MEIN TEAM UND ICH) NICHT NUR AKZENTE IN DER STUDIOFOTOGRAFIE SETZEN, WIR HOLTEN DIE AUTOMOBILINDUSTRIE INS STUDIO UND PROFILIERTEN DAS PRODUKT AUTOMOBIL ZUM DESIGNOBJEKT. DIE AUSLASTUNG DES STUDIOS NAHM VÖLLIG NEUE DIMENSIONEN AN, VON DER 3-TAGE-WOCHE ENTWICKELTEN WIR UNS ZUR 6-TAGE-WOCHE, VON EINEM 10- BIS 12-STUNDEN-TAG ENTWICKELTEN WIR UNS ZUR VOLLAUSLASTUNG. EIN ÜBER JAHRE UNZUREICHEND AUSGELASTETES MÖBELSTUDIO LIESS KAUM SPIELRAUM FÜR INVESTITIONEN UND EXPERIMENTE. EIN AUSGEBUCHTES AUTOMOBILSTUDIO DAGEGEN SCHAFFTE IMMER WIEDER DEN SPIELRAUM, UM DIE FOTOGRAFISCHE WEITERENTWICKLUNG MEINER GANZEN TEAMS ZU ERMÖGLICHEN.

NATURALLY, BEHIND ALL GREAT IDEAS THERE SHOULD BE A LONG-TERM BUSINESS PLAN AND PROFIT OPPORTUNITIES. FOR THE LAST TWENTY-FIVE YEARS, I HAVE ALWAYS FOLLOWED THIS PRINCIPLE IN ALL OF MY PREVIOUS INVESTMENTS AND BUSINESSES. HOWEVER, IN THE CASE OF MAGIC FLASH® I REALLY UNDERESTIMATED ITS VALUE. THANKS TO MAGIC FLASH®, WE (MY TEAM AND I) COULD NOT ONLY GIVE A NEW QUALITY TO STUDIO COMMERCIAL PHOTOGRAPHY; WE WERE ABLE TO GET THE AUTOMOTIVE INDUSTRY INTO THE STUDIO AND PROFILED THE AUTOMOBILE AS A VISUAL DESIGN OBJECT. STUDIO CAPACITY UTILIZATION INCREASED FROM 3 TO 6 DAYS A WEEK AND FROM 10 TO 12 HOURS A DAY. THE STUDIO IS ALWAYS COMPLETELY BOOKED. A STUDIO THAT WAS INSUFFICIENTLY USED FOR YEARS, ONLY FOR FURNITURE

Magic flash® war die Basis meines unternehmerischen Durchbruchs, Magic flash® war die Basis zur Expansion in die Leonberger Studios und Magic flash® ist bis heute eine der starken Säulen, auf denen das gesamte Konzept der René Staud Studios basiert.

Die Magic flash®
Lichtwannen im
vollen Einsatz

The Magic flash®
light tubes in
"full action"

photography, didn't give the profit margin needed for investments and experimental trials. But a fully booked studio for automobile shoots generated enough profit to allow room for experiments and the chance to further develop other photographic applications.

Magic flash® was the beginning of my entrepreneurial breakthrough. Magic flash® was the foundation for all our other business expansions including the "Leonberg René Staud Studios". To date, Magic flash® is still one of the pillars on which the entire René Staud Studios concept is based.



DIE TECHNIK

TECHNIK – IN- UND OUTDOOR
TECHNIQUE – INDOORS AND OUT

DIE STUDIOS
THE STUDIOS

EQUIPMENT UND LICHT
EQUIPMENT AND LIGHT

BASICS
BASICS

SPECIALS
SPECIALS

AUSSTATTUNG
SUPPLEMENTAL ROOMS

DIGITAL IMAGING
DIGITAL IMAGING

LABOR, DIGITALLABOR, CD UND PRINT
PHOTO LAB, DIGITAL LAB, CD AND PRINT

CAR PREPARATION
CAR PREPARATION

ARCHIV UND NEW MEDIA
ARCHIVE AND NEW MEDIA

RIG UND CAR TO CAR
RIG AND CAR TO CAR



TECHNIK – IN- UND OUTDOOR

TECHNIQUE – INDOORS AND OUT

IN DEN RENÉ STAUD STUDIOS LEONBERG BIETEN WIR IM FULLSERVICE EIN UMFASSENDES ANGEBOT AN DIENSTLEISTUNGEN, ZUGESCHNITTEN FÜR DIE PROFESSIONELLEN ANSPRÜCHE DER MODERNEN INDUSTRIE- UND WERBEFOTOGRAFIE. SCHWERPUNKT SIND DIE AUTOMOBILSTUDIOS, DENN HIER FINDEN AGENTUREN UND AUFTRAGGEBER IDEALE VORAUSSETZUNGEN ZUR HERSTELLUNG HOCHWERTIGER WERBEAUFNAHMEN SPEZIELL FÜR NEUEINFÜHRUNGEN VON PKWS UND NUTZFAHRZEUGEN. IN DEN STILLIFE- UND PRODUKTSTUDIOS WERDEN ANSPRUCHSVOLLE LICHTKONZEPTE REALISIERT, 20 FESTE MITARBEITER PRÄGEN DEN KONTINUIERLICHEN, HOCHWERTIGEN, DESIGN-ORIENTIERTEN FOTOSTIL. UNSERE HAUSEIGENE BILDBEARBEITUNG „KODAK PREMIER IMAGING SYSTEMS“ GARANTIERT AUCH BEI DER ANLIEFERUNG VON PROTOTYPEN ABSOLUT HÖCHSTWERTIGE QUALITÄT IM PRODUKT. AUSSER PRODUKTRETUSCHEN UND OPTISCHEN PRODUKTVERBESSERUNGEN WERDEN KONZEPTIONELLE

THE RENÉ STAUD STUDIOS (LEONBERG / GERMANY) HAVE A COMPREHENSIVE RANGE OF SERVICES FOR THE DEMANDING AND DISCERNING PROFESSIONAL IN THE MODERN ADVERTISING AND INDUSTRIAL PHOTOGRAPHY SECTORS. THE EMPHASIS AT THE STUDIO IS TO PROVIDE THE IDEAL CONDITIONS WHERE ADVERTISING AGENCIES AND THEIR CLIENTS CAN PRODUCE HIGH QUALITY SHOTS , ESPECIALLY FOR THE LAUNCH OF NEW VEHICLES. EXACTING LIGHTING CONCEPTS ARE ACHIEVED IN THE STILL LIFE AND PRODUCT STUDIOS. A STAFF OF 20 STAUD EMPLOYEES BRAND A MARK OF QUALITY ON THE COMPANY'S CONSISTENTLY HIGH QUALITY, DESIGN ORIENTED PHOTO STYLE.

Ideen mit Hilfe der Hochleistungsrechner realisiert. Zahlreiche Nebenräume erlauben die Bearbeitung von Groß- und Kleinprodukten, die Tiefgarage fasst mehr als 20 Pkws.

Alle Studios sind mit einer besonders innovativen Beleuchtungstechnik ausgestattet, unser Blitzlichtsystem umfasst mehr als 280.000 Ws Lichtleistung, Kunstlichtanlagen und HMI-Tageslicht perfektionieren den Lichtpark. Unsere Kameraformate von KB bis 8/10 inch sind mit allen gängigen Brennweiten von 17 bis 1.200 mm ausgestattet.

In unserem Labor arbeiten wir mit der neuesten E-6-Technik, Hängeentwicklung, Rotationsentwicklung, Positivverarbeitung sowie Layoutprints.

Für Gastfotografen aus dem In- und Ausland stehen alle Anlagen auf Mietbasis zur Verfügung, speziell für Outdoor-shootings verfügen wir über einen umfassenden Rentservice.

The absolute best quality product shots can be guaranteed, even with a less than perfect prototype, due to the in-house digital imaging system „Kodak Premier Imaging“. With the help of high-performance computers other conceptual ideas can be realized in addition to normal product retouching and other optical product improvements.

Various auxiliary rooms allow work to be done on large scale and small products. The roomy underground garage has space for more than 20 cars.

René Staud Studios are equipped with a very innovative lighting technology – our Magic flash®. This flash system offers more than 280.000 W/s light capacity. Tungsten and HMI-daylight lighting systems make the illumination selection absolutely perfect. The different camera types from 35 mm to 8/10" format are equipped with lenses from 17 to 1.200 mm.

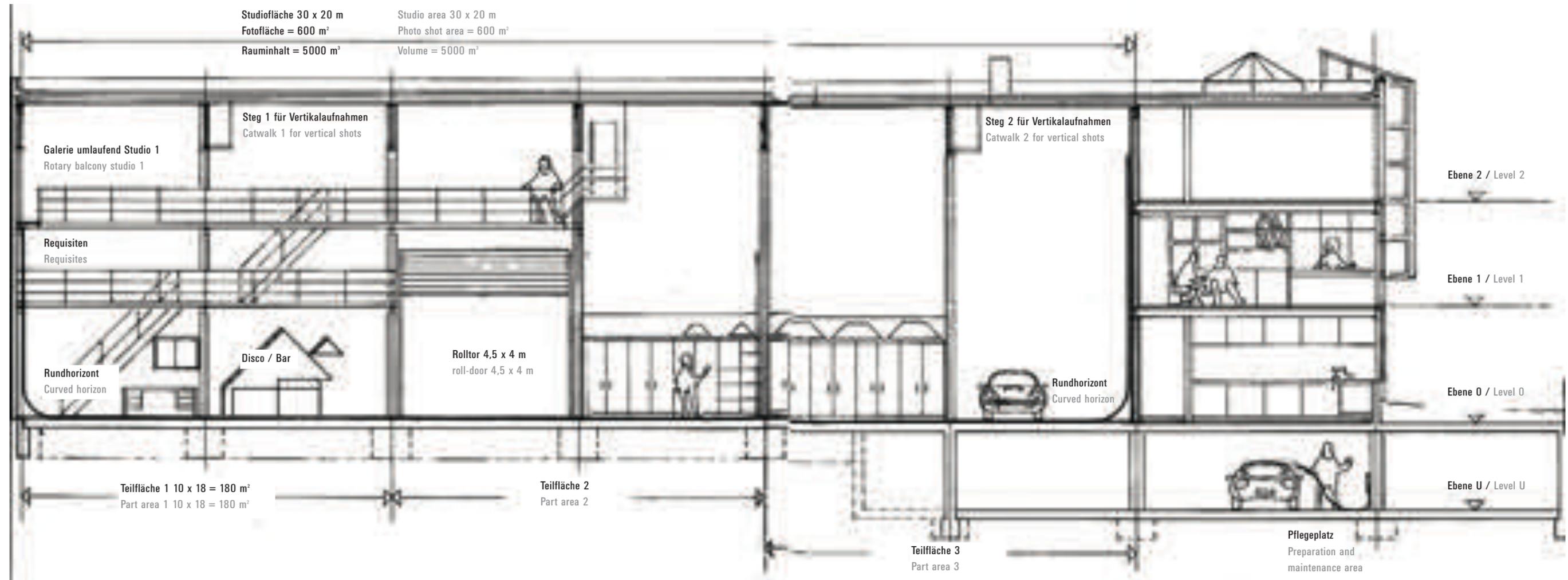


In our photolab, we use the latest E-6 technology; a state of the art dip-and-dunk film processing machine, rotation processing system and positive printing and layout printers are also available.

Our equipment is ready and available for the out-of-town photographer. We offer a comprehensive equipment selection especially suited for outdoor shots.

„Viel Raum für große Ideen“

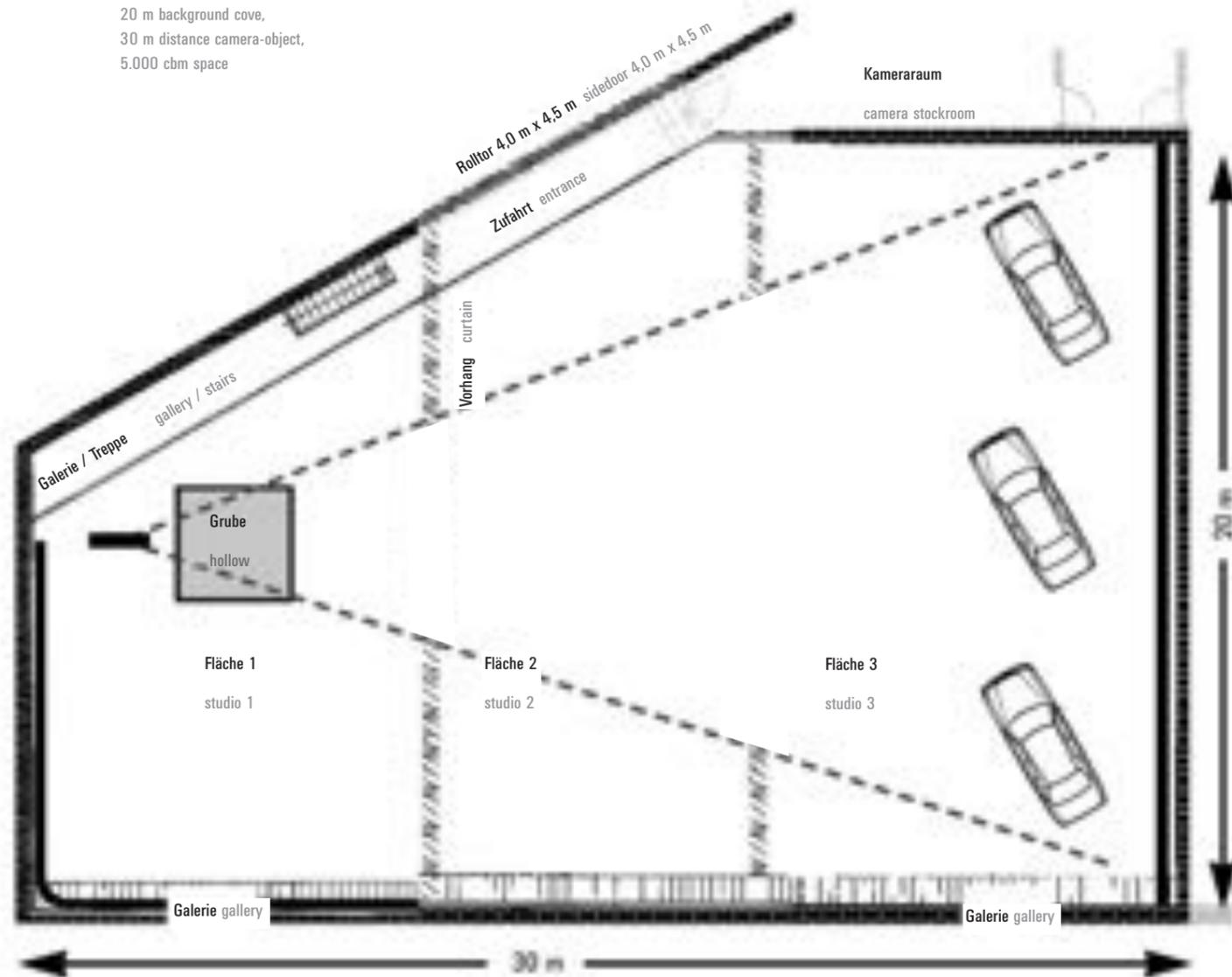
“Plenty of room for great ideas”



GROSSRAUMSTUDIO: 600 m²
WIDE AREA STUDIO: 600 sqm

20 m Hohlkehle,
 30 m Kameraabstand,
 5000 m³ Raum

20 m background cove,
 30 m distance camera-object,
 5.000 cbm space

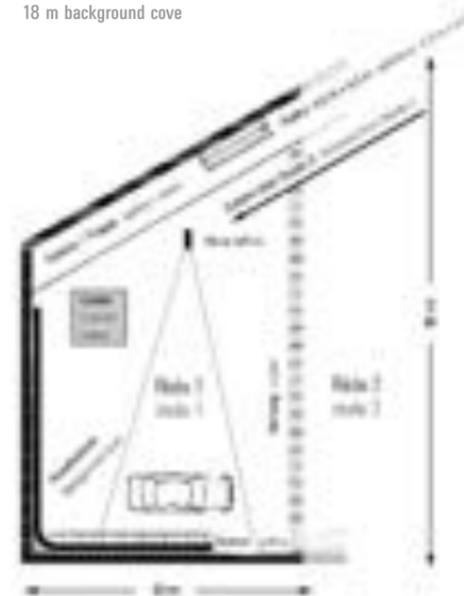


Ideal für alle Großobjekte, Fahrzeuggruppen und Nutzfahrzeuge:
 600 m² Nutzfläche, 20 m Breite x 30 m Länge, Raumhöhe 9 m,
 Hohlkehle 20 m Breite, begehbare Galerie, Zufahrt über das Rolltor
 mit einer Durchfahrthöhe von 4,5 m und einer Torbreite von 4,0 m,
 Deckenschienensystem, 5 integrierte Kranbrücken für Licht- und
 Deckenpanel, Einrichtung für Vertikalnahmen aus 9 m Höhe.

Perfect for any large objects, car groups and utility vehicles:
 600 sqm available area, room dimension 20 m x 30 m, room
 height 9 m, background cove 20 m width, catwalk, drive-in ent-
 rance with a sliding-door 4.0 m width and 4.5 m height, ceiling
 steeltrack system, 5 integrated crane-installations for lights and
 ceiling-panels, cross-bars allow vertical shot at 9 m height.

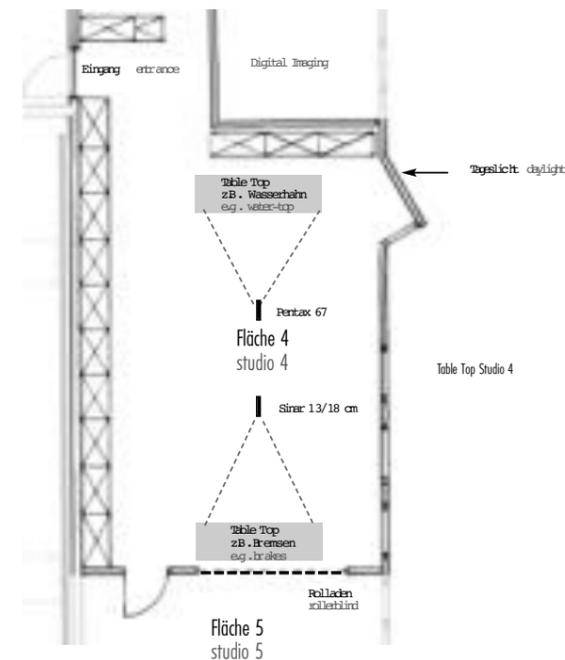
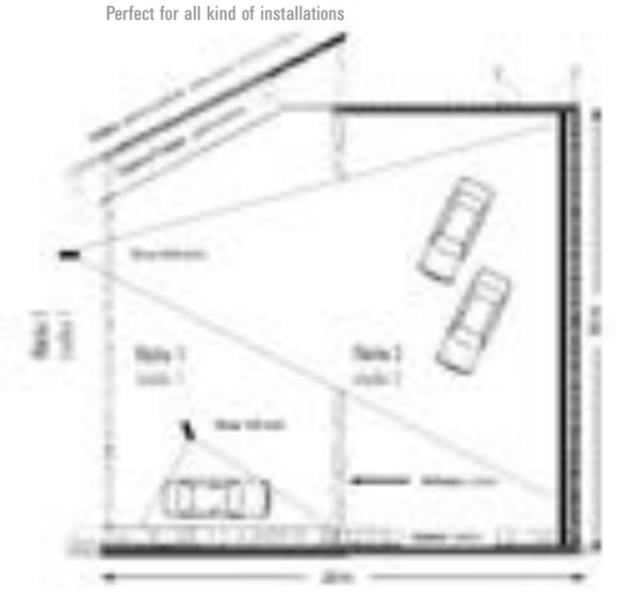
STUDIO 1: 180 m²
STUDIO 1: 180 sqm

18 m Rundhorizont
 18 m background cove



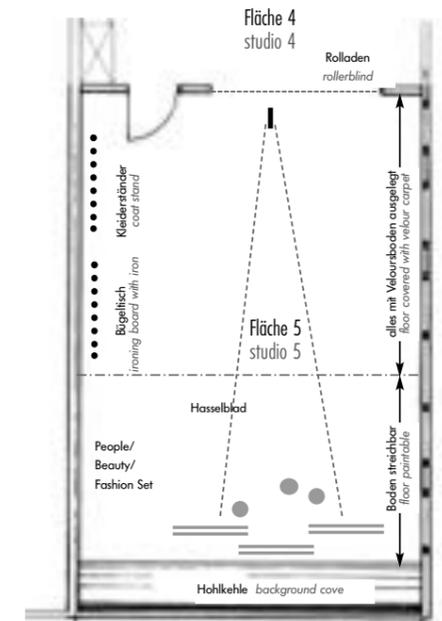
STUDIO 2-3: 420 m²
STUDIO 2-3: 420 sqm

Ideal für alle Arten von Aufbauten
 Perfect for all kind of installations



Weiß-Studio
 The white studio

STUDIO 4: 50 m²
STUDIO 4: 50 sqm



Mode- und Stillifestudio
 Fashion- and Stillifestudio

STUDIO 5: 80 m²
STUDIO 5: 80 sqm

EQUIPMENT

KAMERASYSTEME:

SINAR: 3 Systeme 4/5 inch mit Brennweiten von 75 bis 420 mm;
2 Systeme 13/18 cm mit Brennweiten von 90 bis 600 mm;
2 Systeme 8/10 inch mit Brennweiten von 120 bis 1200 mm;
HASSELBLAD: 4 Bodys mit Zubehör und Objektiven von 30 mm bis 350 mm
PENTAX 67: 4 Bodys mit Zubehör und Objektiven von 45 bis 500 mm
NIKON: 4 Bodys F5 mit Zubehör und 1 Body D1 mit Zubehör und Brennweiten von 17 bis 300 mm

REFLEXWÄNDE:

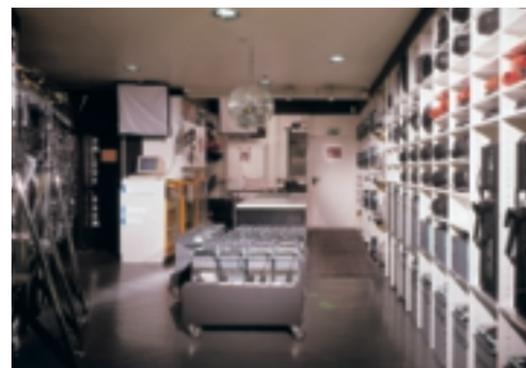
In verschiedenen Dimensionen von 100 x 250 cm bis zur Superwand 400 x 800 cm und 300 x 1000 cm. Alle abhänger und fahrbar, schwarz und weiß bespannt.

HIMMEL:

Reflexhimmel 6 x 12 m und 4 x 7 m. Mit verschiedenen Krananlagen über Deckenschienensystem beliebig fahrbar, mit Fernbedienung kardinalisch verstellbar.

VORHÄNGE:

An allen Studiowänden befinden sich schwarze Vorhänge, die bei Bedarf zugezogen werden können, um vor ungewünschten Reflexionen sicher zu sein.



Equipment- und Kameraraum

equipment and camera room

CAMERA EQUIPMENT:

SINAR: Camera system from size 4 x 5 to 8 x 10 inch, lenses 75 mm to 1.200 mm
HASSELBLAD: lenses 30 to 350 mm
PENTAX 67: lenses 45 mm to 500 mm
NIKON F5 and D1: lenses 17 mm to 300 mm

REFLECTORS:

available in dimensions from 100 x 250 cm (approx. 40 x 100") to 400 x 800 cm (approx. 160 x 315") and 300 x 1000 cm (118 x 400") front white, back black covered, hangable and moveable on the ceiling steel-track system.

REFLECTOR-CEILINGS:

available in dimensions of 600 x 1200 cm (approx. 240 x 470") and 400 x 700 cm (approx. 160 x 275"), moveable on a ceiling steel-track system, that has a weight limit up to 2000 kg (approx. 4.400 lb.)

CURTAINS:

there are black curtains along the studio walls that can be positioned to prevent unintended reflections.



LICHT

LIGHT

Hochleistungs-Blitzanlage mit 56 Generatoren, Gesamtleistung insgesamt 280.000 Ws, 80 Einzeleuchten, Effektleuchten und konfektionierte Flächenleuchten einschließlich allem Zubehör. Heißlicht insgesamt 100 kW: 1 kW, 2 kW, 5 kW und 10 kW Stufenlinser, alle dimmbar, mit Schalterpult und Fernbedienung; sowie HMI-Equipment für Tageslichtproduktionen.

Magic flash® Großflächenleuchten in der 3. Generation, in verschiedenen Maßen, kombiniert mit unterschiedlichen Effektleuchten bieten alle Möglichkeiten im kreativen Umgang mit Licht.

High-powered flash system with 56 generator modules, total light-output 280.000 W/s. 80 flashlights and spotlights and ready-to-use floater lamps with accessories. Tungsten filmlights 1 kW, 2 kW, 5 kW and 10 kW with focal lens, dimmed via control board or remote control.

Magic flash® – the third generation, wide angled light system, available in different dimensions, can be combined with special effect lights – gives the maximum flexibility in creative situations.

Blitzlicht-Equipment:

Generatorleistung: 280.000 Ws

alle Generatoren von Broncolor:

40 Pulso 8 mit je 6.400 Ws

6 Primo mit je 1.600 Ws

10 404 mit je 1.600 Ws

Lichtwannen Magic flash®:

3 150 x 900 cm

1 300 x 600 cm

1 150 x 600 cm

4 150 x 300 cm

3 Boxlights

6 Quadroflex 80 x 80 und 150 x 150 cm

9 Bron Flooder

6 Lichtriegel 280 cm mit je 12.800 Ws

2 Lichtriegel 140 cm mit je 6.400 Ws

12 Leuchtenköpfe mit je 6.400 Ws

45 Leuchtenköpfe mit je 1.600 Ws

4 Projektionsspots Zoom Elipsoid

Tungsten:

1 10 kW Flooder

6 5 kW Flooder

12 2 kW Flooder

10 1 kW Flooder

4 650 W Flooder

18 1 kW Jadi

1 2 kW Eni Zoom Verfolger

14 12 V Punktstrahler

12 Dedolights

HMI:

3 Briese Downlight Day Hazy 1,2 kW

1 Briese Downlight Day Hazy 2,5 kW

1 Lightbrush (Housemaster)

Pyrotechnik:

Effektlichter

Magnesiumblitze

Feuerfontäne

Feuerreifen, etc.

Flash-equipment:

Generator capacity: 280.000 W/s.

Generators factored by broncolor:

40 pcs. Pulso 8, 6.400 W/s. each

6 pcs. Primo, 1.600 W/s. each

10 pcs. 404, 1.600 W/s. each

Magic flash® (light-tub):

3 pcs. 150 x 900 cm

1 pc. 300 x 600 cm

1 pc. 150 x 600 cm

4 pcs. 150 x 300 cm

3 pcs. Boxlights

6 pcs. Quadroflex 80 x 80 and 150 x 150 cm

9 pcs. Bron flooder

6 pcs. lightbars 280 cm long, each 12.800 W/s.

2 pcs. lightbars 140 cm long, each 6.400 W/s.

12 pcs. lighthheads, each 6.400 W/s.

45 pcs. lighthheads, each 1.600 W/s.

4 pcs. projector spots, zooming elipsoid

Tungsten:

1 10 kW Flooder

6 5 kW Flooder

12 2 kW Flooder

10 1 kW Flooder

4 650 W Flooder

18 1 kW Jadi

1 2 kW Eni Zoom

14 12 V Spotlights

12 Dedolights

HMI:

3 Briese Downlight Day Hazy 1,2 kW

1 Briese Downlight Day Hazy 2,5 kW

1 Lightbrush (Housemaster)

Pyrotechnics:

Star bursts

Flash pots

Flame mortars

Fire wheels, etc.

Kunstlicht-
equipment auf der
2. Galerie

Tungsten lighting
equipment on the
second balcony



BASICS

MODELLRAUM:

4 Schminkplätze mit Tages- und Kunstlicht, im 2. OG, direkter Zugang über die Galerie zu allen Studios.



MAKE-UP ROOM:

4 Make-up seats with daylight and tungsten light, located on the 2nd floor conveniently near the entrance to all studios via the gallery.

ELEKTRO-TECHNIK:

Spannungskonstanthalter für Kunstlicht und Blitzlicht über Zentralsteuerung schaltbar.

POWER CONTROL:

Power-stabilizer for Tungsten and flash sources, controlled via a central operation-panel.

GALERIEN:

Im gesamten Gebäude ringsum auf Ebene 5,5 m begehbar, als Kameraaufnahme vorgerüstet für außergewöhnliche Perspektiven. Vollgerüst 8 m hoch mit 4 Plattformen. Vertikalnahmen sind von den Galerien und Deckenstegen mit speziellen Kameraanschlüssen problemlos realisierbar.

GALLERIES:

There is a catwalk around the whole studio on a level of 5.5 m. A full scaffold 8 m high with four platforms. Vertical shots can easily be realized from the catwalk and ceiling bridges thanks to special camera attachments.

PERSONENLIFT:

Für Shooting, Reparatur und sicheres Arbeiten in luftiger Höhe: beweglicher Hydraulik-Deckenlift bis auf 9,5 m ausfahrbar (auch für Außenaufnahmen mit Trailer).

PASSENGER SERVICE LIFT:

For shooting, repairing and safe working condition at high elevations: the lift can be driven up to 9.5 m high (as well as for outdoor shots with trailer).

Werkstatt in den Leonberger Studios



Workshop in the Leonberg studios



SPECIALS

GRUBE / CUT-OUT HOLLOW Für Aufnahmen aus dem 0-Level oder für Aufnahmen des Unterbodens steht eine überfahrbare Grube im Studio 1 zur Verfügung (2 x 2 m groß / 2 m tief).

In Studio 1 is an easily accessible cut-out in the floor of the studio which allows shots from ground level or shots from the underside (dimensions 2 x 2 m, 3 m height).

STEGE / CATWALK Rund ums Studio in 8 m Höhe befinden sich zusätzliche Stege mit variablen Kameramontagebügeln, die auch steile Schrägansichten ermöglichen.

All around the studio is a 8 m high catwalk with various built-in camera mount clamps and brackets positioned to guarantee diagonal steep shots.

VERTIKAL / VERTICAL Von 2 Vertikalstegen in 8 m Höhe, die quer übers Studio 2/3 und Studio 1 verlaufen, lassen sich Vertikalaufnahmen einfach realisieren.

2 vertical 8 m high catwalks cross the ceiling of Studio 2/3 and Studio 1 and allow easy and simple vertical shots.

WASSERBECKEN / WATERBASIN Besonders realistische Spiegelungen werden mit Hilfe eines Wasserbeckens erzielt.

A uniquely realistic reflection is attained with the help of a water basin.

GO-JACK Der Caddy für alle Pkws zum Unterschieben unter die Reifen; ermöglicht zentimetergenaues Positionieren des Fahrzeugs.

A caddy car to slide under the car-wheel enables the vehicle to be positioned precisely where it is needed.

PODESTE / PLATFORM Die 40 cm hohen befahrbaren Podestelemente mit Holzbelag sind in den Größen 2 x 4,5 m, 2 x 2 m und 2 x 1 m zu beliebig großen Podestflächen kombinierbar. Bei Bedarf auch stapelbar bis 1,20 m Podesthöhe.

The drive-on 40 cm high platform elements are laid with wood and are combinable with 2 x 4.5 m, 2 x 2 m and 2 x 1 m sizes to achieve any platform size. Can be stacked up to a height of 1.2 m.



AUSSTATTUNG

SUPPLEMENTAL ROOMS

WERKSTATT:

Unsere hauseigene gut ausgestattete Schreinerei sowie ein breit sortiertes Farben- und Holzsortiment gewähren einen reibungslosen Aufbau ohne lange Wege und umständliche Besorgungsfahrten. Selbstverständlich stehen Dampfstrahler und Reinigungsgeräte jeglicher Art zur Verfügung.

TIEFGARAGE:

Die geräumige Tiefgarage kann sowohl zur Vorbereitung und Pflege der Fotofahrzeuge, aber auch als alarmgesicherter Lagerplatz für ca. 20 Pkws genutzt werden.

PRÄSENTATION:

Mit unserer AV-Einheit, die insgesamt 8 Kodak Carousel-Projektoren umfasst, gesteuert durch Tascam 4-Spur-Tonband, lassen sich auch anspruchsvolle AV-Projekte in Bild und Ton umsetzen.

BESPRECHUNG:

Im Erdgeschoss ist unser Kunden- und Besprechungsraum für 12 Personen, ein Vortragsraum bis 60 Personen ist im 2. OG, einschließlich Projektionstechnik, Satelliten-TV, Internetzugang und Gästecomputer (Mac und PC).

DECKENSCHIENENSYSTEM:

Ein Verschiebebahnhof mit allen Feinessen, Kraneinsatz für Beleuchtung und Reflexwände nutzbar, insgesamt 60 Kräne im Einsatz an 600 m fest installierten Schienen (belastbar bis 2000 kg).

WORKSHOP:

Use our own in-house carpentry shop with a wide variety of wood, panels and colors to choose from to set up the stage. There is also a steam cleaner and various other cleaning tools available for your convenience.

UNDERGROUND GARAGE:

A roomy underground garage can be used for preparation and maintenance of subject cars, but also as security-protected storage for approx. 20 vehicles.

PRESENTATION EQUIPMENT:

Present your ambitious AV-projects using our AV-system that includes 8 Kodak Carousel projectors, controlled by a Tascam 4-track tape-recorder.

CEILING STEEL-TRACK AND PULLEY SYSTEM:

A shunting station mounted on the ceiling, complete with crane-sets for lighting equipment and adjustable walls, a total of 60 cranes inset on a 600 m long permanently installed track (with a maximum load of 2000 kg).



DIGITAL IMAGING

In unseren Räumen arbeiten wir seit 1991 mit dem Premier-System von Kodak. Im Laufe dieser Zeit haben wir die unterschiedlichsten Erfahrungen nicht nur im Bereich der klassischen Retusche sammeln können.

Inzwischen arbeiten wir auf mehreren Systemen: 3 Kodak Premiersysteme auf Sun Workstation und Sun Sparc Station, Photoshop etc. auf 3 Apple Power Macs. Unsere Operatoren arbeiten bei aufwendigen Composingarbeiten eng mit dem Shooting-Team zusammen. Dies ermöglicht es, eine in sich stimmige Bildkreation zu schaffen.

Die bearbeiteten Daten werden entweder auf Wechseldatenträgern, CD-ROM oder per ISDN der Druckvorstufe übermittelt oder aber mit unserem Filmbelichter auf Dia oder Negativ 8/10 inch belichtet. Durch ständige Kalibrierung in unserem E-6-Labor erreichen wir eine sehr gute Konstanz in Farbtreue und Colormanagement.

In unserem Digital-Service bieten wir auch Teilschritte des Digital Imaging an (Scan, Diabelichtung, Datenkonvertierung, etc.)

Leistungsumfang:

Digitale Retusche, Verfremdungen, Fotocomposing, Scan-Service, Digitale Diaduplikate, Bildrestauration, Konvertierung von Daten, Belichtungsservice, ISDN-Service, Datenausgabe auf ZIP, DVD-ROM und CD-ROM



Motiv „Gullwing in heaven“ aus dem Kalender „Der SL 300 SL“ Jahrgang 2001.

We have been working with the Kodak Premier System since 1991. During this time we have perfected many different uses besides the classic use in retouching.

We have also expanded our digital imaging to other computer systems, using 3 Kodak Premier software licenses running on SUN Workstation and Sun Sparc Station, using Photoshop etc. on Apple Power Macs. Our computer operator works closely with our photo team to solve complicated composing ideas. This enables us to create photo compositions where all elements fit perfectly together.

The digital images are ultimately stored on cartridges, CD-ROMs or transferred via ISDN to print services or exposed on our high resolution film recorder on color positive or negative film in 8/10" format. Careful maintenance and calibration of our in-house E-6 lab allows us to achieve consistent and accurate color.

Our Digital Service also offers individual services (digital scans, digital output with film recorder, picture data conversion etc.)

Service range:

Digital photo-retouching, manipulation, composition, scanning, digital copies, restoration, image data-conversion, digital output on photographic material, ISDN-data transfer service, data storage on ZIP, DVD-RAM and CD-ROM.

“Gullwing in heaven“ from the calendar “The SL 300 SL“, volume 2001.



LABOR, DIGITALLABOR, CD UND PRINT

PHOTOLAB, DIGITAL LAB, CD AND PRINT

Eigentlich könnte man mit der ganzen Technik der zurückliegenden Seiten meinen, dies sei nun das ultimative und überkomplette Studio. Aber das Tüpfelchen auf dem i ist, wenn auch nicht unbedingt dem Berufsbild des Fotografen zugeordnet, das Labor. Ursprünglich Laboranten und Fotofinishern überlassenes Territorium eroberten wir zurück. Zunächst einmal aus dem Ehrgeiz heraus, Qualitätsmaßstäbe auszuloten, aber auch wegen der Produktionsabläufe, um einfach die Wartezeiten zu reduzieren und bei Prototypenshootings zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen aufzubauen. Hier die Fakten:

One might think, given all the technology invested in the studio over the past years, this presents the most complete and ultimate studio. It is not absolutely necessary to have a photo lab in the studio, but it is the icing on the cake for a professional photo studio to have the photo laboratory as well. We captured the relinquished territory back from the photo finishers and labs. Initially, we had to figure out the ins and outs to set up quality standards and specifications for this project. It was also necessary to have control over the production runs, to reduce the waiting time, and to build up security measures for shooting top-secret prototypes. Here are the facts:

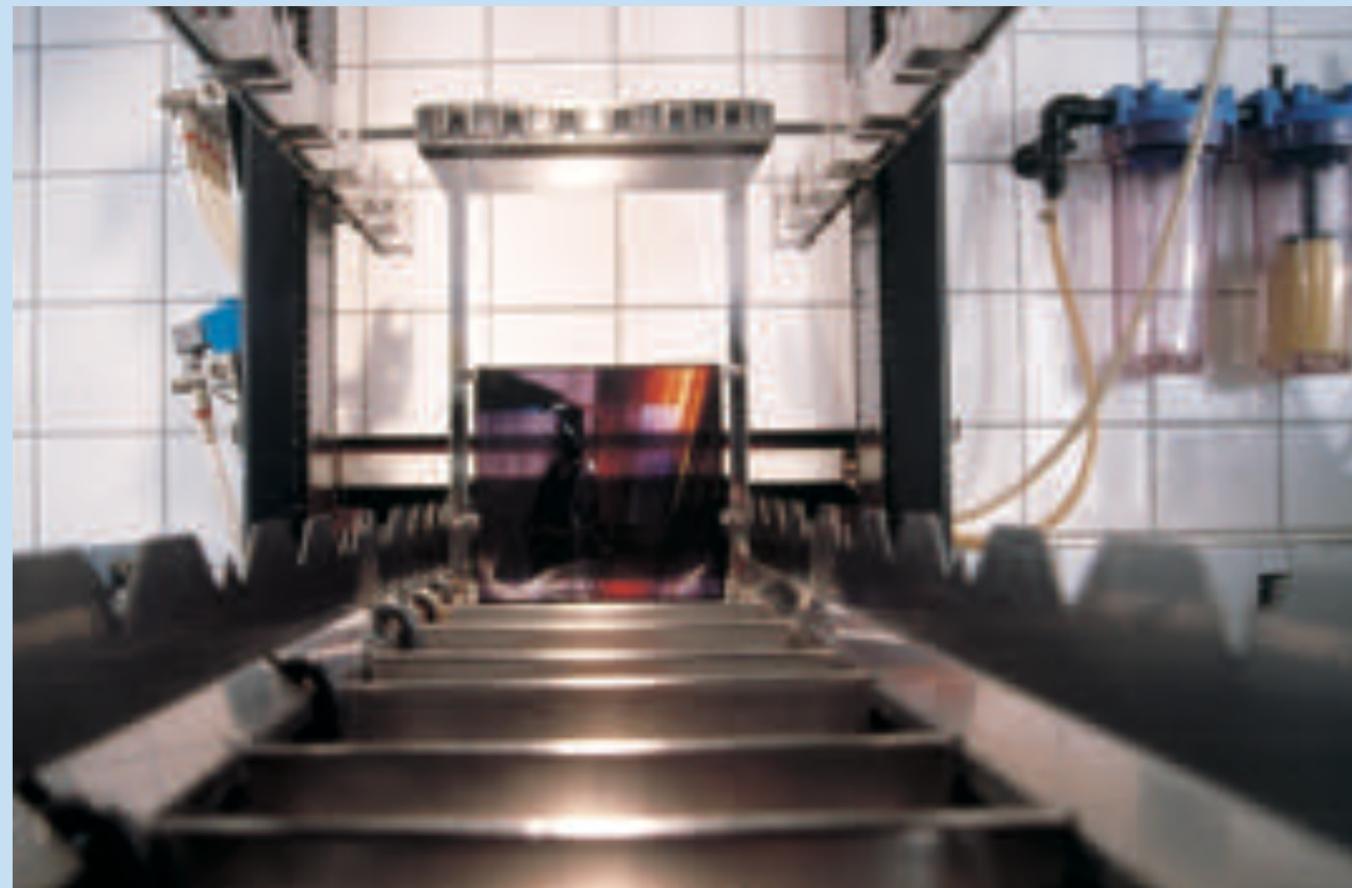


Bild 1:
Densitometrische Messungen
Densitometry center

Bild 2:
Trockenschrank und
Regeneration des Refrema
E-6-Labors
Dryer cabinet and chemistry
regeneration system for the
Refrema E-6 laboratory

Bild 3:
Hänger-Ladesystem und
Entwicklungstanks
Dip- and dunk system and
the processing tanks

Bild 4:
Jobo ATL für C-41
und S/W-Prozesse
JOBBO ATL for C-41
and B&W processes

Bild 5:
Chemiefilter
Chemical filters

E-6 Kodak E-6-Verarbeitung, Hängeentwicklung in der Refrema Mini DTE6, eigene Stickstoffregeneration, Formate KB bis 8/10", Push + Hold Entwicklung. Durchsatz: 20 8/10 inch/h, 40 KB-Filme/h.

The newest technology using Kodak E-6 processing chemistry in a Refrema Dip-and-dunk hanger film-processor type Mini DTE6, with an independent Nitrogen burst regenerator processes formats from 35 mm up to 8/10 inch, Push & Pull processing. Hourly capacity 20 8/10 inch sheets or 40 35 mm rolls.

ATL 3 Rotationsentwicklung in der Jobo ATL3 für S/W & C-41 Prozess sowie Sonderentwicklungen.

The rotation processor Jobo ATL3 is used for processing B/W or C-41 Colornegative films or other special film processing.

**DENSITOMETRIE/
DENSITOMETRIC
PROCESS
CONTROL**

Durch genaueste densitometrische Messungen von täglich bis zu 4 Teststreifen erzielen wir eine hohe Konstanz in unserem E-6-Prozeß.

The E-6-process is strictly maintained by running densitometric test strips 4 times a day.

**DIGITALLABOR
DIGITAL LAB**

Im Digitallabor haben wir uns auf die digitale Verarbeitung von Bild-, Text- und Tondaten spezialisiert. Während zurzeit die Verteilung der Daten noch fast ausschließlich „Offline“ über digitale Datenträger (CD-ROM) erfolgt, werden auch jetzt schon einzelne Dateien, in Zukunft immer umfangreichere Datensammlungen über „Online-Medien“ wie ISDN, Internet, Intranet und E-Mail verteilt. Our digital labs specialize in processing digital picture-, text- and sound-data. While digital data is mostly distributed exclusively via digital record carrier (CD-ROM), use of online-media like ISDN, Internet, Intranet and e-mail is increasing. Our Digital Labs are set up to use both technologies.

PHOTO-CD Selbstverständlich werden alle Typen der Kodak Photo CD Technologie produziert. Vor allem die Pro Photo CD Technologie ist zurzeit das „State of the Art“ für digitale Bildspeicherung.

We produce all of Kodak Photo CD-ROM types. The Kodak Photo CD is the state of the art digital medium for image storage.

CD-ROM Je nach gewünschtem Zweck werden unterschiedlichste interaktive CD-ROMs produziert. Ganz gleich, ob Presse CD, Präsentations- oder Multimedia CD.

Depending on the desired result we can produce different kinds of interactive CD-ROMs. Whether it is a CD for press releases, presentation or multimedia.

**PICTROSTAT 400
PICTROSTAT 300** Mit den Farbprintern Pictrostat Digital 400 und 300 von Fujifilm erhält man innerhalb kürzester Zeit Kopien von

Aufsichts- und Durchsichtsvorlagen von KB bis DIN A3 in höchster Qualität. Using our Fuji Pictrostat Digital 400 and 300 Color Copier you receive within a few minutes colour copies from pictures or transparencies, sizes from 35mm to 11 x 14", in the highest possible quality.

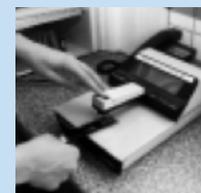
CD-DUPLIKAT Wenn nur wenige Duplikate einer Original CD benötigt werden, kommt der CD Duplizierservice zum Einsatz. Auflagen bis zu 300 CDs werden hier innerhalb von 24 Stunden komplett abgewickelt. Digitale Duplikate wie Photo CD, Portfolio CD, Pro Photo CD, CD-ROM werden laufend mit den neuen Technologien erweitert.

When there are only some duplicates of an original CD needed our CD duplicating service is on stand-by. It can produce editions up to 300 pieces within 24 hours. Digital copies of Photo CD, Portfolio CD, Pro Photo CD, CD-ROM are constantly being updated with the latest technology.

**DIADUPLIKATE AUF
ORIGINAL KODAK
DUPLICATING FILM /
TRANSPARENCY
DUPLICATING
SERVICE USING
ORIGINAL KODAK
DUPLICATING FILM**

Der Duplikatservice bietet für Präsentationen, Presseinformationen und Archive Kleinbild-Duplikate von Dias und Aufsichtsvorlagen jeglicher Größe. Gerahmt im KB-Rähmchen mit und ohne Glas.

Our Transparency Duplicating Service offers duplicates for presentations, press-releases or archives from any size transparency or reflective art, mounted 35 mm slides with or with-out glass.



CAR PREPARATION

Das Studio bietet auch den technischen Service rund ums Automobil:

Stellplätze:

Bei aufwendigen mehrtägigen Fotoproduktionen, z.B. Gruppenaufnahmen mit geheimen Prototypen, können wir alarmgesicherte Stellplätze vorweisen, um eine komplizierte Logistik zu vermeiden.

Reinigung:

Jedes Aufnahmeobjekt wird komplett vor und nach dem Fotoshooting von uns fachmännisch mit den richtigen Produkten gewaschen und kosmetisch vorbereitet.

Reifen:

Reifenwechsel bei Pkws und Lkws – für uns eine Sache von Minuten. Mit dem richtigen technischen Equipment verlieren wir keine teure Shooting-Zeit!

Montage:

Alle Arten von Montagen, wie z.B. Ausbau von Airbags, Ab- und Anbau von Autotüren oder sonstigen Teilen erledigen gewissenhaft und sauber unsere ausgebildeten Mechaniker.



The studio offers full service for the complete automobile.

Carpark:

In order to avoid complicated logistic problems, we offer alarm secured garages and secured carports when complex shots – for example group shots with top secret prototypes – can take days to shoot.

Cleaning:

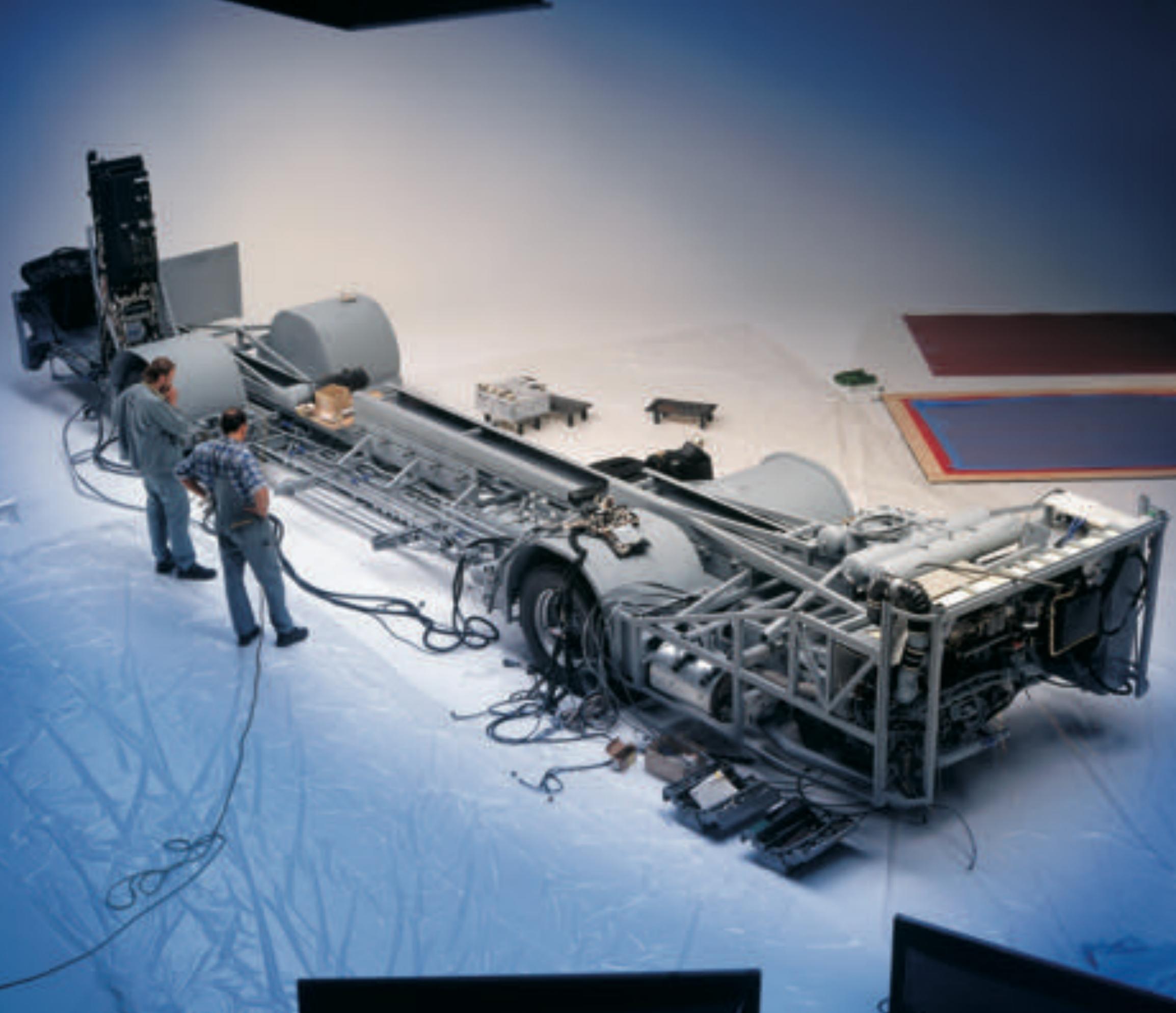
Each photo subject is completely, professionally cleaned and cosmetically treated.

Wheels:

Changing tires on any type of vehicle or car takes only minutes. Expensive shooting time is never lost due to the lack of the right equipment.

Assembly:

All types of assembly are available, for example, the disassembling of airbags, unmounting and remounting of car doors or other parts – our qualified mechanics do the job precisely and accurately.





ARCHIV

ARCHIVE

CLASSIC / SHOWCARS

In den letzten 25 Jahren sind in unseren Studios und auf Location unzählige Automobiltaufnahmen entstanden. Zur Hitliste gehören natürlich die Oldtimer wie Mercedes SL aus den Jahren '54 bis '62, der 600er Pullman, Sportwagen wie Ferrari, Porsche, Lamborghini und vieles mehr. Aber auch Spezialfahrzeuge wie Trucks, Tankwagen, Feuerwehrfahrzeuge, Schneeraupen, Wohnmobile und Pferdetransporter waren bei uns zu Gast. Nebenbei archivieren wir für Layoutzwecke auch Aufnahmen von fast allen bekannten Automarken. Redaktionen und Verlage haben von Anbeginn unseren Archivservice zu nutzen gewusst. Allein schon aus Kostengründen ist dieser Bild-Service für Agenturen hochinteressant. Wir wissen, welche Aufnahmen freigegeben sind und holen für eine Veröffentlichung die erforderliche Freigabe ein.



CLASSICS

For the last 25 years, countless automotive photographs have accrued from our studios. Naturally classic cars like the Mercedes SL (built between '54 and '62), the Mercedes Pullman, sport-cars like Ferrari, Porsche, Lamborghini and many other cars belong to this hit list. But we also have shots from commercial vehicles like trucks, tank-trucks, fire-trucks, snow caterpillars, campervans and horse trailers, all of which we had here in the studio. Besides that we also have stored photographs of all well-known brand car manufacturers. From the very beginning of our archive service editorial offices and publishers have been using our service and for a fairly long time ad agencies have jumped on board and have taken advantage of our archives.

Ad agencies are very interested in our photograph service because of cost advantages. We know if photographs have been released, or if not how to get the permission for publication from the owner. You tell us your conceptual formula and we will send you a non-binding choice of corresponding photographs.

Publikationen: Publications:

Profi Foto
Auto & Design
Ferrari World
Digital Imaging
Auto Motor Sport
Südwest Verlag
Motor Buch Verlag
Christophorus
Heel Verlag
Men's Health
Playboy
ADAC Verlag
Mercedes-Magazin ...

NEW MEDIA

DIGITALARCHIV

Als professionelles Fotostudio setzen wir natürlich auch die neuesten elektronischen Kommunikationsmittel ein. Unser sehr umfangreiches analoges Bildarchiv ist gleichzeitig komplett digitalisiert, d.h. wir können über spezielle Suchmasken blitzschnell eine detaillierte Auswahl von unterschiedlichsten Autotypen auf CD-ROM brennen oder per Internet oder ISDN auf Anfrage verteilen.

As expected from a professional studio, we have of course implemented the latest technology in electronic communication tools. Our conventional picture archive is digitized so we have quick access to send – via search masks – a detailed collection of pictures from all different kinds of car types, stored on CD-ROM or sent via Internet or ISDN.



INTERNET

Den schnellsten und aktuellsten Überblick über unser Studio erhalten Sie im Internet unter www.renestaudstudios.de You quickly can get the most current overview of our studio directly through the internet at www.renestaudstudios.de

Ob Sie einen Studiorundgang machen, sich über die neuesten Projekte, Kalender und Kunstdrucke informieren, Bestellungen aufgeben oder uns etwas mitteilen möchten: per Internet eine schnelle und unkomplizierte Sache.

You can take a studio tour, get information about the latest projects, calendar and picture prints, place orders or send us a message, via internet – a fast and uncomplicated medium.

Bild 1: Suchmaske Digitalarchiv
Bild 2: Ergebnisübersicht

Picture 1: Search engine
Picture 2: Search result





RIG

- Fahraufnahmen im In- und Outdoorbereich von Pkw und Lkw mit unglaublicher Schärfe
- Die RIG-Technologie basiert auf einem Systemarm, der die Kamera am fahrenden Objekt mitträgt.
- Bis zu 12 m Abstand stufenlos wählbar, Kamerahöhe von 0,5 bis 5 m.
- Kameraformate bis 8/10 inch (20 x 25 cm).
- Unser RIG ist voll transportfähig, blitzschnell montiert und leicht verschwenkbar. Adaptionssysteme sind für fast alle Pkw- und Lkw-Typen vorhanden. Kleinfahrzeuge werden mit Gegengewicht ausgerüstet.

- Camera shots of moving cars (in- and outdoor) or trucks in unbelievably sharp quality.
- RIG technology uses a tripod that holds the camera while it is mounted on a moving object.
- Length of the arm up to 12 m completely adjustable, camera height selectable between 0,5 to 5 m, holds cameras up to 8/10".
- Our RIG is completely transportable, mounts in a second and pivots easily. Different adapter systems for almost any type of car or truck available. Light weight cars can be equipped with a counter weight.



Prospekt und Location zum Porsche Boxster RIG-Schuss

Brochure and location for Porsche Boxster RIG Shot

Technische Daten:

Länge: 6 m / 9 m / 12 m

Gewicht: max. 180 kg

Einsatz: Indoor / Outdoor

Kameras: 6 x 6 cm bis 8/10"

Transport / Flug in alle Welt

Technical data:

Length: 6 m / 9 m / 12 m

Weight: max. 180 kg

Application area: Indoor, outdoor

Camera types: From 6 x 6 cm

up to 8/10"

Transportation worldwide



Indoor-RIG-Schuss
mit dem Smart.
unten:
unretuschierte RIG-
Aufnahme mit RIG-
Arm.

Indoor RIG shot
of the Smart.
below:
unretouched RIG shot
with the RIG arm.





CAR TO CAR

INDIVIDUALITÄT / INDIVIDUALITY Fahraufnahmen auf dem Land – zu Wasser und aus der Luft. Egal ob es sich um ein Auto, ein Boot oder ein Luftfahrzeug handelt; auf Rennstrecken ebenso einsetzbar wie im Straßenverkehr oder in unwegsamem Gelände.

Action shots in the country, by sea and by air. Can be used in a plane, in a car or in a boat. Applicable on a racetrack and in difficult terrain.

TECHNIK / TECHNIQUE Die Aufnahmen werden aus einem Begleitfahrzeug heraus belichtet. Die Kamera wird während des Shootings mit Hilfe eines Kreisels (unter der Kamera befestigt) stabilisiert. Damit sind schärfste Aufnahmen mit bewegtem Hintergrund aus jeglichen Perspektiven möglich.

The shots are taken from an escort vehicle. The camera is stabilized with a gyroscope (mounted under the camera) during shooting. You can therefore shoot sharp shots with a moving background from any position or direction.

BELEUCHTUNG / LIGHTING Bei schlechten Lichtverhältnissen besteht zusätzlich die Möglichkeit, das aufzunehmende Fotoobjekt aus dem Begleitfahrzeug (Leistung: 5 kW) heraus zu beleuchten, um spezielle fotografische Effekte zu erzielen.

There is the additional opportunity to light the photographed object from the escort vehicle (up to 5 kW) for use under bad lighting conditions or to obtain special photographic effects.



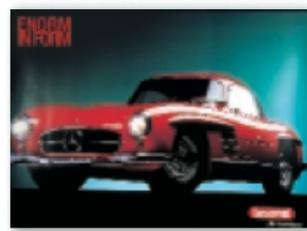
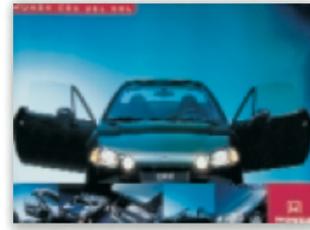
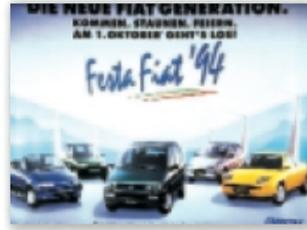
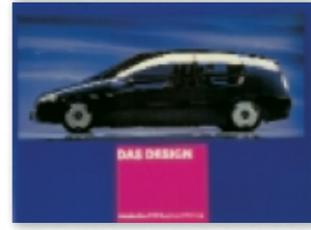
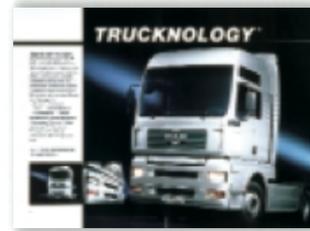
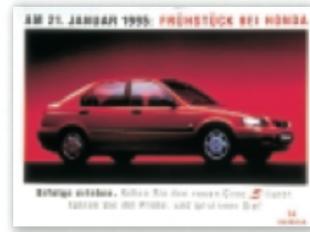
Dynamische Aufnahmen aus dem Helikopter

Dynamic shots from a helicopter

DIE JOBS

KUNDEN, JOBS,
„MAKING OF“
UND STATEMENTS

CLIENTS, JOBS,
“MAKING OF”
AND STATEMENTS



KUNDEN, JOBS, „MAKING OF“ UND STATEMENTS

CLIENTS, JOBS,
“MAKING OF”
AND STATEMENTS

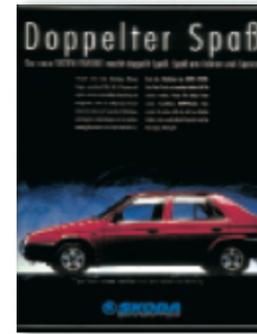
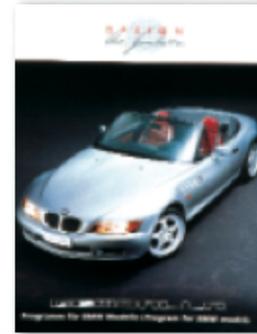
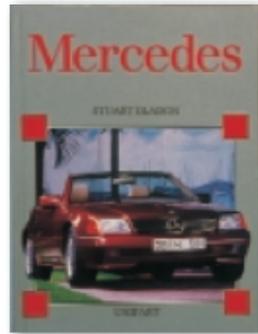
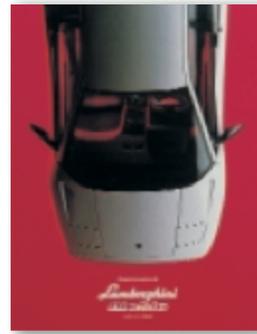


IN DEN VERGANGENEN 15 JAHREN DURFTEN WIR FÜR VIELE NAMHAFTE AUFTRAGGEBER ARBEITEN. EINIGE TYPISCHE UND FÜR DIE ENTWICKLUNG DES FOTOSTILS WICHTIGE PRODUKTIONEN ZEIGEN DIE NACHFOLGENDEN SEITEN.

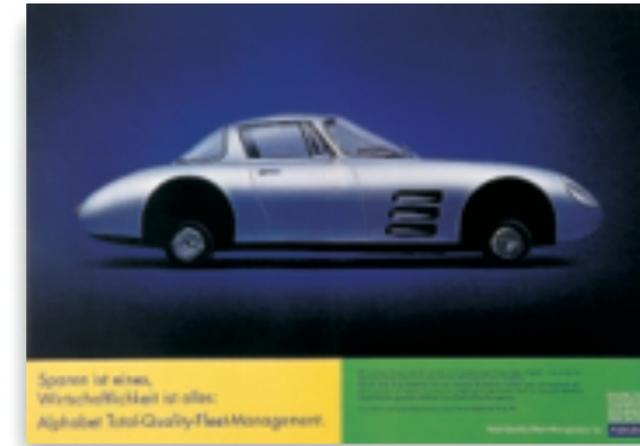
DANKE AN ALLE KUNDEN, BESONDERS AN: ADAC, AMG, ASCARI, AUDI, BENTLEY, BMW, BOSCH*, CARLSSON, DAEWOO, DAIMLERCHRYSLER*, FERRARI, FIAT*, FULDA*, GEMBALLA DESIGN, HARTGE, HONDA*, HYMER, HYUNDAI*, JAGUAR, KÄSSBOHRER*, KIENLE AUTOMOBILTECHNIK, KNAUSS, LAMBORGHINI, LORINSER, MAN*, MAZDA*, MCC SMART, MUTEK, OPEL*, PORSCHE*, SETRA*, SKODA, SSANG YONG, SUNSEEKER, SUZUKI, TOYOTA*, VOLVO*, VW, WIESMANN, ZENDER

* in Kooperation mit den Werbeagenturen

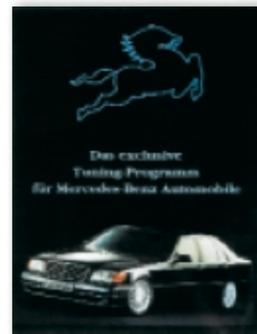
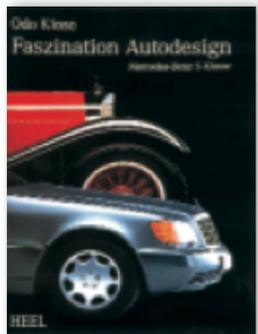
IN THE LAST 15 YEARS, WE HAVE HAD THE OPPORTUNITY TO WORK FOR MANY RENOWNED CLIENTS. SOME CLASSIC EXAMPLES OF OUR WORK ARE SHOWN ON THE FOLLOWING PAGES: SOME TYPICAL PRODUCTIONS HAVE BEEN EXPRESSLY CHOSEN TO SHOWCASE THE DEVELOPMENT OF OUR STYLE. WE WANT TO EXPRESS OUR THANKS IN PARTICULAR TO: ADAC, AMG, ASCARI, AUDI, BENTLEY, BMW, BOSCH*, CARLSSON, DAEWOO, DAIMLERCHRYSLER*, FERRARI, FIAT*, FULDA*, GEMBALLA DESIGN, HARTGE, HONDA*, HYMER, HYUNDAI*, JAGUAR, KÄSSBOHRER*, KIENLE AUTOMOBIL-TECHNIK, KNAUSS, LAMBORGHINI, LORINSER, MAN*, MAZDA*, MCC SMART, MUTEK, OPEL*, PORSCHE*, SETRA*, SKODA, SSANG YONG, SUNSEEKER, SUZUKI, TOYOTA*, VOLVO*, VW, WIESMANN, ZENDER
* in cooperation with their advertising agencies



Eine witzige und auffällige Kampagne für Alphabet, die sich das Fuhrparkmanagement als Aufgabe gestellt hat.



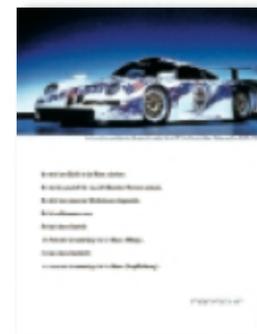
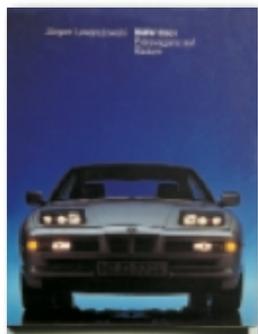
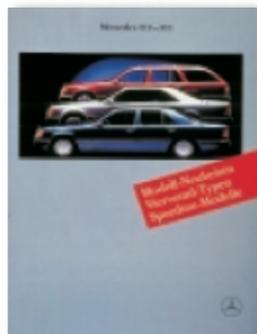
An amusing and unusual advertising campaign for Alphabet: a company that has made car fleet management their calling.



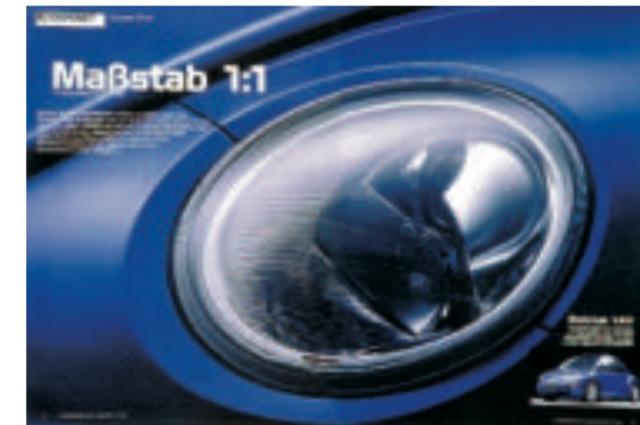
Die ungewöhnliche Kampagne der Porsche AG zur Präsentation des Flugmotors PFM 3200.



An offbeat advertisement campaign launching the aircraft engine PFM 3200 from Porsche.



Für das Projekt „Volkswagen – das Magazin“ wurde eine mehrseitige Story über den Beetle konzipiert, in der Details maßstabsgetreu abgebildet wurden.



For the project "Volkswagen – das Magazin" a story about the beetle was thought up in which all details presented were true to scale.

TORSTEN HOFFMANN, HOFFMANN REISER
SCHALT DDB WERBEAGENTUR, FRANKFURT

Autowerbung hat viel mit Emotionen zu tun. René Stauds Fotografie sieht man seine Liebe zum Auto an. Dadurch schafft er Bilder, die Bestand haben und über vordergründige Modetrends hinausgehen.

Car advertisement has a lot to do with evoking emotions. You can see René Staud's passion for cars in his photography. That's why he creates images which last and go beyond the current fashion trend.



RAINER TREFZ, E-FACT, LONDON

Für die Werbekampagne der neuen Mercedes-Benz M-Klasse arbeiteten wir eine Woche lang 20 Stunden am Tag. Der Professionalität und dem Enthusiasmus der René Staud Studios haben wir es nicht nur zu verdanken, dass wir zu einem perfekten Ergebnis kamen. Sie haben es auch verstanden, die Atmosphäre während des Shootings zu lockern.

We worked 20 hours a day for one week for the advertising campaign for the new Mercedes-Benz M Class. Thanks to the professionalism and enthusiasm of the René Staud Studios, we achieved perfect results. They knew how to keep the atmosphere relaxed during the shoot.

links und unten:
Drei Beispiele der Bosch
Anzeigenkampagne
im Jahr 2000

Left and below:
Three examples of the
BOSCH advertising
campaign in the
year 2000

rechts:
Aufwendig gestalteter
Katalog zur Marktein-
führung der Mercedes-
Benz M-Klasse

Right:
A lavish catalogue put
together for the market
introduction of the
Mercedes-Benz M Class





MERCEDES-BENZ S-KLASSE W 140



Das Presseshooting fand wieder einmal unter strengster Geheimhaltung statt. Die Atmosphäre und der Auftritt wurden perfekt inszeniert. Der Marmor Kies aus Carrara landete später in Blumentöpfen.

The press release shots were taken once again under top-secret conditions. The atmosphere and the appearance were perfectly staged. The marble gravel from Carrara ended up in flowerpots.



MERCEDES-BENZ F 200 IMAGINATION



Design für Innovationen – unter diesem Motto stand die Entwicklung der Konzeptstudie F 200 Imagination, die Mercedes-Benz 1996 auf dem Pariser Automobilsalon präsentierte. Das Coupé ist mit zukunftsweisenden Systemen ausgestattet, deren Einsatz in den Mercedes-Spitzenmodellen von übermorgen denkbar ist.

Design for innovation was the theme for the concept study F 200 Imagination presented by Mercedes-Benz at the Car show in Paris, 1996. The coupé was equipped with futuristic systems, which might be adopted in the next generation of the Mercedes-Benz top models.



MB TRAC

Dem letzten gebauten MB Trac ein Zeichen setzen (so das Briefing der Agentur Schellenberg). Passend zum Fotokonzzept schwarzmetallic und viel Chrom. Heute steht dieses Unikat im Mercedes-Benz Museum.

Create an epitaph for the last Mercedes-Benz Trac tractor (according to the Schellenberg agency briefing). Suitable for the photo concept: black with a lot of chrome. Today this unique model found its rightful place in the Mercedes-Benz Museum.



STEFFI GRAF IM STUDIO /
STEFFI GRAF IN THE STUDIOS

Was hat Steffi Graf mit Autos zu tun? Bekanntlich arbeiten die René Staud Studios doch nur für Automobilfirmen, aber genau hier entsteht der Zusammenhang.

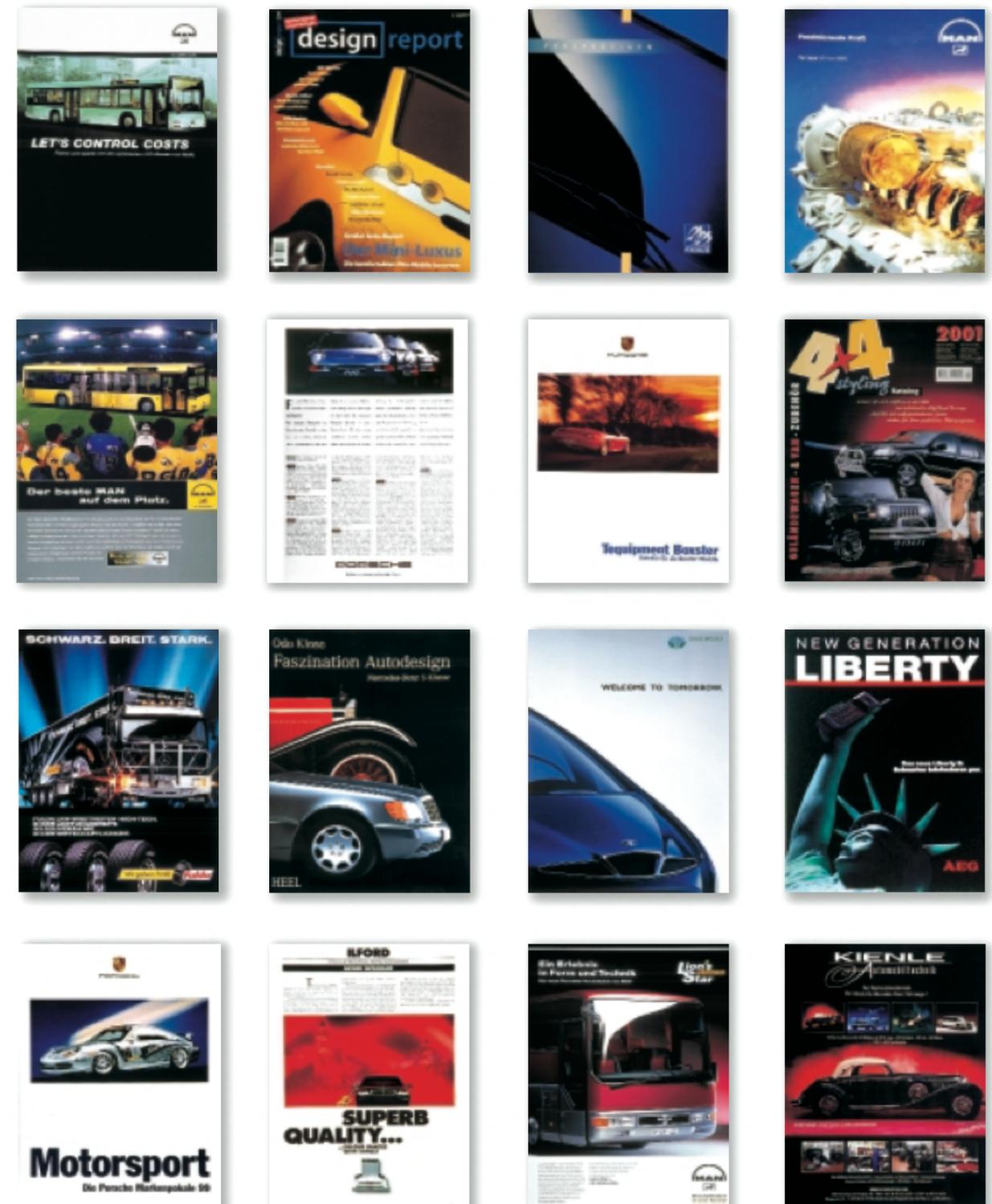
Für eine großangelegte Werbekampagne wurde Steffi verpflichtet, vor einigen Porsche-Modellen zu posieren. Den Porsche hätte man ja in jedes x-beliebige Studio transportieren können, bei Steffi verhält sich das ganz anders. Wenn sie schon für Werbeaufnahmen zur Verfügung steht, dann sucht sie sich die Location am liebsten selber aus. Und so war das Shooting für die Süddeutsche Klassenlotterie nicht das einzige Mal, dass wir sie als Gast in Leonberg begrüßen durften.

What does Steffi Graf have to do with cars? As everybody knows Staud Studios generally work for the automobile and truck industry.

Here is how the connection came about: Steffi was contracted to pose in front of some Porsche car models for an advertising campaign. They could have transported the Porsche to any studio of choice, but with Steffi it is different. When she has to pose for an advert she has the right to pick the location that suits her. She chose us. That is why the photo session for the South Germany Lottery – SKL – was not the only time we were allowed to welcome her in Leonberg.

Steffi Graf und Crew
nach dem gelungenen Shooting
für die SKL.

Steffi Graf and the
crew after the
successful photo
session for the
SKL Lottery



HARM LAGAAY/
CHEF-DESIGNER PORSCHE AG
CHIEF DESIGNER PORSCHE AG

Kennengelernt haben wir uns während der BMW Z1-Entwicklung. Strahlend überzeugte uns René Staud, dass beim Fotografieren das Design immer im Vordergrund steht.

Die ersten Z1-Aufnahmen haben dies bestätigt, und die vielen anderen Fotos in den darauf folgenden Jahren ebenso. René Staud kann das Design zwar nicht verbessern, aber er kann es immer „in ein noch besseres Licht“ bringen!



Dr. Wendelin Wiedeking und Harm Lagaay gemeinsam beim Fotoshooting: herausragendes Design und erfolgreiches Management ergänzen sich perfekt.

Dr. Wendelin Wiedeking and Harm Lagaay together at the photo session: outstanding design and successful management are perfect complements.

Die Evolution des 911-Designs – hier im Vergleich vom 356 bis zum 993.

The evolution of the 911 design – from the 356 to the 993.



Das Buch zum BMW Z1 von Jürgen Lewandowski

The BMW Z1 book by Juergen Lewandowski

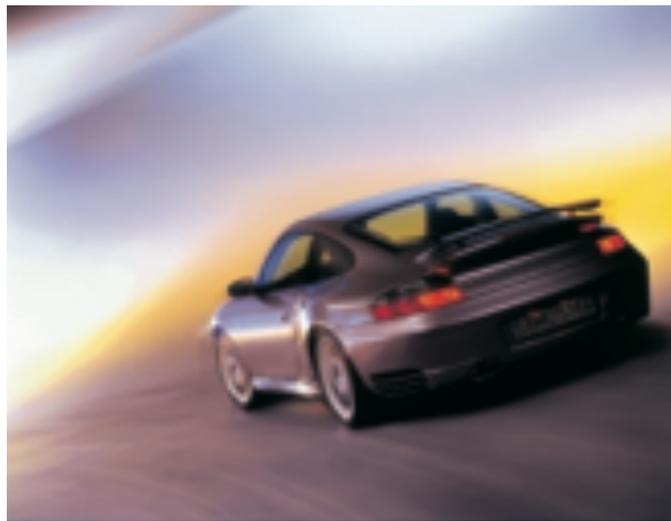
We got to know each other during the production of the BMW Z1.

A radiant René Staud convinced us that the design of the vehicle should always be the focus in any shot.

The first Z1 photographs confirmed this, as did all the other pictures in the following years. René Staud cannot improve the design, but he can still place it in a better light.

Jürgen Lewandowski
BMW Z1
Der Roadster der Zukunft
Südwest





PORSCHE TURBO 996

Dynamik und Emotion:
Fahraufnahmen entstehen
nicht nur auf sonnigen
Highways, sondern auch
im Industriegebiet
Leonberg.

Dynamism and emotions:
the action shots weren't
always produced on a
sunny highway, but in
an industrial area
in Leonberg.





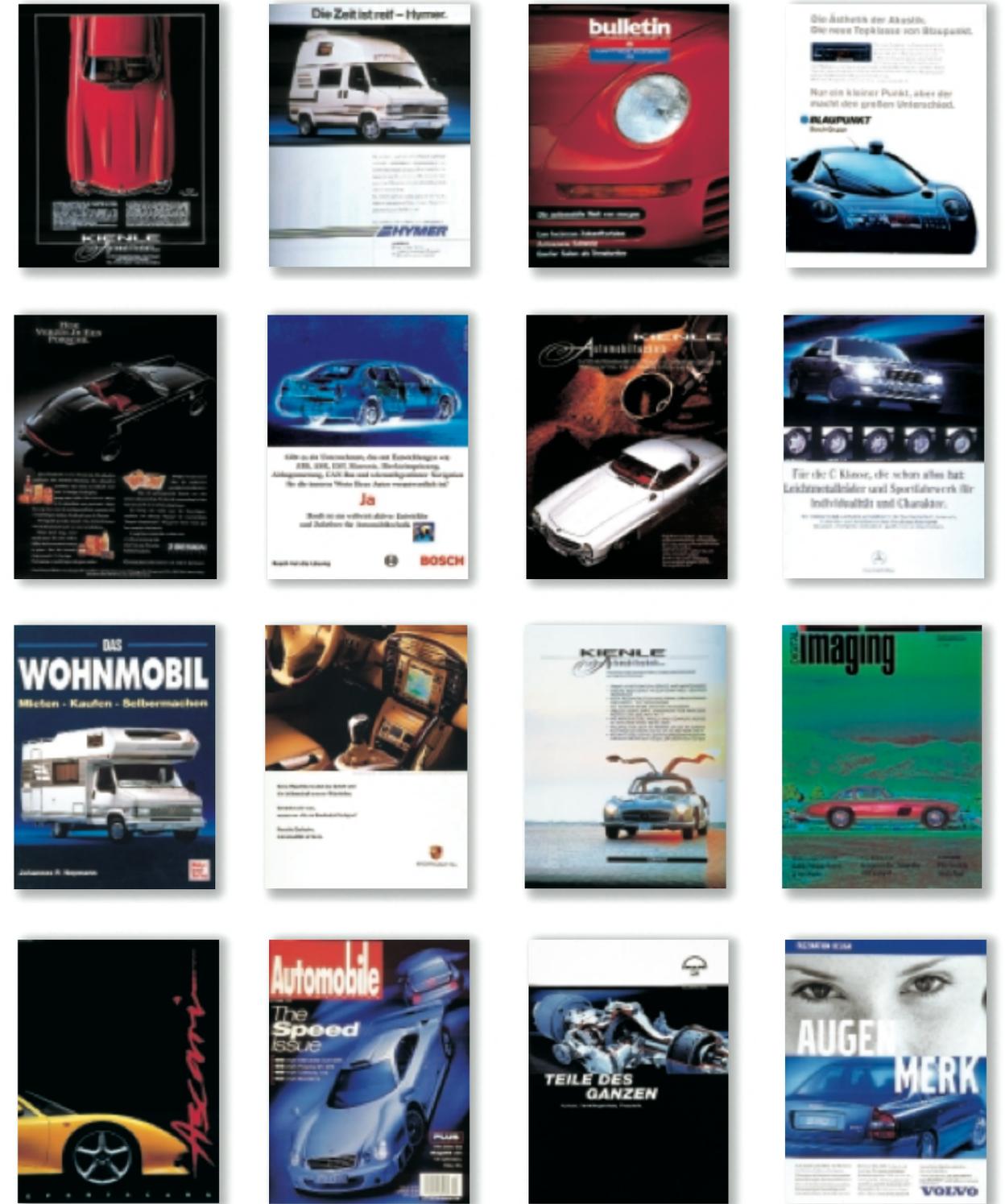
**EIN MANN, EIN AUTO, EIN LICHTKONZEPT
ONE MAN, ONE CAR, ONE LIGHTING CONCEPT**

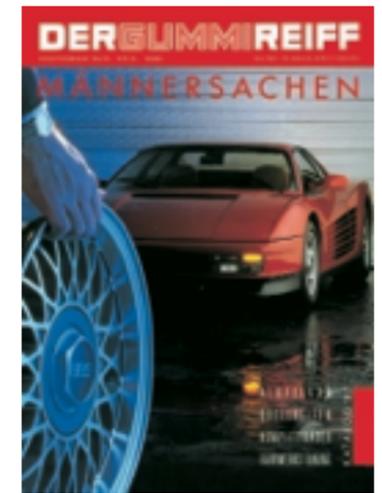
Für verschiedene Spots des Sponsors Dekra musste Michael Schumacher gleich mehrere Tage vor die Kamera. Die Aufnahmen waren sehr vom Automobil und zwangsläufig stark von der Lichtinszenierung geprägt. Die Entscheidung für die René Staud Studios lag da auf der Hand: hohe Kompetenz zum Thema Automobil, kreative und innovative Lichtinszenierungen, aber auch professionelle Arbeitsweise und persönliche Betreuung. Wenn sich Michael da nicht wohl fühlt!

For various spots of his sponsor Dekra, Michael Schumacher had to pose in front of the camera for a couple of days. The shots were naturally geared to the automobile in the staging and production. The decision to use the René Staud Studios was an obvious choice right from the beginning. This guaranteed that not only the staging and production were innovative, creative and of the highest quality, but so were the working methods and personal attention and care. How could Michael not feel at home?

Michael Schumacher
für eine Dekra-Kampagne
als „Filmstar“ in den René
Staud Studios.

Michael Schumacher –
a campaign for Dekra: a film
star at René Staud Studios





FERRARI TESTAROSSA

Die Sportwagen aus Maranello sind schon traditionell Gäste in den René Staud Studios, sie gelten als Synonym für Pferdestärken. Für ein Titelbild eines 200-seitigen Reifen-, Räder- und Zubehörkatalogs wünschte sich unser Kunde nichts mehr als den damals neu erschienenen Testarossa.

The sports cars from Maranello are traditional guests in the René Staud Studios. They are synonymous with horsepower. A client wanted to have the new Testarossa as the front-page picture for his 200-page tire, wheel and accessory catalogue.



MAN NUTZFAHRZEUGE, DIETER EMADER
MAN COMMERCIAL VEHICLES, DIETER EMADER

Bei MAN hat's Klick gemacht

Ein romantischer Sonnenuntergang, das idyllische Panoramamotiv mit Strand oder der berühmte Tautropfen auf einem Grashalm. Macht das alleine einen hervorragenden Fotografen aus? Bei uns liegen die Prioritäten anders. Hier geht es um Produkte, die leicht aus dem Rahmen fallen. Riesige Trucks – im Einsatz oder im Studio – Antriebsstränge oder auch Einbaumotoren wollen ins rechte Licht gerückt werden. Keine leichte Aufgabe für einen Fotografen. Es sei denn, es ist eine leichte Übung für ihn, mal eben ein paar Straßen abzusperren oder mit einem 25-Tonner ins Studio zu düsen. Die richtige Location, das ideale Licht, die beste Perspektive und ganz besonders das Gefühl für Design und technische Features spielen bei der Produktfotografie von Nutzfahrzeugen eine entscheidende Rolle.

Und da hat es bei MAN und René Staud einfach „Klick“ gemacht. Denn René Staud ist nicht nur ein absoluter Autonarr – so fährt er schon mal mit einem Porsche Carrera zum

With MAN it clicked

A romantic sunset, the pastoral, idyllic beach scene or the famed dewdrop on a blade of a grass. Does this really allow a photographer to stand out from the pack? We have different priorities. We are talking about products here that are out of the ordinary, a bit offbeat. Huge trucks in action or in the studio, power trains or an engine fitting that wants to be moved into the bright lights. Not an easy job for a photographer. Only if it is the normal drill for a photographer to mark off and block some streets for a shoot or to speed into a studio with 25 ton truck. The right location, the perfect lighting, the best camera angle, a special sense for design and technology features, these all play a decisive role in the photographing of commercial vehicles.

And that is where it easily “clicked” between MAN and René Staud. René Staud is not only a car freak (he drove up to a car shoot location in a Porsche Carrera). He also possesses the necessary feeling for heavy-duty commercial vehicle pro-

Anzeigenkampagne zur Produkteinführung des M 2000 Evolution im Sommer 2000

Advertising campaign for the market release of the M 2000 evolution, summer 2000

Shooting vor – er besitzt auch das nötige Gefühl für das „schwierige“ Produkt Nutzfahrzeuge. Die nunmehr 15-jährige erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit dokumentiert dies eindrucksvoll. Mit dem Startschuss für den Typ F 90 ging es 1986 los. Es folgten Shootings für die gesamte Literatur, weitere Baureihen, Anzeigenmotive und später sogar für Einbau- und Schiffsmotoren. Dabei wurden immer wieder neue Wege in der modernen Studiofotografie beschritten.

Aber Änderungen in der kreativen Auffassung durch den Wechsel der Agentur Keysselitz zur Werbeagentur Hiel wurden gemeinsam erlebt. Eins blieb jedoch immer gleich: die hohe Qualität der Aufnahmen der MAN Nutzfahrzeuge.

Aber mal ehrlich – wir haben es René Staud auch leicht gemacht. Mit Trucks, die nicht nur technologisch erste Wahl sind, sondern auch klasse aussehen. Nicht umsonst wurde der TG-A dieses Jahr mit dem Design-Award des Industrieforums Design in Hannover ausgezeichnet. Zudem ist der TG-A zum „Truck of the Year 2001“ gewählt worden. Eine Auszeichnung der europäischen Fachpresse, die MAN nun schon zum fünften Mal feiern konnte. So sehen wir auch weiterhin mit Freude in die Zukunft – natürlich zusammen mit René Staud.



ducts. The last 15 years impressively demonstrate how successful our close collaboration has been. It started off in 1986 with the photo shoot for the F 90. Then photo sessions for business literature followed: some additional model lines, advertisements and displays, and later even engine fittings and ship engines. They always found new ways to photograph the products.

Together we mastered the change in creative style when we changed advertising agencies from Keysselitz to Hiel. There was one thing that never ever changed: the high quality photographic images of the MAN commercial vehicles. Let's be honest: we made it easy for René Staud – because our products are not only the first choice in technology but they also always look classy. Not without good reason has MAN earned the design award for the TG-A from the “Industry Design Forum” this year in Hannover. Also the TG-A has been awarded “Truck of the Year 2001” – an award from the European trade magazines for commercial vehicles, which MAN could now celebrate for the fifth year in a row. So we are now looking forward to the future – naturally with René Staud.





MAN F 2000

Spielzeug oder
Nutzfahrzeug? Aus dieser
Perspektive wirkt der
MAN klein wie ein
Spielzeug. Kraft und
Dynamik entstehen durch
Einsatz von RIG und
Bewegungsunschärfe
(links oben Modellraum
2. Stock).

Toy or commercial
vehicle? From this per-
spective the MAN looks
like a little toy. The
power and dynamism
is developed by the
use of the RIG and the
motion blur (top left:
Make-up room,
2nd floor).



MAN
TRUCK OF
THE YEAR



Ganz neu auf dem Markt und gleich Truck of the Year, das war einen Podestplatz wert. Über 6 Tonnen auf kleinstem Raum, 2,5 x 7,5 x 1,2 m, Team und Kunde, Dezember 1986.

Completely new on the market and already the "Truck of the Year", this was worthy of a podium. 6 tons on the least possible area, 2.5 x 5.5 x 1.2 m, the team and the client, December, 1986.

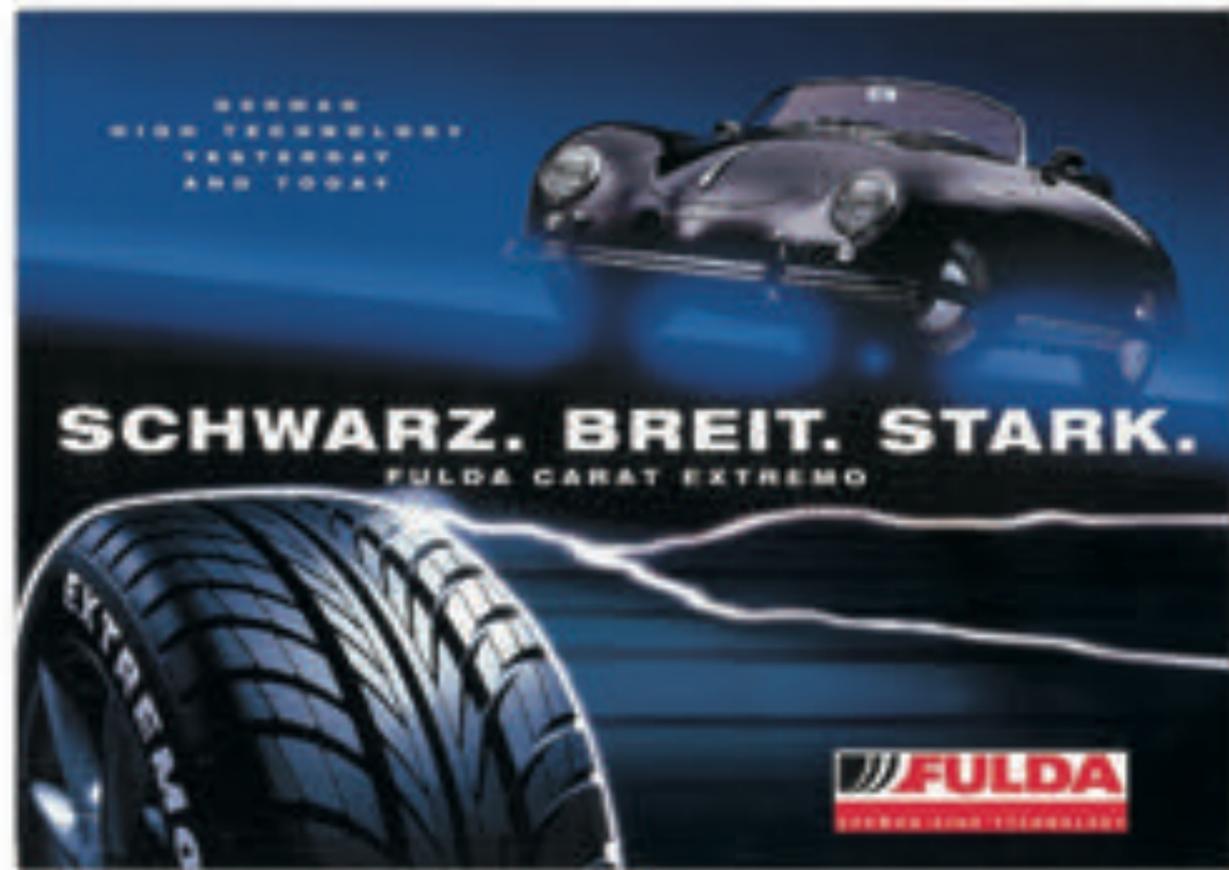


MAN
SILENT



Lkws müssen geräuschermer werden. Werber sollen dies kommunizieren, Fotografen sollen dies fotografieren. Erst die Idee, dann die technische Umsetzung. Spielerisch hängen 6600 kg an der Studiendecke.

Trucks have to become quieter. The advertiser has to convey this message. The photographer has to photograph this. First the idea, then the technical performance. Playfully the 6,6-ton truck hangs from the studio ceiling.



JÜRGEN HAMPEL, LEITER DER KOMMUNIKATION / COMMUNICATION MANAGER
 BERND J. HOFFMANN, VORSITZENDER DER GESCHÄFTSLEITUNG / PRESIDENT OF THE MANAGEMENT BOARD

Kontaktdirektor oder Fotoperfektionist?
René Staud zum 50. Geburtstag.

Um es gleich vorweg zu behaupten: René Staud ist sicherlich beides und noch viel mehr! Jetzt begleitet uns René schon fast ein Drittel der Zeit seines eigenen Lebens und sicher auch mehr als die Hälfte seiner „extremen Studioerfahrung“.

Wie kam es zur Zusammenarbeit?

Wir, d.h. die Marketing- und Werbemenschen von Fulda Reifen, suchten 1986 einen Top-Werbefotografen, der den neuen Fulda-Show-Truck in die „schwarz-breit-starke“ Szene

Contact manager or photographic perfectionist?
For René Staud's 50th birthday.

To set the record straight from the outset: there is no doubt that René Staud is both, but even more. René Staud has been a partner of ours for almost a third of his life and, surely, for more than half of his "extreme" studio experience.



setzen konnte. Der damalige Kontakter Peter Gubinski von Borsch, Stengel & Partner stellte den Kontakt her. Die Bilder waren „nicht preiswert“, hatten aber durchschlagenden Erfolg. Der Grundstein für eine langjährige Zusammenarbeit war gelegt. Alle hochwertigen airbrush-dekorierten Fulda-Trucks und Großobjekte wurden ab sofort von René Staud in Chrom und Lichtglanz in Szene gesetzt.

Nicht nur Reifen sind schwarz!

Mit Michael Kuhn (heute Verkaufsdirektor) als damals neuem Werbechef von Fulda Reifen wurden 1996 die runden Dinger des gesamten Produktprogramms von den Staud Studios neu aufgenommen. Erstmals waren auch die Techniker des Hauses zufrieden, jede Lamelle eines Profils war erkennbar, nichts war „abgesoffen“. Noch heute ist Produktfotografie von Staud ein Standard der Branche. 1996 folgte die erste Tierkampagne für Fulda mit Georg Feldmann von BSP. Hier bewies René nahezu „Dompteurqualitäten“, um schwarze Panther aufs Bild zu bannen.

Kontakte – Basis für Geschäftserfolg?

Wenn jemand für das Flechten von Netzwerken und Kontakten weit über die eigene Branche hinaus steht, dann ist es René Staud. Professor Weidemann, der Schrift-Logo-Papst, Professor James Kelly, seinerzeit noch am Lehrstuhl für Transport und Fahrzeugdesign an der FH Pforzheim, Hasi Unterberger,

Gründungsvater der Kitzbüheler



Der Panther war los: Zirkusatmosphäre in den René Staud Studios während des Shootings mit einem lebendigen Panther für die neuen Fulda Reifenprofile.

The panther was out: Circus atmosphere in the Staud studios, a live panther during a photo session for the new Fulda tire treads.

How did we arrive at such a partnership?

We, that is, the marketing and public relations people of Fulda Tires, were looking for a top commercial and advertising photographer, who would put our show truck into the limelight and illustrate the message "black, wide and strong" in 1986. The former contact agent – Peter Gubinski from the advertising agency Borsch, Stengel & Partner – established contact for us. The photographs were certainly not cheap, but they enjoyed a sweeping success. Thus the foundation was laid for a long-term relationship. All of our perfectly airbrushed trucks and other huge pieces of equipment were, immediately, placed in the brilliance of light and chrome.

Not only tires are black!

When Michael Kuhn became the new advertising manager at Fulda Tires in 1996 (today he is the sales manager), Staud Studios photographed the entire product line of these round objects. This was the first time the company's technicians were really satisfied; each lamella of each tire's tread was visible. No detail was left behind to get lost in the dark. Today Staud's product photography sets the standard in our business. Then in 1996, the first advertising campaign for Fulda using animals ensued; with Georg Feldmann from BSP. Here René Staud could really demonstrate his trainer capability in capturing black panthers on film.

Contacts - the basics for business success?

If anyone can weave networks and make contacts from other business areas while maintaining his own business, this person is René Staud. Professor Weidemann, the letter-logo-guru, Professor James Kelly – at that time a professor for transportation and car design at Pforzheim, Hasi Unterberger, founder of the "Kitzbühler Alpen rally", or Uwe Gemballa, the Porsche tuning specialist, all these people were introduced to us by René and are now working for the Fulda brand.

A multi-dimensional benefit for brand value and market success!

René Staud is one of a kind. He is unique in his inimitable way of dealing with people, whether they are his clients, em-

Alpenrallye, oder Uwe Gemballa, Porsche-Tuner und -Veredler, alle Menschen wurden uns vorgestellt und alle arbeiten für die Marke Fulda.

Mehrdimensionaler Nutzen für Markenwert und Markterfolg!

René Staud ist einmalig. Einmalig im unnachahmlichen Umgang mit Menschen, seien es Kunden, Mitarbeiter oder Partner. Einmalig in der Realisierung von perfekter, künstlerischer Bildgestaltung. Einmalig in den hochwertigen Kontakten, die für Fulda Reifen grandiose Bausteine im Markenwertaufbau geworden sind:

- Der Show-Truck Fulda 2000 – entwickelt unter der Leitung von Professor Kelly, realisiert mit Becker Design und MAN

employees or partners. He is unequalled in designing and composing the perfect artistic image. He has a unique ability to make and keep quality contacts, which have become effective building blocks for the development of Fulda's brand value:

- The show truck Fulda 2000 was designed under the leadership of Professor Kelly, constructed by Becker Design and MAN.
- The Fulda Extremo Show Car – based on a Porsche – styled and tuned by Uwe Gemballa
- The Fulda Classic Line car fleet at the "Kitzbühler Alpen rally"
- The high-gloss annual calendars:

- Das Fulda Extremo Showcar auf Basis eines von Uwe Gemballa veredelten Porsche
- Die Kitzbüheler Alpenrallye mit der Fulda-Classical-Line-Fahrzeugflotte
- Die Hochglanz-Jahreskalender

- "Black Beauties", 1997
- "Carat Extremo", 1998
- "Emotions", 1999
- "On the Move", 2000
- "Hightech Emotions", 2001
- "World of Wheels", 2002

- 1997 „Black Beauties“
- 1998 „Carat Extremo“
- 1999 „Emotions“
- 2000 „On the Move“
- 2001 „Hightech Emotions“
- 2002 „World of Wheels“



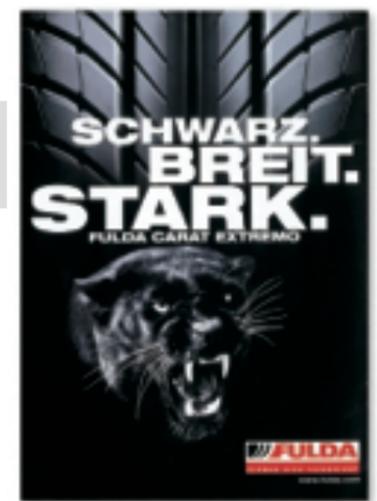
Der aktuelle Showtruck stellte für den Fulda-Kalender 2001 ein außergewöhnliches Fotoobjekt mit neuen Dimensionen in Größe, Technik und Spezialeffekten dar.

This current show truck demonstrates its new size, new technology and special effects – an extraordinary photo subject for the Fulda calendar, 2001.

Im Namen des gesamten Fulda Teams bedanken sich insbesondere Jürgen Hampel, heute Leiter der Kommunikation, und Bernd J. Hoffmann, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Mit den besten Wünschen für Gesundheit, Gottes Segen und weiteren Geschäftserfolg.

René, bleib wie du bist!



Das Corporate Design der Fulda Reifen GmbH wurde im Jahr 2001 komplett umgestellt. Dies zeigt sich besonders im neuen dominanten Auftritt, der „Schwarzwelt“.

Fulda Tires' corporate design was completely reinvented in 2001. This is most evident in the new dominant appearance of the "Schwarzwelt".

The entire Fulda team, especially Juergen Hampel (Communication manager) and Bernd J. Hoffmann (president of the management board) thank René Staud and extend their best wishes for your health and your business success. God bless you. René, don't ever change.



Flexibilität, Ideenreichtum, Improvisationstalent und Teamgeist eines Fotostudios. Man könnte meinen, dass René Staud frei nach dem Grundsatz von Hermann Hesse lebt und handelt: „Damit das Mögliche entsteht, muss immer wieder das Unmögliche versucht werden!“ Während unserer nun schon über fünfzehnjährigen Bekanntschaft konnte René Staud bei zahlreichen Gelegenheiten unter Beweis stellen, dass dies sein heimliches Motto ist.

Als wir von Mercedes-Benz Design ihm z.B. Anfang 1988 die Aufgabe

Das Studio als Showbühne, Präsentation des neuen SL Typ R 129

The studio as a show stage, presentation of the new SL type R 129

Hermann Hesse's maxim "For the possible to occur, the impossible must be attempted." During our now over 15 years of business relationship, René Staud would often demonstrate this guiding principle with regard to business and professional events.

When we at the Mercedes-Benz design department gave him the job to start thinking about the forthcoming photo session for the new SL model line with softer lines, rounder and with less chrome in 1988 he got right down to it. Just a couple of days later he called me and asked me to come over to the Studio. Using his good connections at the Mercedes-Benz automobile museum he got a SL 300 roadster and a gullwing and conducted his first lighting tests. Employing his niftily combined large light tubes "Magicflash®", he could make important preparations before the soon to be released SL was available. This was accomplished ahead of the tightly controlled timeframe for shooting and prior to the market launch of the new SL.

A far more demanding challenge faced René Staud and his team in the late summer of 1988 when we asked him to think about recreating and rebuilding the facilities in his studios for the press presentation for the upcoming SL in February 1989. This introduction should convey the feeling of southern meadows to the 40 – 50 daily visitors over the two weeks of the show. The responsible people ruled out actually going to the previously considered non-European locations for budgetary and logistic reasons.

But how would you create a holiday mood for this pampered clientele? How do you devise an evocative setting for a successful press conference for the new SL model line? That René Staud was an unconventional thinker became obvious from the first meeting between him and the Mercedes-Benz press and corporate design department. A very unusual plan for the transformation of the studio came out of this meeting. Seen from the journalist's eyes it was as follows: the reception and the introduction to the new car's design were in the top floor studio, which had been converted into

PROF. JOHANN TOMFORDE

Leiter Strategisches Design Mercedes-Benz (bis 1994); Projektleiter/Geschäftsführer MCC Smart (1994–1997); heute Geschäftsführer der Hymer idc

René Staud – der Mann für ungewöhnliche Aufgaben!

Schöne Autos ins rechte Licht zu setzen und daraus emotionale Fotos zu machen ist ein Job, den mittlerweile viele Fotografen beherrschen.

Was aber, wenn von Auftraggeberseite oder den Creative und Art Directors ungewöhnliche, bisher nicht realisierte Wünsche geäußert werden? Da zeigen sich dann

PROF. JOHANN TOMFORDE

Manager of Strategic Design Mercedes Benz (to 1994); Project manager/President MCC Smart (1994–1997); today President of Hymer idc

René Staud – the man for unusual tasks!

To set beautiful cars in the right light and to extract some emotional photos is a job that many photographers can do.

But what happens if a client or creative director comes up with an idea that has never been done before? This is where a studio can show its flexibility, inventiveness, and team spirit. One could believe that René Staud lives and acts

stellten, sich Gedanken zu machen über bevorstehende Studioaufnahmen einer neuen SL-Baureihe mit weich konturierten Rundungen und wenig Chrom, da rief er mich schon einige Tage später in sein Leonberger Studio. Über gute Beziehungen zum Mercedes-Benz Museum hatte er sich einen 300 SL Roadster und einen Flügeltürer besorgt und damit erste Ausleuchtungsstudien gemacht. Mittels seiner raffiniert kombinierten Großflächen-Lichtwannen „Magic flash®“ konnte er weit vor Verfügbarkeit des neuen SL-Modells mit den noch stärker gerundeten SLs der fünfziger Jahre wichtige Vorarbeiten leisten für die üblicherweise knapp bemessenen

Fotoshooting-Zeiträume im Vorfeld der Markteinführung. Eine weitaus anspruchsvollere Herausforderung kam aber auf René Staud und sein Team im Spätsommer 1988 zu, als wir ihn mit der Ausrichtung und Facility-Gestaltung seines großen Studios für die im Februar 1989 bevorstehende SL-Pressavorstellung konfrontierten. Bei dieser internationalen Erstpräsentation sollten sich jeden Tag 40 bis 50 Journalisten über zwei Wochen in südliche

a design museum. Here they received a wonderful overview of the historical design elements down to the precisely designed 1:5 models, practically an introduction to the Mercedes-Benz Design philosophy. From there

Prof. Jürgen Hubbert und Rennfahrerlegende Hans Herrmann mit dem neuen 300 SL-Kalender

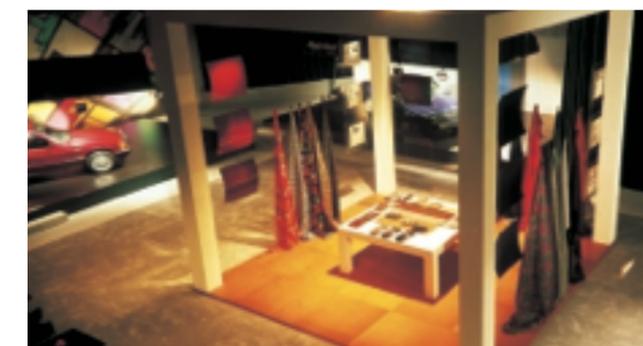
Prof. Juergen Hubbert and the legendary race car driver Hans Herrmann and the new 300 SL calendar

zu den präzisen 1:5-Modellen aus der SL-Ahngalerie bekam man einen schönen Überblick quasi als Einstieg in die Mercedes-Benz Designphilosophie. Von dort aus ging es über die Beleuchtungsgalerie ins große Fotostudio, das in vier Funktionsbereiche unterteilt war:

– der neue 300 SL offen unter südlicher Sonne mit Palmen und Yachthafen im Hintergrund

would have been expected of the renowned René Staud for this and other important events where his friendly attitude, his extensive improvisation talents but also his iron discipline make up the recipe of a successful event.

Clearly we at Mercedes-Benz design have always kept René Staud studios in mind, whenever there were special needs. For example, when we presented the unique



Gefilde versetzt fühlen. Alle anderen angedachten wetter- und klimabedingt außer-europäischen Präsentationsorte waren zuvor von den Mercedes-Benz Verantwortlichen aus Logistik- und Kostengründen ausgeschieden worden.



Aber wie wollte man es schaffen, diese verwöhnte Klientel in Urlaubsstimmung mit Cabriowetter zu versetzen, um die emotionalen Voraussetzungen für eine gelungene Pressavorstellung der neuen SL-Baureihe zu schaffen? In dem gemeinsamen Projektteam von Mercedes-Benz Presse und Corporate Design sowie René Staud als Querdenker zeichnete sich sehr bald eine ungewöhnliche Konstellation für die Räumlichkeiten der René Staud Studios ab.

Das Ergebnis des „Studioumbaus“ sah dann aus der Sicht der Journalisten folgendermaßen aus: Begrüßung, Programm- und Designführung fanden im obersten Geschoss statt, dem zum Designmuseum umfunktionierten kleinen Fotostudio. Von historischen Designelementen bis hin

you went through the lighting gallery into a large scale studio that had been split into four different areas:

- The new SL 300 open under southern sunlight, with palms and a yacht harbor picture as a background.
- Beside the scene there was a SL coffee bar modelled after a street coffee bar, where Mercedes-Benz management were prepared to give interviews.
- In front of that there was a full working design studio with computer rendering and 1:5 models and finally
- a fully equipped photo studio available for individual photo shoots by visiting car journalists.



In short, everything was there that a car journalist desired, and all in one place. The response was enormous. For almost three weeks the journalists and photographers used the SL scene, often long into the night. For years after, we heard from near and far about the ingenious way we had devised to launch a press presentation for a new car. But nothing less

- daneben ein SL-Café im Stil eines Szene-Straßen-Cafés für Interviews mit den Mercedes-Benz Managern
- davor ein funktionierendes Design-Entwurfsstudio mit Renderings und 1:5-Modellen
- und abschließend ein flexibles Fotostudio mit vollem Licht- und Blitz-Equipment für individuelle Shootings der mitangereisten Fotojournalisten.

Kurzum, alles was das Herz der Autojournalisten begehrte, in einem Haus. Die Resonanz war überwältigend. Über fast drei Wochen wurde die SL-Szenerie von Journalisten und Fotografen oft bis tief in die Nacht genutzt. Noch Jahre danach hörte man weltweit von dieser genialen Art der Pressavorstellung eines neuen Autos. Aber das sind eben auch die Qualitäten eines René Staud, wenn er mit seiner freundlichen Art und viel Improvisationstalent, aber eiserner Disziplin im Hintergrund für den reibungslosen Ablauf solcher eminent wichtigen Events sorgt.

Es ist klar, dass wir von Mercedes-Benz Design uns gerne an die Möglichkeiten der René Staud Studios erinnerten,

Avantgarde design line for the then 190-model W201 to position the car for a younger market. Or when we had to place the new S-Class and its historical predecessors in the right setting. At this time political discussions were centered around ecology and the environment. It was a difficult undertaking; wanting to evoke the right emotions with design photos for a car with traditional lines and a clear design language.

With this thought in mind, we sent René Staud out on a tour of the Côte d'Azur, where he soon found the right residences, villas and restaurants for the various backgrounds needed for different shots of one of the first S-Class W140 cars. No wonder, because he knows this area and the best locations like the back of his hand. You could even call this his second home. Everything strictly confidential, hidden from the public, shooting from 5:00 a.m. to 7:00 a.m. when most people were sleeping. These outdoor shots taken by Staud on his own initiative displayed a lot of style and ambience geared for the S-Class clientele.

wenn es mal wieder spezielle Wünsche gab. So z.B. 1992, als wir mit den sehr individuellen Avantgarde-Ausstattungen die damalige 190er-Baureihe W201 jugendlicher positionieren wollten. Vor allem aber, als es Ende 1990 darum ging, die neue S-Klasse und ihre historischen Vorläufer richtig in Szene zu setzen. Ein Unterfangen, das durch die damalige gesellschaftliche Diskussion über Ressourcen und Ökologie stark geprägt wurde, welches wir aber mit klarer Formensprache, traditioneller Linienführung und schönen Designfotos in Richtung Emotionalität bringen wollten.

Mit dieser Zielrichtung schickten wir René Staud auf Tour an die Côte d'Azur, wo er auch bald die richtigen Residenzen, Villen und Restaurants fand für den Hintergrund verschiedener Einstellungen mit einem der ersten W 140. Kein Wunder – kennt er diese schöne Gegend und die besten Locations doch so gut wie seine zweite Heimat. Alles streng vertraulich, vor der Öffentlichkeit abgeschirmt, morgens zwischen fünf und sieben Uhr, wenn die meisten Leute noch schliefen.

Diese von René Staud aus eigenem Antrieb gemachten Outdoor-Shootings mit sehr viel Stil und Ambiente für die S-Klasse-Klientel gaben ihm den Einstieg in die C 140-Vorpräsentationsfotos, die Ende 1992 gebraucht wurden und noch einmal eine Steigerung zur Limousinen-Serie sein sollten, insbesondere hinsichtlich Ambiente, Extravaganz und Emotionalität dieses Coupé-Klassikers. Seine „Hausaufgaben“, die Darstellung der vertikalen und horizontalen Design-Historie, erledigte René Staud als Kenner der Mercedes-Benz



S Klasse Coupés im Vergleich: W140, W126 und W111

The comparison of the S class coupés W140, W126 und W111

These were the introduction for him to produce the C 140 pre-presentation pictures, which we needed by the end of 1992. The pictures became an enhancement to the S-Class sedan series, in particular regarding the ambience, extravagance and emotions for this classic coupé. René Staud, already a connoisseur of the Mercedes-Benz design, did his homework; he completed the presentation of the vertical and horizontal design history almost by himself.

The still and action shots in the field were to be the icing on the cake – six months before the first planned public



Das Führungsteam von Mercedes-Benz Design.

The management team of the Mercedes-Benz design centre

Design Philosophie nun schon fast im Alleingang. Das Sahnehäubchen sollten aber Stills und Fahraufnahmen „in freier Wildbahn“ sein – sechs Monate vor dem geplanten ersten öffentlichen Auftritt! Das Ganze noch vor berühmten französischen Châteaux und Luxushotels. René Staud ließ sich dazu eigens einen Großraumtransporter umbauen, spezielles Abschirm-Equipment einfallen und mit geschickten Ablenkungsmanövern gelangen ihm und seinem Team spannende und zugleich ästhetisch schöne Shots dieses „Top secret“-Autos.

Verschwiegenheit auf höchster Vertraulichkeitsstufe ist auch eine der hervorzuhebenden Eigenschaften von René Staud und seinem Team. Das durfte er im Februar 1994 in extremster Form unter Beweis stellen, als ihm ein Auftrag mit der Abkürzung „MCC“ angekündigt wurde, kurz danach eine kompakte Cargo-Box ins Studio gestellt und von da ab nur noch verklausuliert in Codebegriffen gesprochen wurde. René Staud war von uns ja schon einiges gewöhnt, aber was ich ihn damals aus dem kleinen Container packen ließ, hatte er noch nicht gehört und gesehen (was für ihn verwunderlich genug war).

MCC stand für Mercedes City Car oder genauer gesagt für die Zwillinge „eco-sprinter“ und „eco-speedster“, fahrfähige Design-Concept Cars von Mercedes-Ingenieuren und -Designern in Sindelfingen und Kalifornien erdacht, unter höchster Geheimhaltung gebaut und nun direkt über den Atlantik ins Fotostudio nach Leonberg geflogen. Ohne dass

release of the car. And most importantly in front of famous French castles and luxury hotels. Because of the top-secret nature of the project, René Staud had a car transport trailer built, had special shielding equipment created and used distractive manoeuvres. He and his team succeeded in taking some thrilling but also aesthetic and beautiful pictures of this top-secret car.

Professional discretion and the highest level of confidentiality are also qualities of René Staud and his team. He was allowed to prove these qualities to the extreme in February 1994, when he was assigned a job with the code name "MCC". Shortly thereafter, a compact cargo box was placed in his studio and from then on they could only talk in code. René Staud was already used to our habits, but when I let him unpack this thing from the box, he had never seen or heard of anything like this before (it was more than amazing even for him).

MCC stands for Mercedes City Car or, more precisely, for the twins eco-sprinter and eco-speedster. They are driveable design concept cars, which were designed and produced by Mercedes-Benz engineers and designers in Sindelfingen and California under top secret conditions. The



prototypes were airshipped over the ocean and delivered straight to the Leonberg studio. René and his team did not need any coaxing to roll up their sleeves and start to take the photos for the international press con-

René Staud und sein Team besonders vergattert werden mussten, begann man mit den Fotoarbeiten für die internationale Pressekonferenz, die am 4. März 1994 im Untertürkheimer Museum stattfinden sollte, anlässlich der Unternehmensgründung der Micro Compact Car GmbH als Joint Venture Mercedes-Benz und SMH/Swatch.

Obwohl das Studioteam für die vielen Innovationen nur wenige Tage und Nächte Zeit hatte und trotz der zahlrei-



chen Vorbesichtigungen durch Daimler-Benz Vorstände und Nicolas Hayek von SMH wurden die Pressefotos in perfekter Qualität just in time am 3. März 1994 abgeliefert.

Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass René Staud und sein quirliges Team noch öfter von MCC, die nun intensiv an der Serienentwicklung des „Smart“ wirkten, bei besonders brisanten Foto-Jobs eingeschaltet wurden.

So z.B. beim Atlanta-Show-Car im Mai 1996, das in den Swatch-Pavillon zur Olympiade nach USA sollte und vorher noch in Maastricht den European Designer Award einheimste.



Oder im Oktober 1996 das avantgardistische Paris-Show-Car vom Smart, wie es dann als erstes Auto anlässlich des Pariser Salon im Louvre stehen sollte.

Oder noch futuristischer drei 1:4-Modelle einer denkbaren Smart-Weiterentwicklung mit dem Projektnamen



ference that was planned for the Untertürkheim museum on March 4th, 1994, to mark the founding of Micro Compact Car Inc., a joint venture between SMH Swatch and Mercedes-Benz.

The studio team was only allowed two days and a night to photograph all these innovations. In spite of the countless visits of the Daimler Benz management board and Nicolas Hayek, the press pictures were delivered just in time on March 3rd, 1994.

It wasn't any wonder that René Staud and his bustling team were more and more often involved in highly sensitive photo jobs with MCC, who were at that time intensively preparing for series production.

So, for example, the show car for the Swatch pavilion at the Atlanta Olympics, which had previously raked in the European Designer Award in Maastricht.



There was also the avantgardistic Paris show car which was presented in the Louvre galleries (first time ever for a car); or the three more futuristic 1:4 models that were designed by students from the Designer Academy Pforzheim/Germany



„Summertime“, die unter meiner Regie zusammen mit Transportation Design-Studenten der FHS Pforzheim entstanden und vorläufig nicht veröffentlicht werden sollten.

Auch den besonders heiklen Auftrag „1. Foto des Smart im Seriendesign“ im April '97 zum Presse-Workshop „Smart-Sicherheitssystem“ in München durfte René Staud für uns machen, weil wir sicher sein konnten, dass kein Foto unautorisiert rausgeht.

So ziehen sich bei der Zusammenarbeit mit René Staud vier Dinge wie ein roter Faden durch alle Fotoprojekte:

- Offenheit für neue Wege
- Kreativität in der Ausführung
- Perfektion im Detail
- Top-Loyalität und Diskretion.



and weren't supposed to be published.

René Staud was also allowed to take the first photos of the Smart production model in April '97. We knew that none of these press and safety shots would leave the studio without authorization.

Four main characteristics of René Staud's work have always been present in the various assignments:

- his openness for new concepts,
- creativity in execution and implementation,
- meticulous attention to detail
- loyalty and discretion.



MERCEDES-BENZ 500 SL (R129)

Karibische Stimmung in schwäbischer Location – für die Neueinführung des SL Typ R129 wuchs sogar Gras im Studio.

A Caribbean atmosphere in a German location – the studio setting for the market launch of the SL Type R129; even grass was grown for authenticity.



Gerne beim Background-shooting dabei:
Familienmitglied Pascal

Always likes to be at the background shooting:
family member Pascal

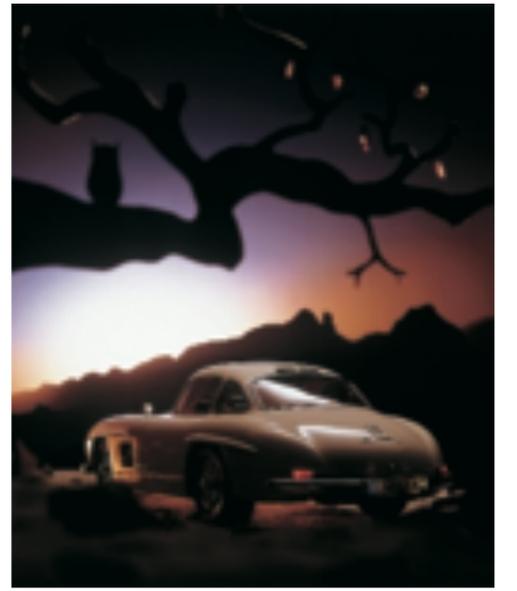




MCC SMART

Der Smart und Lifestyle:
Vorgabe vieler Smart-
Design-Studien waren die
Erkennbarkeit von
Lifestyle – also von
Lebensart. Für die streng
gehüteten Studien
kommt New Yorker
Loftatmosphäre nach
Leonberg.

Smart and lifestyle:
The main guideline for
many Smart design stu-
dies was the recognizabi-
lity of a certain lifesty-
le. The atmosphere of a
New York loft comes to
Leonberg for strictly
undercover work.



300 SL-KALENDER

Das alljährliche Shooting für den 300 SL-Kalender ist meist nicht terminiert, vielmehr springen wir dann in den Ring, wenn die Auftragsarbeit uns gerade ein paar musische Tage erlaubt. Aufwand und Einsatz entwickeln sich aus Kreativität und Spontanität.

There are no scheduled dates for shooting the annual SL calendar. We simply take advantage of quiet days between client shoots. The amount of energy invested and application to the shots is a result of a combination of creativity and spontaneity.



KÄSSBOHRER PISTENBULLY

Auf der Schneepiste zu
Hause, aber für dieses
Sondermodell speziell in
Szene gesetzt. Die
Limited Edition
Pistenbully PB 260 D.
Agentur Schindler
& Partner.

Its home is the ski
slope, but this special
model was set in a special
scene. The limited edition
"Pistenbully PB 260 D".
Agency: Schindler &
Partner.

Spot MF 615 Segm. 1+3 L:9 Höhe 225cm

HG
L:8

HG
L:9

Ⓜ für Reflex in C-Säule!



MF 201
L 8
auf 2
Pulsos

W 210 E-KLASSE
„SITZKISTE“

Auto Fahresseite auf Gojabs!!!
nur!

Downlight L:0

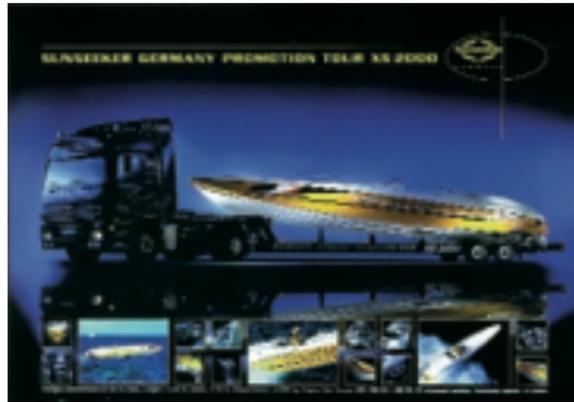
Quadro L:9

Immer wieder die gleiche Aufgabe: Interieur als Vertikal Aufnahme. Die aufgeschnittene Limousine ist nur noch für Fotozwecke zu gebrauchen. Interne Bezeichnung: Sitzkiste.

Always the same old job: Vertical interior shots. The roofless sedan can only be used for photography purposes. Internal designation: seat-box.

Großes Bild: Original Polaroidbild mit Original Beschriftungen.

Large picture: Original Polaroid with original notes.



SUNSEEKER XS 2000

Mit dem Speedboot
im Studio: Sunseeker
Deutschland kam in der
Woche zum Shooting des
neuen Powerboots „XS
2000“, als der MAN TGA
noch nicht ganz geshootet
war.

With the speedboat into
the studio: Sunseeker
(Germany) visited the
studio for a shot, while
the session for the MAN
TGA wasn't completely
finished.





PORSCHE CARRERA GT UND TYP 718/2

Der Carrera GT beim Shooting in Leonberg: die passende Gelegenheit für ein Gruppenbild mit dem Rennwagen von 1961: 40 Jahre Porsche Sportwagen-Geschichte.

The Carrera GT during the photo session in Leonberg, the appropriate opportunity for a group portrait with the race car of 1961: 40 years of Porsche sports cars.

DIE EPISODEN

HIER C 140 ... BITTE MELDEN ... OVER!
IT'S THE C 140 ... ROGER ... OVER!

ALLES FÜR DIE „KAZ“
“KAZ” FOR FREE ALL FOR NOTHING

SL UND RS
SL AND RS

AUF SAND GEBAUT
BUILT ON SAND

WOHIN – GENÈVE ODER TURIN?
WHERE TO – GENEVA OR TURIN?

BODYPAINTING
BODYPAINTING

DER ELCHTEST
THE ELK TEST

DAS FAMILIENBILD
THE FAMILY PORTRAIT



HIER C140 ... BITTE MELDEN ... OVER!

IT'S THE C140 ... ROGER ... OVER!

Die unglaubliche Story eines unglaublich geheimen Fotojobs
The unbelievable story about an unbelievably secret photo assignment

ES WAR EIN RUHIGER SOMMER, IN DEM ICH NACH JAHREN ERSTMALS FERIEN MIT DER FAMILIE MACHEN WOLLTE. LEDIGLICH EINIGE OMNIBUSSE MEINER MÜNCHNER KUNDSCHAFT BESCHÄFTIGTEN UNS, ALS HIN UND WIEDER DAS KÜRZEL „C140“ IN TELEFONATEN MIT DER PRESSEABTEILUNG VON MERCEDES-BENZ ERWÄHNT WURDE. JE MEHR ES AUF DIE BEVORSTEHENDE IAA FRANKFURT ZUGING, ERSTMALS ALS REINE PKW-AUSSTELLUNG, VERMEHRTEN SICH DIE ANFRAGEN NACH IDEEN ZU DIESEM THEMA (C140 = COUPÉ DER BAUREIHE W140 = DAS NEUE S-KLASSE-COUPÉ). JETZT WURDE ES ZEIT, MOTIVVORSCHLÄGE ZU DIESEM AUTOMOBILEN EREIGNIS ZU ENTWICKELN. SPONTAN FÜHLTE ICH DIE ASSOZIATION ZU LEBENSSTIL UND QUALITÄT. WO STELLT MAN SICH DIESE KOMBINATION BESSER VOR ALS IN FRANKREICH? ALSO GING'S SCHON LOS – ZWEI MEINER BEWÄHRTEN LOCATION-HUNTER (JUNGS MIT GEFÜHL FÜR AUFNAHMEORTE) ZOGEN MIT T-MODELL UND VIDEOKAMERA AUS, UM NACH 14 TAGEN RUND 15 AUFNAHMEORTE VORZUSCHLAGEN: CHÂTEAUS, GÄRTEN, ZUFahrTEN UND

IT STARTED OUT AS A QUIET SUMMER AND I HAD PLANNED TO TAKE A HOLIDAY WITH MY FAMILY AFTER A WAIT OF MANY YEARS. WE WERE MERELY KEEPING BUSY BY SHOOTING SOME BUSES FOR A MUNICH CLIENT; BUT ONCE IN A WHILE THERE WAS MENTION OF A BRAND NEW "C140" (THE NEW "S" CLASS COUPÉ) FROM THE MERCEDES-BENZ PUBLIC RELATIONS AND PRESS DEPARTMENT. TIME PASSED AND IT WAS GETTING CLOSER TO THE BIG DAY IN FRANKFURT, THE IAA SHOW (THIS WAS THE FIRST SHOW IN FRANKFURT WITH ONLY PASSENGER CARS). MORE AND MORE REQUESTS FOR PHOTO IDEAS WERE FLYING IN. I KNEW THE C140 WAS IN THE WINGS, AND NOW WAS THE TIME TO DEVELOP MY OWN IDEAS FOR THE C140 AND THIS AUTOMOBILE EVENT. I SPONTANEOUSLY UNDERSTOOD THE LIFESTYLE AND LUXURY THAT BEST

Plätze, wo Frankreichs Geldadel und der Geschmack der Bordeauxweine sich treffen. Alles hübsch vom Videoband auf Hardcopy gebracht und mit „kleinem Untertext“ ergänzt zog ich nach Untertürkheim, um dort Herren von PR und Öffentlichkeitsarbeit zu treffen.

„Die Kulissen sind perfekt, da passt unser Schmuckstück hin“ lautete einstimmig der Kommentar. „Bitte arrangieren Sie die entsprechenden Genehmigungen sofort, sodass wir Ende des Monats die ersten Motive bekommen.“ Zum zweitenmal gingen die beiden Locationhunter los, diesmal gezielt zu den Schloss- und Gutsbesitzern und nur mit einem Aufwand von 6 Tagen.

Inzwischen befasste ich mich mit der Formulierung des Briefings und grenzte die Kosten ab, damit der Stein auch von der administrativen Seite her ins Rollen kam. Doch bevor auch nur einer das hübsch formulierte Fotokonzept mit Kostenschätzung und Arbeitsbeispielen auf fast 40 Seiten bewundern konnte, gab es urplötzlich ein neues Fotobriefing.

Der C140 sollte frei von jeder Assoziation präsentiert werden, insbesondere sollte das „Topmodell“ keinesfalls nur auf die wohlhabende Kundschaft reflektieren. Es würde seitens Design und Vertrieb erwartet, gegenstandslose Hintergründe zu finden und durch stimmungsvolle Lichtarrangements das Blechkleid geschmeidig und emotionsgeladen darzustellen.

Château ade bis zum nächsten Modell, für den C140 brauchten wir was Neues. „Sind die zwei noch in Bordeaux? Bei der nächsten Routinemeldung (es gab noch kein Roaming für die Handys) bitte gleich mit mir verbinden.“ So geschah es Stunden später. Team erst enttäuscht, nachdem es bereits Zusagen (sogar schriftlich) von 9 Gutsbesitzern in der Tasche hatte, darunter Prominente wie „Madame Margaux“ und „Baron de Rothschild“, dann aber begeistert von der neuen Herausforderung. Die Toplocations heben wir für ein anderes Shooting auf, wir melden uns in 3 Tagen wieder. Dabei blieb´s und tatsächlich hatten die beiden nur 72 Stunden später gegenstandslose Kulissen: Hochplateau am Meer, Hügelketten im Dunst, Wolkenbildungen am Abendhimmel: Telefonat: „Alles erledigt, kommt jetzt heim, wir müssen am Dienstag präsentieren.“

represented the car. Where else could you envision this but in France. So the story went on: two of my experienced location hunters (people with an eye for locations) went searching for a location, equipped with video cameras and driving around in a Mercedes T-model through the countryside. After 14 days of tooling around they came back and presented approximately 15 locations: chateaus, gardens, entrances and squares, where French moneyed aristocracy meets the wine of Bordeaux. I copied the pictures from the videotape and pasted them onto cardboard to create a storyboard. I added some descriptive text under each picture and went to Untertürkheim to meet the members of the public relations/press department.

“These backgrounds are perfect, that's the right place for our jewel,” was the unanimous response; “please immediately make the necessary arrangements and get permission from the owners, so we can have the first pictures shot and in our hands by the end of the month”. The location hunters left for a second time, but this time to get the release to shoot from the farmers and castle owners. And it took 6 days and 3000 km and not the 6000 km and 14 days they needed for the previous search. Meanwhile I dealt with cost estimates and formulated a photo concept storybook. But just before anybody could admire this beautiful description of the photo concept, including working examples of almost 40 pages, a new photo briefing was abruptly given.

The “C 140” had to be presented free from any specific associations; especially the top model should not only impress a wealthy clientele. The design and sales departments expected pictures using abstract backgrounds, where the chassis's form was emphasized using evocative lighting.

So wave goodbye to the Chateau till next time. We need something new for the “C 140”. Are the two hunters still wandering around in Bordeaux? I had to explain the new situation (no cell phones with roaming functions then), so we had to wait for the next routine scheduled call. It just so happened that they had already collected 9 agreements from places the likes of Madame Margaux and Baron de Rothschild. They

Das Konzept ging durch, die Kosten waren im Rahmen, das Fotofahrzeug stand Tage später bereit. Doch dann kam der alles verändernde Anruf: „Wegen verschiedener Geheimhaltungsverletzungen bei Prototypen müssen wir Sie um eine erhöhte Sicherheit vor Erbkönigsjägern bitten, wie stellen Sie sich das vor?“

Diese Forderung der zentralen Unternehmenssicherheit war eine zusätzliche Aufgabe, die ich selbst lösen musste. Trotz jahrelanger Erfahrung und Einsatz diverser Tricks hatten es immer wieder findige Journalisten und Erbkönigsjäger geschafft, während oder nach Fotoproduktionen Bilder der noch geheimen Produkte zu erhaschen.

Ich musste also auf neue Sicherheitsmethoden kommen, die wasserdicht waren. Aber mit wem soll man das diskutieren, wer ist überhaupt kein Sicherheitsrisiko? Entschluss: Ich machte diesmal alle strategischen Pläne alleine. Fahrzeugübernahme im Werk, nicht mit dem eigenen Transporter, dass soll eine Spedition erledigen (geschlossener Auflieger). Umladen des Fahrzeugs bei Dunkelheit auf einem Autobahn-Rastplatz, den ich erst nach Abfahrt des Teams per Autotelefon bestimme (auf einem Gebiet mit deutschem Funknetz). Ausstellen des Carnets durch betriebsfremde Person und mit Einbeziehung dreier verschiedener Länder (Täuschungsmanöver Schottland und Italien). Internbezeichnung „Toscana“, damit jeder glaubt, der Job läuft in Italien. Buchungen der Flüge von Fototeam und Kunde durch RS persönlich und von Zuhause aus, kein Reisebüro, sondern bei Airline direkt, Ticketübergabe eine Stunde vor Abflug am Check-in. Hotelbuchung durch Produktionsleiter erst bei Anreise und persönlich vor Ort und so weiter (teilweise Betriebsgeheimnis).

Vorbereitung und Abmarsch aller Beteiligten lief planmäßig, umladen auf Raststätte Baden-Baden ohne Zwischenfälle, keine verdächtigen Verfolgungen bei Wendemanöver an zwei Autobahnausfahrten. Verwunderte Gesichter beim Team, als es beim Abflug nicht nach Bologna, sondern nach Paris ging. Anruf aus Biscarosse von der Vorhut: Hotel gefunden, Zimmer o.k., Wetter top, bis morgen.

were disappointed at first by the news from MB's sales and marketing department but soon became excited again by the next challenging assignment. They said: “We will keep these top locations for another shoot, and we'll call you back in the next 3 days.” Actually after only 72 hours the two had found many abstract and neutral backgrounds: a high plateau above the sea, ranges of hills set in the mist, cloud formations in the evening. The phone conversation went: “Mission accomplished. Come home now, we have to present this idea on Tuesday”.

So the concept was accepted, the costs were on target and the automobile was ready for shooting a couple of days later. However, yet another phone call from the company changed our plans again. This time, the client's security service asked: “Since there have been a couple of violations of secrecy with our prototypes, we have to insist on a high level of view protection against the so-called Erbkönig hunter photographers. So how are you going to handle this?” This demand from the central security department was yet another task I had to solve myself. Despite the experience we had acquired through years of photographing secret vehicles and the tricks we used, there had been a journalist or photographer or two who were able to shoot some still undercover products.

I had to find a really fool proof system. But with whom should I discuss this problem, when anybody and everybody could be a possible security risk? The decision was: I'll make all the plans myself. The car was taken over at the factory; it shouldn't be picked up with our own transporter but through a shipping service (carried in a closed cab). The car would be reloaded into another truck – our truck – at a freeway rest stop in the dead of night. Then I could call my team from the car phone after the departure. Shipping papers were prepared through a third party with three different countries stated on the documents as destinations (Scotland and Italy as a diversion). Internally we called the job “Toscana”, so people could believe the shooting would be done in Italy. René Staud personally reserved the tickets for the team and the client from

Am anderen Tage waren dann auch alle da: Lkw mit Auflieger samt Equipment, Labor und Fotofahrzeug (38-Tonner), Fahrer, Beifahrer und 4 Mann Wachmannschaft mit T-Modell und Geländewagen. Fototeam 4-köpfig + Laborantin mit T-Modell und 300 SL-Flügelrüher zum Ablenken der Passanten, außer RS, der wie immer 2 bis 3 Tage später anreist, um so dem Team schon mal Freiraum für erste Ergebnisse zu geben.

Mittags kam der Anruf aus Untertürkheim vom Kunden: „Zwei unserer Leute wollen vor Ort Einsatzfotos machen, bitte arrangiert das.“ Klar buchten wir denen die nächste Maschine Stuttgart – Paris – Bordeaux. Die setzten sich am Folgetag auch pünktlich ins Flugzeug und sollten in Bordeaux abgeholt werden. Ging aber nicht wegen Fluglotsenstreik, und so saßen dann die beiden in Paris, Flughafen Charles de Gaulle. Anruf bei RS um 19:00 im Büro: „Wir sind jetzt in Paris, fahren mit dem Zug weiter, arrangiert die Abholung am Bahnhof um 06:40 Uhr.“ Aber RS konnte nichts arrangieren, weil das Team sich inzwischen nicht mehr meldete.

Später stellte sich heraus, dass in Bordeaux unsere Leute von dem Streik erfuhren und davon ausgingen, dass die zwei MB'ler am Morgen mit der nächsten planmäßigen Maschine kommen würden.

Abends 20:10: Anruf Kunde vom Hauptbahnhof Paris: „Wir fahren jetzt los, wissen die in Bordeaux Bescheid?“ Leider nicht, aber wird schon noch klappen. Doch keiner meldete sich und so verging die Nacht.

Morgens 6:20: „Wir sind jetzt in Bordeaux am Bahnhof, was sollen wir tun?“ Ich schlug vor, mit einem anderen Zug Richtung Meer zu fahren, dort müsste die Locationmannschaft sein.

6:40: „Richtung Meer kommt eigentlich nur Arcachon in Frage, kann das sein?“ – „Moment, ich muss in die Garage, einen Autoatlas holen. Ja, Arcachon oder südlicher, aber fahrt schon mal nach Arcachon, ich arrangiere alles.“ Aber vom Team hörte man weiterhin nichts.

8:10: „Wir sind jetzt in Arcachon, niemand zu sehen“ – „Bitte wartet, ruft in 30 Minuten wieder an.“ Kunde: „Ich glaub, wir spinnen. Jetzt sind wir seit 24 Stunden unterwegs, was soll der

home directly with the airline – no travel agency was involved. The team could pick up the tickets one hour before departure at the Check-In counter at the airport. The production manager had to book the hotel rooms upon arrival at the location and so on (partly a business secret).

Preparation and departure of everyone involved was on schedule. The car transfer at a rest stop near Baden Baden proceeded without incident; they made two U-turns to check that there were no suspicious cars following. Meanwhile at the airport, the other part of the team was surprised when the flight wasn't going to Bologna but to Paris instead. The advance guard, which was sent on ahead to make the final arrangements, called from Biscarosse: "found hotel, rooms o.k, weather is great, see you tomorrow".

The next day the team was finally complete: a 38 ton truck with the car, photo equipment and a small photo laboratory; driver, co-driver, four people for security with a T-car model, an off-road car, a four person photography team and a photo laboratory worker, another T-car and an "SL 300" classic car to distract the passersby; everyone except René Staud, who always arrives two to three days later to let the team set up and analyze the results from the first test shots.

On this day there was a phone call at lunchtime from the client in Untertürkheim. "Two people of our department want to take some pictures of the set, please arrange this." So we booked them a flight for the next day to Bordeaux via Paris. The next day they took their flight at the right time because we were to pick them up in Bordeaux. But there was a ground controller strike in Paris so the two were stranded at Charles de Gaulle, Paris. René Staud got a call at 7:00 p.m. "We are going to take the train now, can you please arrange that someone picks us up tomorrow at 6:40 a.m." At this point René Staud couldn't make any further arrangements because his team didn't call that evening. Later it turned out that the team had heard about the strike and assumed that the two customers would arrive the next day on the next scheduled flight. Evening: 8.10: The customer called again from the train station

Quatsch?" RS: „Tut mir leid, ich weiß selbst nicht, wo meine Leute sind“ usw.

9:20: Anruf vom Team „Flieger kam heute früh, keiner drin, was sollen wir tun?“ – „Wo seid Ihr überhaupt, fahrt sofort zur Location, bis die Kunden euch gefunden haben.“

9:40: „Sind jetzt in Pyla, haben gefrühstückt, wissen Sie jetzt, wo wir hin müssen?“ – „Ja, fahrt einfach an der Küste entlang, meine Leute sind ca. 4 Kilometer weiter südlich in Biscarosse-Plage.“

9:50: Anruf vom Team übers französische Autotelefon „Wir haben uns gefunden, aber die Jungs sind stocksauer, die glauben, wir haben heute Nacht gefeiert und verpennt.“ Noch nach Monaten ging die Parole durchs Mercedes-Werk: „Hier C140 ... bitte melden ... over.“

Ein Tag später flog ich mit unserem Auftraggeber ebenfalls nach Bordeaux. „Es war ganz einfach!“



Emotion pur: der neue C 140 und der alte SL? als Ablenkungsmanöver für Schaulustige

Pure Emotion: the new C 140 and the old SL? ... diversion for passersby

in Paris. "We'll take the train now, does your team know about us in Bordeaux?" Sorry no, but it will work out. But the team didn't call during the night.

Morning 6.20: The customer "We are at the Bordeaux train station, what can we do now?" I suggested taking another train to the coast, the team should be there.

6.40 a.m.: "Direction coast this can only be Arcachon, right?" "Wait a moment let me get my car map, it's in the garage. Yeah, Arcachon or more south but take the train anyway to Arcachon, I will make the arrangements for you." But there still wasn't a phone call from the team.

8.10 a.m.: "We're in Arcachon now, nobody seems to be here to pick us up" – "Please wait and call me again in 30 minutes." Customer: "We can't believe this. We have been on our feet now for 24 hours, what kind of baloney is this?" – René Staud: "I'm so sorry, but I can't tell you where my team is at the moment" – and so on.

9.20 a.m.: A call from the team: "Airplane arrived, no client on board, what should we do now?" – "Where have you been – go to the location right now, the client will meet you there."

9.40 a.m.: "We are now at Pyla, we've had breakfast, do you know now where we have to go?" – "Sure, follow the coast road, my team is at Biscarosse Plage, 4 km southwards."

9.50 a.m.: Another call from the team but now from a French car phone: "We have found them, but these guys are pretty mad. They think we celebrated and partied last night and didn't wake up this morning".

One day later, I took a flight with my client to Bordeaux too. Even months after this event the word that passed through the Mercedes factory was "C 140 calling ... please respond ... over".

It was an easy job, wasn't it?

RE 71

Bridgestone Breitreifen. High-Tech für höchste Ansprüche.



ALLES FÜR DIE „KAZ“

“KAZ“ FOR FREE ALL FOR NOTHING

oder eine schwäbisch-japanische Freundschaft
or a swabish japanese friendship

„KÖNNTEN SIE UNS EINE REIFENKAMPAGNE FOTOGRAFIEREN?“ GING AUS EINEM ANRUF DER DEUTSCHLANDTOCHTER DES REIFENKONZERNES BRIDGESTONE HERVOR. „IM MITTELPUNKT STEHT DER NEUE PORSCHE 959, AUCH GRUPPE B GENANNT, EIN HÖCHSTLEISTUNGSFAHRZEUG, DAS WELTWEIT AUSSCHLIESSLICH MIT UNSEREN REIFEN BEREIFT WIRD.“ SCHÖN WAR, DASS DAMALS PORSCHE MICH ALS FOTOGRAF EMPFOHLEN HATTE, NACHDEM BRIDGESTONE DEN ZUSCHLAG ALS „BESTER REIFEN“ ERHIELT. KEIN GERINGERER ALS UWE BRODBECK, DAMALS BEI PORSCHE IN DER PRESSEABTEILUNG, EMPFAHL MICH DEN JAPANERN. DEREN WERBEAGENTUR DENTSU REISTE ALSBALD AUCH MIT 5 MANN AN, DARUNTER DER CREATIVE DIRECTOR KAZUO HATAKAYAMA, SPÄTER KURZ UND BÜNDIG KAZ GENANNT. WIR FREUNDETEN UNS SCHNELL AN, NICHT ZULETZT WEIL ER ALS JAPANER AM LIEBSTEN TAG UND NACHT ARBEITETE UND ICH ALS SCHWABE IMMER GERNE FLEISSIG MITZOG. WIR REALISIERTEN VERSCHIEDENE

"CAN YOU DO THE PHOTOGRAPHY FOR OUR TIRE ADVERTISING CAMPAIGN?" WAS THE QUESTION FROM THE GERMAN BRANCH OFFICE OF BRIDGESTONE, THE MAJOR CAR TIRE MANUFACTURER. "THE NEW PORSCHE 959, A HIGH PERFORMANCE VEHICLE, WILL BE THE CENTER OF ATTRACTION BECAUSE IT WILL BE EXCLUSIVELY FITTED WITH OUR TIRES WORLDWIDE." WHEN BRIDGESTONE WAS AWARDED THE CONTRACT, IT WAS A NICE GESTURE BY PORSCHE TO RECOMMEND ME AS THE PHOTOGRAPHER. AT THAT TIME UWE BRODBECK, WHO WAS WORKING FOR PORSCHE'S PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT, WAS NICE ENOUGH TO MAKE THIS RECOMMENDATION

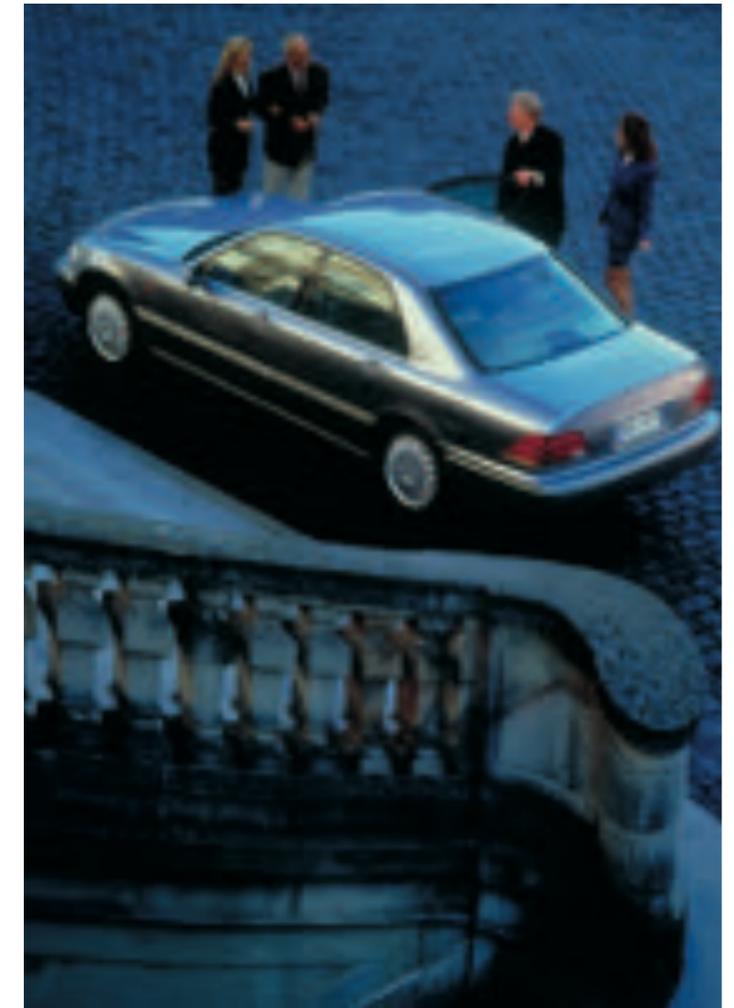
知は
解
解
解

Konzepte und testeten viele Möglichkeiten der Reifendarstellung, die dann auf Jahre rund um den Erdball den Werbeauftritt des Reifengiganten Bridgestone begleiteten. Aber die Begegnung mit Kazuo Hatakayama sollte nicht einmalig bleiben; bereits Monate später hatten wir Gelegenheit, für die Einführung des neuen Honda gemeinsam die Anzeigenkampagne zu realisieren. Es

to the Japanese. All at once five members of their advertising agency Dentsu visited us, under the creative director Mr. Kazuo Hatakayama. We later called him just Kaz. We quickly made friends, not least because as a Japanese he liked to work day and night and being the Swabian I am, I liked to stay busy right along with him. We created and

Auch die Einführung des BMW 7er lag in der Verantwortung der Japaner, und wieder war es Kazuo, der als verantwortlicher Creative Director zeichnete. Typische Motive europäischer Herkunft mit Menschen, die der Zielgruppe entsprechen. Bemerkenswert der technische Aufwand, den wir uns bei jedem einzelnen Motiv leisten durften und der sogar

months later we again got the opportunity to work together. We successfully worked together on the advertising campaign for the new Honda. First, we had to visualize how to present and display this vehicle in such an experienced and advanced market like Germany. The quintessential freeway scene, pedestrian walking area, romantic parks and histori-



ging vor allem um die visuelle Darstellung, wie das Fahrzeug auf dem Vorzeigemarkt Deutschland im Einsatz ist: Typische Autobahn, Fußgängerzone, romantische Parks und historische Gebäude sollten dem Fahrzeug den Eindruck verleihen, wie sich der typische Asiat Deutschland vorstellt.

developed different concepts and tested various ways to present the tires; for two years our photographic work accompanied the advertisement around the world for the gigantic tire producer Bridgestone. This would not be our last encounter with Kazuo Hatakayama, and just a couple of

einmal dazu führte, dass Teile einer süddeutschen Großstadt für den Verkehr gesperrt werden mussten. Wochentags 11 Uhr: Nichts ging mehr (siehe nächste Doppelseite).

cal buildings together should impart an impression of the car and how a typical Asian imagines Germany.

Anzeigenkampagne für die Neueinführung des Honda in Deutschland

Advertisement campaign for the market launch of the new Honda in Germany



When the BMW 7 type was launched, the same Japanese agency was in charge of the project and yet again there was Kazuo, who was the creative director for the campaign. They wanted a typical European background full of people that correspond to the target group. So remarkable was the technical effort that we were allowed to spend as much as necessary for each shot. One time we even had to close a part of a major city in southern Germany to traffic at 11:00 on a workday to photograph a scene. There was no way around it.

Technisch aufwendige Werbekampagne für BMW zur Markteinführung der 7er-Serie.

Technical extravaganzas for the BMW 7 series launch advertisement campaign.



RIG-Aufnahme mit dem neuen Toyota Lexus; entstanden auf der Nordschleife des Nürburgrings

The RIG photos of the new Toyota Lexus. These were created at the Nuerburgring north curve.



HIGH-SPEED AM NÜRBURGRING

Für ein Katalogshooting beauftragte Toyota wieder einmal die Agentur Dentsu: Ein Toyota in voller Fahrt über die Nordschleife, die härteste Autoprüfung der Welt. Mit High-speedaufnahmen hatte ich schon viel Erfahrung gesammelt, vom Kleinbild über 6 x 6 bis hin zur 4 x 5 inch Aera-Technika war in all den Jahren alles im Einsatz, und zwar bei Verschlusszeiten ab 1/30 Sekunde abwärts bis hin zu 1/4 Sekunde mit Steadycam und Gyroskop.

Aber richtigen Speed, den gibt's nur mit dem RIG, und Testaufnahmen mit anderen Fahrzeugen hatten nicht nur Kazuo überzeugt, sondern auch seinen Auftraggeber und dessen Budgetverwalter.

Montag ist der beste Tag, um den Nürburgring für ein Shooting exklusiv zu mieten. Aber nur an bestimmten Montagen. Und wieder einmal passte alles zusammen: Terminwunsch des Kunden, Verfügbarkeit der Rennstrecke, Zeitplan der René Staud Studios. Nur das Wetter machte gar nicht mit und der Aufbau der komplizierten und empfindlichen RIG-Technik fand bei Nieselregen statt. Aber pünktlich und zwar wirklich nur für wenige Minuten hatte der Himmel ein Einsehen und wir konnten die wenigen Planfilme durchbelichten, die zu nebenstehendem Ergebnis führten. Wieder einmal taten wir „alles für die Kaz“, allerdings nicht in der Bedeutung des schwäbischen Sprichworts, wo dann die Leistung sozusagen erfolglos ist, sondern in buchstäblicher Übersetzung, obwohl unser lieber Freund Kazuo Hatakayama das Sprichwort bis heute nicht verstanden hat.

Sprichwort: Der René tut alles für die Kaz. Sprichwort im Studio, weil ich wirklich immer alles für unseren Freund aus Japan realisierte.



HIGH-SPEED AT THE "NUERBURGRING" RACETRACK.

Dentsu agency was again commissioned to produce a catalogue for Toyota. We had to photograph a Toyota car driving full speed through the "Nuerburgring" north curve, one of the toughest tests in the car world. I had had a lot of experience shooting cars driving at high speed using every format imaginable, from 35 mm to 4 x 5 inch, with shutter speeds of 1/ 30 seconds to 1/4 of a second with steady cam and a gyroscope. But really good speed pictures can only be taken with a RIG. Test shots of other cars that had been taken with the RIG convinced Kazuo and then his customer and the customer's budget controller. The Nuerburgring can only be rented exclusively on Mondays. But only on particular Mondays. All at once everything fitted together: the client's requested date, racetrack availability, and René Staud's Studio schedule.

Only the weather wasn't very accommodating. The installation of the complicated and sensitive RIG technique had to take place in drizzling rain. But right on cue and really only for a few minutes the sun shone and we could expose our few sheets of film. The results are presented opposite.

And again we did "alles für die Kaz". But not in the meaning of the Swabish proverb, where it means that the effort was unsuccessful, but in the sense of the direct translation – we did everything for Kaz. Although Kazuo Hatakayama never could understand the meaning of our proverb in the Studio, because I really always did my best for our friend from Japan.

Snapshots with Mr. "Kaz" taken during the RIG photo session of the new Toyota Lexus.





Jürgen Lischewski
MERCEDES-BENZ

300 SL

art & car edition

SL UND RS

SL AND RS

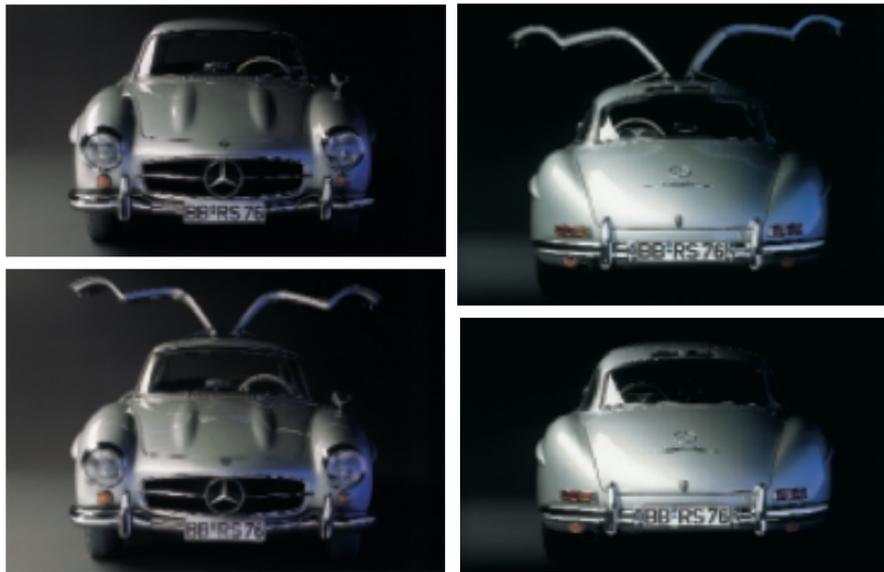
Die Geschichte einer großen Liebe

The story of a big love

ES WAR ENDE 1987, ALS WIR ERFOLGREICH DIE DESIGNSERIE C124 ABGESCHLOSSEN UND AN UNSE-
REN AUFTRAGGEBER, DIE MERCEDES-BENZ AG, BEREICH DESIGN, ÜBERGEBEN HATTEN. OBWOHL WIR
ALS FOTOGRAFEN NORMALERWEISE DIE BILDBEURTEILUNG SELBST VORNEHMEN UND DAS VORLIEGEN-
DE ERGEBNIS UNSEREN ANSPRÜCHEN VOLL ENTSPRACH, SCHIEN ES MIR IN DIESEM FALL ANGEMESSEN,
HERRN BRUNO SACCO, DAMALS CHEF-DESIGNER VON MERCEDES-BENZ, ANZUSPRECHEN. SCHON
BALD BEKAM ICH EINEN BESPRECHUNGSTERMIN, IN DEM „LOB UND TADEL“ ZU DER VORLIEGENDEN
ARBEIT RECHT GUT AUSFIELEN. SACCO LENKTE
JEDOCH SEHR SCHNELL ZU EINEM ANDEREN THEMA
ÜBER: „LIEBER HERR STAUD, DIE FIRMA MERCEDES-
BENZ WIRD IN KÜRZE EINEN NEUEN SPORTWAGEN
PRÄSENTIEREN, ÜBERLEGEN SIE DOCH MAL, WIE WIR
DIESES FAHRZEUG INS RICHTIGE LICHT SETZEN KÖN-
NEN.“ GESAGT, GETAN. MIT DEM ANSTOSS VON
BRUNO SACCO STAND SCHON BALD DER
TRANSPORTER VOM MERCEDES-MUSEUM VOR

IT WAS THE END OF 1987 AND WE HAD JUST FINI-
SHED THE PHOTO SESSION FOR THE C124 DESIGN
SERIES AND THE PICTURES WERE DELIVERED TO OUR
CLIENT, MERCEDES-BENZ AG. EVEN THOUGH WE
WERE COMPLETELY SATISFIED WITH OUR RESULTS, IT
SEEMED APPROPRIATE TO ME, IN THIS CASE, TO
ARRANGE A MEETING WITH MR. BRUNO SACCO, THE
HEAD DESIGNER OF MERCEDES-BENZ AT THAT TIME.
QUICKLY I GOT AN APPOINTMENT TO SPEAK TO MR.
SACCO. IN THIS MEETING OR CRITIQUE, HE IN-
FORMED ME THAT THE WORK AT HAND TURNED OUT
VERY WELL. MR. SACCO, HOWEVER, QUICKLY STEERED
THE CONVERSATION TO ANOTHER TOPIC. "DEAR MR.
STAUD, MERCEDES-BENZ WILL SOON LAUNCH A NEW
SPORTS CAR. THINK ABOUT HOW WE SHOULD PRE-
SENT THIS VEHICLE IN THE BEST LIGHT." NO SOONER

dem Studiorolltor und überstellte uns einen fabelhaften 300 SL Roadster Baujahr 1957 – silber, Leder rot –, der allerdings bei der Ankunft hier im Studio auf etwas Verwunderung stieß: „Waren beim legendären 300 SL nicht immer Flügeltüren dran?“, fragten wir uns. Was gleichzeitig das geschichtliche Niemandsland bei der Studio-mannschaft und bei mir verdeutlichte. Schon bald lernten wir den Unterschied zwischen Roadster und Flügeltürer zu



schätzen, kam doch fast parallel dazu die Anfrage des Münchener Autojournalisten Jürgen Lewandowski herein, der dringend ein Titelbild für sein neues Buch brauchte. Zufälligerweise ein Buch über den 300 SL (Typ 198).

Nun, wir hatten inzwischen ein Fahrzeug mit Flügeltüren im Studio, und wir konnten direkt auf die Wünsche sowohl von Lewandowski als auch von Prof. Niefer einschwenken, der eigens für das Buchprojekt einen Anruf startete, „damit au jo s’ Daimlerblau richtig wird, wenn’s scho a eiges Buch für den Karra gibt“.

Mit der Produktion des Titelbildes allein wären wir bei solch einem Fahrzeug natürlich nie zufrieden gewesen, wir wollten mehr. Wir hatten auch schon einiges aus den Lichttests der Sacco-Produktion herausgesucht, und so

said than done; with a push from Mr. Sacco, a car-transporter from the Mercedes-Benz Museum rolled up to the studio's gate a short time later and delivered an absolutely gorgeous SL 300 Roadster – built in 1957, silver, with red leather seats. On its arrival in the studio we were amazed: "Didn't the SL 300 always have wing doors?" Obviously the team and I were in some kind of historical no-man's land. Almost on the same day we got a request from the car journalist Juergen Lewandowski of Munich, who urgently needed a cover picture for his new book. Coincidentally, it was a book about the SL 300 (Type 198), which in turn, quickly taught us the difference between a SL 300 Roadster and the version with the wing doors.

Well, meanwhile, we had a vehicle with wing doors in our studio, and so we could entertain of Mr. Lewandowskis

Designserie C 124;
zahlreiche Motive in
Sandwichtechnik
fotografiert;
entstanden Ende 1987
für die Daimler Benz AG.

Design series C124;
Numerous motifs were
photographed using the
sandwich technique.
Made for Daimler Benz
AG at the end of 1987.

Berühmtes Motiv aus dem
„300 SL“-Buch, erschie-
nen im Südwest-Verlag,
Art & Car Edition, von
Jürgen Lewandowski.

Famous motif from
the book "300 SL"
published by Suedwest-
Verlag, Art & Car
Edition by Juergen
Lewandowski.





ergänzten wir fleißig die Bildserie, um zu beweisen, was wir können. Alles war wunderbar bis zum Sommer des Jahres 1988, als ich zur Druckabstimmung nach München fuhr, um im Südwest-Verlag die Studiobilder abzusegnen. Es war erschütternd – nicht dass der Verlag schlecht reproduziert hätte, auch war rein drucktechnisch nichts einzuwenden, dennoch, dem Herzstück des Fahrzeugs – den Türen – wurde jedesmal ein Schnitt verpasst, was sich offensichtlich bei der Produktion eines Buches nicht anders realisieren lässt.

Mit diesem negativen Eindruck kam ich zurück ins Leonberger Studio und berichtete. Wir entschieden: Noch bevor das Buch auf den Markt kommt, wollen wir die 6 schönsten Motive als Kunstdruckmotive auflegen, um zu zeigen, wie das Fahrzeug in Wirklichkeit ohne Trennung im Buchbund aussieht. Dabei entstanden sehr schöne Motive, die später zu einer ganzen Kollektion wurden.

Nun lagen wenige Wochen später 6 fabelhafte Kunstdrucke vor. Bei der internen Präsentation, der unser Grafiker „Alfred“ beiwohnte, kam eine neue Idee auf: KALENDER. „Kalender“, sagte unser lieber Alfred, „einen Kalender müsst Ihr aus den 6 Motiven machen, wäre doch prima.“ Ich meinte jedoch, 1 Bild für 2 Monate, das gibt’s nicht, entweder pro Monat ein Bild oder gar keinen Kalender. Und so fiel der Startschuss für den 300 SL-Kalender, Edition 1989. Zwar fehlten noch einige Motive, aber einmal in Übung hatten wir die bald zusammen und in Kürze war der Kalender reproduziert



request and Prof. Niefer's too. Professor Niefer, then chairman of Mercedes-Benz, called us especially about Mr. Lewandowski's book project to advise us "that the Daimler blue has to turn out just right, if this old car is getting its own book".

Of course, we would never be satisfied producing a picture for the cover of a book; we wanted to do more. We picked out a couple of examples from the Sacco production's lighting test shots and added them to this photo series to show what else could be done. Everything went marvellously until the summer of 1988 when I had to go to Munich for the prepress presentation of these studio pictures for the cover shot in order to give my final okay at the publisher "Suedwest Verlag". It was devastating, – not that it was a badly printed reproduction –, there was absolutely no objection to the printing technique and quality. But the core component of the vehicle – the wing doors – were lost being split over two pages. But there was nothing the publisher could do about it.

I went back to the studio disappointed by this negative experience. We made up our minds then and there: before this book was released and sold to the public, we wan-

und gedruckt. Die Ersten, die ihn sehen sollten, waren – na wer schon – Bruno Sacco und sein Führungsteam. Die waren es ja schließlich, die den Grundstein für diese Geschichte gelegt hatten.

Der Kalender war noch druckfrisch, das erste Exemplar wurde sauber in Aluminiumrahmen eingerahmt und ich fuhr eiligst nach Sindelfingen zur Präsentation. Der anspruchsvolle Ästhet Bruno Sacco war sehr angetan: „Genauso hab ich mir das vorgestellt, allerdings war das erst die Vorprüfung, lieber Herr Staud. Unser Leiter Corporate Design, Johann Tomforde, hat noch ganz andere Dinge mit Ihnen vor. Sie erinnern sich doch noch an meine Anfrage für das Fotoshooting unseres neuen SL. Jetzt kann's losgehen – das Auto ist fertig.“

Es sollte eine große Sache werden, wie sich in einem längeren Briefinggespräch herausstellte. Kurze Zeit später hatten wir einen unserer größten Aufträge im Haus, verbunden mit der Präsentation des Fahrzeuges, die erstmals in einem Fotostudio und nicht in südlichen Gefilden oder auf einer Messe vollzogen wurde. Bei dieser Präsentation konnte nicht nur das Fahrzeug einer größeren Weltöffentlichkeit vorgestellt werden, sondern es sind auch neue Wege der Kommunikation entstanden, vor allem der Bezug zur Tradition, wie das nebenstehende Motiv zeigt.

Nachdem nun die Weltöffentlichkeit durch die Präsentation des neuen SL erfuhr, welche enge Beziehung das Fototeam von René Staud zu den SLs hatte, waren wir schon fast verpflichtet, dem Kalender eine Fortsetzung zu geben, und so entstand der 300 SL-Kalender 1990 mit Interpretationen des 300 SL in immer neuen Varianten.

Mit dem Kalender 1991 wollten wir endlich auch den Arbeitskollegen und Kritikern beweisen, dass nicht nur das Fahrzeug immer wieder fabelhaft zu fotografieren ist, sondern dass neue Techniken und fotografische Ideen den heutigen Stand der Automobilfotografie neu profilieren. Dieser Wunsch und Drang wurde auch immer unterstützt von einem großen Freund des 300 SL: von Klaus Kienle. Zu

ted to produce the six most beautiful shots as art prints. Only to show how the car looked in reality without having it cut as in the book.

Wonderful images came out of the shoot; and a few weeks later, we had six fabulous art prints that would eventually become a print collection. Our graphic designer "Alfred" joined us at our internal presentation, when a new idea came up: a calendar. "A calendar", said our dear Alfred, "you should make a calendar with these six pictures, that would be great". However, I asserted: "One picture for every two months: that's impossible. Either we have a picture for each month or there will be no calendar." That was the way in which the "SL 300 Calendar" edition was born. It's true some pictures were missing but we soon produced and assembled them all together. And in no time at all the calendar was produced and printed. The first people chosen to take a look were none other than Bruno Sacco and his design team. They had ultimately laid the foundation for this story.

The calendar was still fresh from the printing press when the first prints were nicely mounted in aluminium picture frames. I took the framed prints and drove quickly to the scheduled presentation at Mr. Sacco's office in Sindelfingen. The stylish aesthete Bruno Sacco was really impressed. "This is exactly how I have always imagined it, but this was only a first test, dear Mr. Staud. Johann Tomforde, our manager for corporate design, is planning to do some more with you. Do you remember when I asked you about a photo session for our new sports car SL? We can start now with the shoot – the car is ready."

It would become a really big deal as it turned out in the extended briefing that was held afterwards. Shortly after the meeting we had this assignment in house – one of our biggest assignments ever. This assignment was combined with the introduction of the car: it would not be introduced at a trade show, nor in the usual southern regions – but in our photo stu-

Der „Alte“ und der „Neue“; offizielles Pressebild zur Vorstellung des SL Typ R 129

The "Old" and "New" one; the official press picture for the introduction of the SL R129





dessen Firmenumzug ins neue Gebäude produzierten wir ihm als besondere Überraschung ein Motiv aus SL, SC und 600.

Inzwischen ist das Thema SL und damit verbunden der 300 SL-Kalender zu einem festen Bestandteil der René Staud Studios geworden.

Immer neue Ideen, immer neue Wünsche nach fotografischen Umsetzungen und immer neue Beweise der technischen und kreativen Machbarkeit sollen auch zukünftig Bestandteil der Kalender-Edition sein.

Auf diesem Foto sieht man die ungewöhnliche Konstellation zwischen SL, SC und 600.

Here you can see the unusual constellation between SL, SC and 600.



Als Buch: Highlight 77 x SL, erschienen 1994 sowie Teil 2, erschienen 2001.

Der neue Firmensitz von Klaus Kienle: Kienle Automobiltechnik in Heimerdingen

Klaus Kienles new headquarters: Kienle Automobiltechnik Heimerdingen



dio. This presentation was not just used to show the car to the public, but we also forged a new way of communicating the Mercedes tradition.

When the public realized from the presentation of the new SL how tight the relationship was between René Staud, his team and the new SL, we were almost obliged to continue the calendar project. The 1990 calendar with the interpretation of the SL 300 in different variations was developed.

With the 1991 edition we wanted to prove to our colleagues and reviewers alike that not only was this car fabulous to photograph again and again, but also that automobile photography could benefit from new photographic techniques and ideas. This desire and drive was also always supported by another great friend of the SL 300, Klaus Kienle. We produced a shot of the SL, SC and 600 to give him a special surprise as a thank you when Kienle's company moved into his new building.

Meanwhile, the SL theme and the calendar edition has become an integral part of the René Staud Studios program. In future, we promise to keep the calendar edition a field for new ideas, new requests for photographic creations and demonstrations of technical progress and creative possibilities.

As a book: "Highlight 77 x SL, Part I" published 1994 and "Part II", published 2001.



unten:
Bruno Sacco und
René Staud, fotografiert
von Christian von
Alvensleben im Sommer
1999 während eines
Shootings für den „Stern“.

below:
Bruno Sacco and René
Staud, photographed
by Christian von
Alvensleben, summer
1999, during a photo
session for “Stern”
magazine.



links oben:
Ein 1:16-Automodell
dient als Vorlage für eine
neue Bildidee.
unten:
Die fertige
Bildkomposition mit
einem Originalfahrzeug,
dem Unikat 300 SLR.



Top left:
A 1:16 car model is used
as artwork for a new
photo idea.
Bottom:
The finished photograph
composed with the origi-
nal vehicle – the unique
SLR 300.



Die Staud-Crew am Set:
das Arbeitsfoto nach
Abschluss des Shootings
SL-Kalender 1995.
Erinnerung oder
Arbeitsmittel?
Jedenfalls amüsant!

The Staud crew on the
set: A working shot after
finishing the photo ses-
sion for the SL calendar
1995.
Memories or working
tool? In any case, it is
amusing!



AUF SAND GEBAUT

BUILT ON SAND

Die ganz und gar perfekte Illusion

The completely perfect illusion

MIT DER MARKTEINFÜHRUNG NEUER S-KLASSEN HATTE ICH SCHON BEIM W116 ZU TUN, BESONDERS SPEKTAKULÄREN UMFANG NAHMEN ALLERDINGS DIE ARBEITEN FÜR DIE BAUREIHE W140 AN: GLEICHZEITIG BEDIENTEN WIR PRESSE, MARKETING, DESIGN UND VERSCHIEDENE BUCHPROJEKTE. EINES DER BRIEFINGS SAH EINE BILDSTRECKE MIT MEHREREN FAHRZEUGEN VOR, WOBEI BESONDERS MALERISCHE, EDLE, ANSPRUCHSVOLLE KULISSEN DAS UMFELD BILDEN SOLLTEN. AUS TAKTISCHEN, ABER AUCH WETTERBEDINGTEN GRÜNDEN ZOGEN WIR AN DIE CÔTE D'AZUR UND FANDEN DORT AUCH AUSREICHEND ABGELEGENE AUFNAHMEORTE, DARUNTER EINEN NICHT GANZ FERTIG GESTELLTEN HOTELKOMPLEX, HEUTE BEKANNT ALS DAS „CHÂTEAU DE LA MESSARDIERE“ IN ST. TROPEZ. DIE ANDEREN LOCATIONS WAREN EIN GOLFPLATZ, EINE TERRASSE MIT BLICK ÜBER DAS MEER ODER AUCH EINFACH NUR FERNSICHT MIT HÜGELKETTE. EINE BESONDERS REIZVOLLE KULISSE FANDEN WIR AN EINEM FREITAGABEND, EIN ELEGANTES GEBÄUDE MIT POOL UND

WE ALWAYS HAD A LOT TO DO WITH THE MERCEDES S-CLASS, BUT THE PHOTO ASSIGNMENTS FOR THE W140 MODEL TOOK US TO NEW LIMITS. WE SIMULTANEOUSLY WORKED FOR THE PRESS, MARKETING AND DESIGN DEPARTMENTS AND ON VARIOUS BOOK PROJECTS. ONE OF THE BRIEFINGS REQUESTED SHOTS WHERE SPECIAL, ARTISTIC, ARISTOCRATIC AREAS SHOULD PROVIDE THE BACKDROP FOR THESE EXTRAORDINARY VEHICLES. FOR TACTICAL REASONS AND WEATHER CONDITIONS, WE TRAVELED DOWN TO THE CÔTE D'AZUR, AND FOUND NUMEROUS OUT-OF-THE-WAY PHOTO LOCATIONS: AMONG THESE WAS AN ALMOST FINISHED HOTEL COMPLEX WHICH TODAY IS THE WELL KNOWN

Garten. Wir bemühten uns sehr, Besitzer oder Verwalter ausfindig zu machen, aber weder am Freitagabend noch am ganzen Samstag waren wir erfolgreich. Die traumhafte Location musste einfach mit in unser Programm, und so entschieden wir uns diesmal ohne Erlaubnis anzufangen. Sonntag früh vor Sonnenaufgang wollte auch keiner etwas von uns, und wir legten los, bis plötzlich das Fahrzeug in die Terrassenplatten einbrach. In letzter Sekunde manövierten wir den Wagen aus dem Gefahrenbereich, Gott sei Dank hatten wir schon einige Einstellungen erfolgreich geschossen.

“Château de la Messardiere” in Saint Tropez. The other locations were: a golf course, a terrace with a spectacular view over the sea and a gorgeous spot with a chain of hills in the far background. On Friday evening, we found a very exquisite building with a pool and a garden. We took great pains to find the owner or the steward, but we did not have any success on Friday evening or on Saturday. This dreamlike location simply had to be in our program, so we decided to start with the shoot without obtaining permission first. Sunday morning before sunrise nobody was there to bother us. We



Nachdem das Fahrzeug auf sicherem Boden stand, lokalisierten wir den Schaden und stellten fest, dass die gesamte Anlage nur auf Sand gebaut war. Später stellte sich heraus, dass wir das Verkaufsbüro eines Golfplatzinvestors kurzerhand zweckenfremdet hatten. Die traumhafte Terrasse war nur zum Zwecke der Immobilienverkaufsverhandlungen aufgeschüttet und hergerichtet worden, selbst der traumhafte Teich war nicht echt, sondern nur aus Folie gespannt.

Irgendwie hatten uns aber die herrlichen Terrassenplatten dennoch so motiviert, dass wir für den an-

arranged the car on the terrace and commenced shooting when, suddenly, the car broke through the tiled terrace floor. In the last second we maneuvered the car out of this dangerous area. Thank God we had taken some successful pictures. After the car was on safe ground, we checked the damage and realized that the whole place was built on sand. Later we found out that we had used the sales office floor of a golf course investor for purposes other than those for which it was intended; and without a moment's hesitation. The only purpose for this dreamlike terrace was for sales negotiations;



Die perfekte Location und schöne Lichtstimmungen machten eine Vielzahl von unterschiedlichen Aufnahmen möglich.

This perfect location and mood – evoking lighting made possible a whole series of shots.

it was just thrown together and not even the dreamlike pond was real, it was only covered with a blue foil.

Nevertheless, in some way, these gorgeous terrace tiles had inspired us so much that we couldn't relinquish the idea to use a similar layout in our pending 300 SL calendar project. And so we built a terraced floor in our studio. Again my basic principle had been justified: “In the studio, shots are faster and more reliable because we are not dependent on the weather.”

Der schöne Schein trügt: die interessante Terrasse wurde nur zum Zwecke von Immobilienverhandlungen aufgeschüttet.

When appearances are deceiving: This interesting terrace was only built up for the purpose of selling and negotiating real estate.

stehenden 300 SL-Kalender auf ein ähnliches Motiv nicht verzichten wollten, und so bauten wir einen Terrassenbelag im Studio auf.

Wieder einmal bewahrheitete sich mein Grundsatz: „Im Studio geht es schneller, sicherer und vom Wetter unabhängiger.“



rechts:
Das Automobil auf
dem Terrassenbelag –
einmal ganz auf der
sicheren Seite: im Studio
nachgebaut

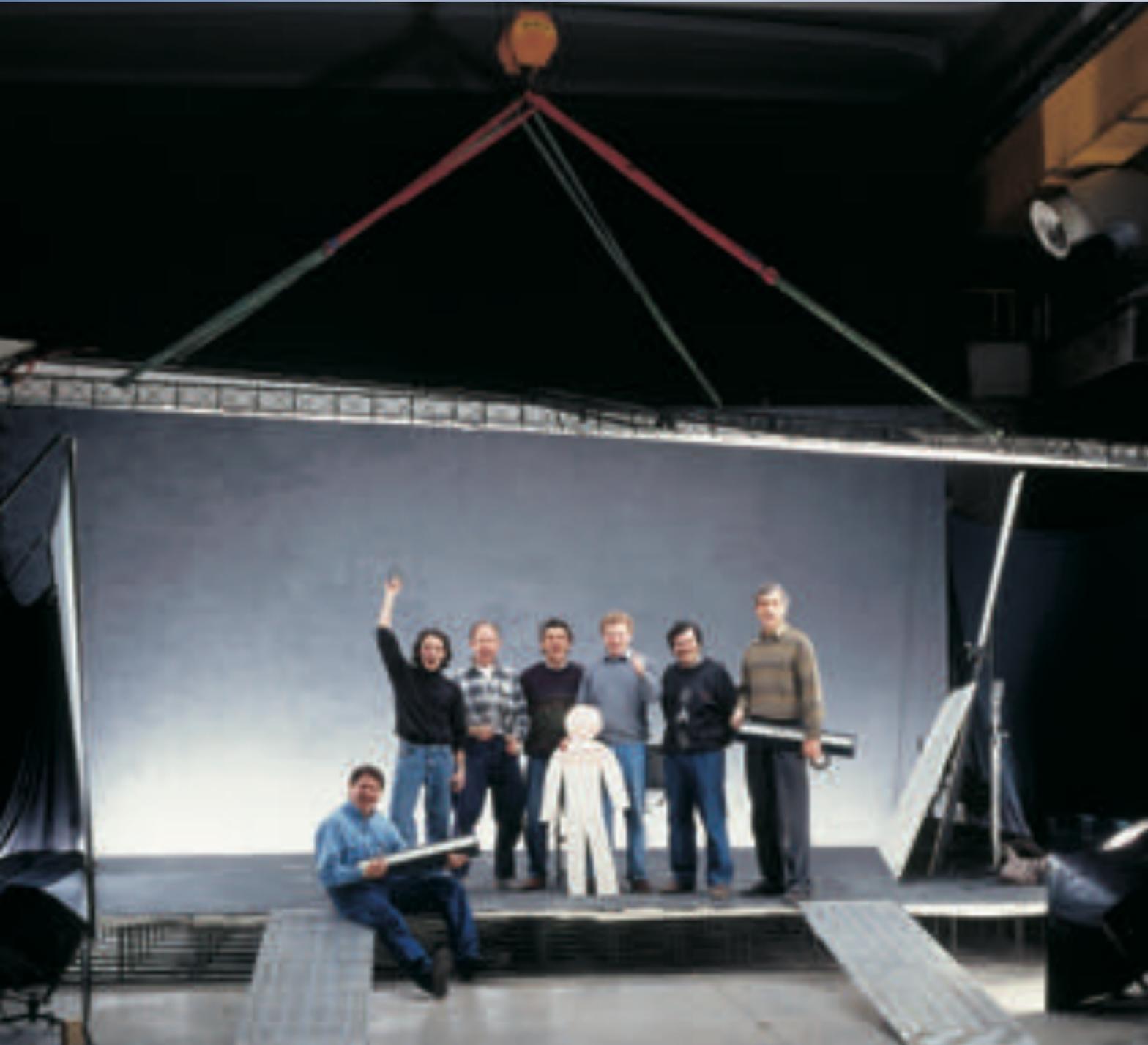


right:
The automobile stands
on the terrace tiles –
this time on a secured
area – recreated in
the studio

Hoppla, den Besen beim
Shooting vergessen oder
als dekoratives Stil-
element absichtlich
gewollt?

*Oops, did somebody forget
the broom on the set –
or was it intended to be
there as a styling prop?*





WOHIN – GENÈVE ODER TURIN?

WHERE TO – GENEVA OR TURIN?

Flexibilität ist unser Sport

Flexibility is our sport

AM ANFANG SAH ES GAR NICHT NACH EINEM JOB AUS, ALS DIE INFORMATION ÜBER EIN FOTOSHOOTING IM RAHMEN DES GENÈVER SALONS AVISIERT WURDE. DOCH TAGE SPÄTER KAM DANN DOCH DIE DEFINITIVE NACHFRAGE NACH EINER KALKULATION, WAS ES KOSTEN WÜRDEN, VERSCHIEDENE EINSTELLUNGEN VOR ORT ANLÄSSLICH DES GENÈVER AUTOMOBILSALONS 1993 ANZUFERTIGEN. DIE RECHERCHE FÜR DIE KOSTENERMITTLUNG GING ZUNÄCHST SO WEIT, DASS WIR IN ERFAHRUNG BRINGEN KONNTEN, DASS MERCEDES-BENZ EINE STUDIE FÜR EINE MÖGLICHE DESIGNVERÄNDERUNG IHRER PKW-MODELLE PRÄSENTIEREN WOLLTE. DIESES FAHRZEUG WURDE ZU DIESER ZEIT ALS PROTOTYP IN EINER KAROSSERIEFABRIK IN ITALIEN HERGESTELLT. ES SOLLTE NOCH RECHTZEITIG NACH GENÈVE GELIEFERT WERDEN, SODASS WIR NOCH MEHRERE TAGE UND NÄCHTE IM VORFELD DES SALONS ZUR HERSTELLUNG DER WICHTIGSTEN MOTIVE HÄTTEN. DAS DARAUFHIN ERARBEITETE ANGEBOT BASIERTE AUF DER ANMIETUNG EINES STUDIOS,

AT FIRST, IT DID NOT LOOK LIKE THE JOB WOULD PAN OUT WHEN WE WERE FIRST TOLD ABOUT THE PHOTO SHOOT AT THE GENEVA CAR SHOW. BUT A FEW DAYS LATER, AN ACTUAL REQUEST FOR A QUOTE ARRIVED: WHAT WOULD IT COST TO SHOOT A COUPLE OF SCENES FOR THE 1993 GENEVA CAR TRADE SHOW? DURING OUR RESEARCH FOR THE ESTIMATE, WE DISCOVERED THAT MERCEDES-BENZ WANTED TO PRESENT A STUDY FOR A POSSIBLE DESIGN CHANGE OF THEIR CAR MODELS. THIS PROTOTYPE CAR WAS MANUFACTURED IN A BODY SHOP IN ITALY. IT WAS TO BE DELIVERED PUNCTUALLY TO GENEVA SO WE WOULD HAVE A COUPLE OF DAYS AND NIGHTS BEFORE THE SHOW STARTED TO PRODUCE THE MOST IMPORTANT MOTIFS.

welches im Genfer Raum noch gesucht werden sollte, sowie Laborarbeiten, die im Genfer Raum in einem noch zu suchenden Labor gefertigt werden müssten.

Anfang Februar war es dann soweit, man nannte uns konkret Leistungsumfang, Termine und Vorstellungen des Hauses Mercedes, sodass unser damaliger Locationhunter auf die Reise in die Schweiz geschickt wurde. Die dabei recherchierten Studios, Fabrikhallen, Werkstätten und andere Unterschlüpfe stellten sich bald als unbrauchbar heraus. Lediglich ein Studio, welches als Stillife- und Möbelstudio genutzt wird, sollte sich durch Herausnehmen einer Trennwand mit einem benachbarten Studio zu einer geräumigen Halle umgestalten lassen. Diesen Weg beschritten wir und starteten mit den Vorbereitungen:

Anfertigung eines Himmels 6 x 9 m, Anfertigung einer Spannwand 4 x 8 m, Bereitstellung von Podesten, Podestbelag und einem Riesenhaufen Licht- und Kameraequipment, sowie die Frage nach der Überführung (16 Tonnen).

Mercedes untersagte uns den Einsatz unseres Locationmobils aufgrund restriktiver Budgetmaßnahmen. Dennoch schien die Unterbringung in handelsüblichen Pkws oder Kleintransportern unmöglich zu werden und der auszuhandelnde Kompromiss lautete wie folgt: Staud Studios stellt Auflieger kostenlos zur Verfügung, Mercedes-Benz AG übernimmt Transport des Aufliegers vom Studio Leonberg zum Studio Genf. Dies geschah auch tatsächlich, und weil Kosten vor Vernunft gehen, fanden wir auch eine Scania Sattelzugmaschine, die uns den Transport einschließlich Rücktransport zu dem akzeptablen Preis von 2.900 DM incl. aller Spesen offerierte. Donnerstag, 18.02.93: Sattelzugmaschine übernimmt Auflieger im Satellitenstudio Wendlingen zwecks Überführung nach Leonberg. Freitag, 19.02.93: Ladearbeiten für Equipment beginnen. Montag, 22.02.93: Labor im Locationmobil wird gecheckt und mit



The quote included renting a studio in the Geneva area, but this, as well as a lab for processing the film, still had to be found.

In early February, someone from Mercedes finally gave us some specific dates and ideas. At this time, we sent our location scout to Switzerland. All the studios, factory halls, shop floors and other hideouts he found were totally unsuitable. There was only one studio, which was being used as a still life and furniture studio, that could be remodeled by taking out a partition wall and turned into a spacious hall.

We decided to go this way and started on the preparations: constructing a 6 x 9 m artificial sky, building a temporary 4 x 8 m wall, ordering podiums, carpets and a huge heap of lighting and camera equipment. Plus there was the question of the transportation (weight 16 tons).

Mercedes-Benz was restricted by their tight budget and consequently we were not able to use our location truck. Nevertheless it was impossible for us to transport the equipment only with standard cars or vans and so the negotiated compromise was as follows: Staud Studios will supply the trailer at no charge to Mercedes-Benz AG; Mercedes-Benz AG will cover all the transportation costs from the Leonberg studios to the studio in Geneva. That's what happened, and because costs were more important than common sense, we found a Scania trailer and driver at an incredible price of only 2.900 DM there and back including all extra charges.

Thursday 18.02.93: The Truck picked up our trailer at the studio in Wendlingen transported it to Leonberg. Friday 19.02.93: The equipment packing started. Monday 22.03.93: The photo laboratory in the location truck is filled with the necessary chemistry and checked. At the same time, a van picks up the manufactured artificial sky from the pro-

der notwendigen Chemie gefüllt. Gleichzeitig übernimmt Kleintransporter den angefertigten Himmel beim Vorlieferanten aus Holland. Dienstag, 23.02.93: Equipment geladen und gecheckt, Abgabe des Fahrzeugs einschließlich Carnet an Sattelzugmaschine zwecks Vorfahrt beim Zoll. Mittwoch, 24.02.93: Überführung Gesamtequipment zum Studio in Genf – Anruf von MB AG: Job in Frage gestellt!

Nun war zunächst einmal alles zu spät, denn inzwischen war der Fahrer des Equipmenttransporters nicht mehr erreichbar und nach wenigen Stunden bereits schon vor Ort in der Schweiz. 12:00 Uhr: Anruf von der MB AG: Job läuft wahrscheinlich doch. 12:15 Uhr: Anruf von MB AG: Job läuft vielleicht, aber dann nur in Turin. 12:30 Uhr: Job läuft voraussichtlich gar nicht. 12:45 Uhr: Falls Job läuft, muss er in der Schweiz laufen. 13:00 Uhr: Staud entscheidet, dass ein Teil der Mannschaft vorerst einmal sich auf den Weg in die Schweiz macht. 14:00 Uhr: Anruf von MB AG, Job läuft voraussichtlich planmäßig. 14:30 Uhr: Anruf von MB AG: Bitte bereitet euch auf beide Varianten vor. Variante A: Wir fotografieren wie vorgesehen in der Schweiz in unserem angemieteten Studio mit unserem Equipment, das inzwischen bereits vor Ort ist, die Aufbaumaßnahmen können schon in wenigen Stunden beginnen, da drei unserer Mitarbeiter inzwischen bereits die halbe Fahrtstrecke hinter sich haben. Variante B: Wir bekommen das Auto nicht mehr nach Genf aus transport- oder zollrechtlichen Gründen, und fotografieren in Italien – hierfür soll umgehend die Bereitstellung eines Studios gesichert werden. 15:00 Uhr: Holger und Uwe fahren los, Fahrtziel Turin. 16:00 Uhr: Anruf von Untertürkheim, Fotoauftrag kann voraussichtlich nicht mehr durchgeführt werden. 16:30 Uhr: Erneuter Anruf, Fotoauftrag soll voraussichtlich nach ursprünglichem Konzept realisiert werden. 17:00 Uhr: Erneuter Anruf, keiner weiß mehr Bescheid, Staud soll sich um die Sachlage kümmern.



ducer in Holland. Tuesday, 22.02.93: The packing is finished and checked. The truck is taken to customs and cleared, including all equipment and documents. Wednesday 22.03.93: Transporting the equipment to the studio in Geneva – phone call from Mercedes-Benz AG: the job is in question.

Now it was too late, the truck with the equipment was out of reach and arrived a couple of hours later at the location in Switzerland. 12:00: Phone call from Mercedes-Benz AG: Maybe the job will be done. 12:15: Maybe the job will be done, but now in Turin. 12:30: Job maybe cancelled. 12:45: If the job is on, it will be in Switzerland. 13:00: Staud decides that part of the team should go to Switzerland. 14:00: Phone call from Mercedes-Benz: job will go according to plan. 14:30: Phone call from Mercedes-Benz AG: Get ready for both versions.

Version A: We'll take the photos as planned in Switzerland in our rented studio with our equipment. The set up could be done in a few hours because three of our assistants were half-way there.

Version B: We may not be able to transport the car to Geneva because of problems with transportation or customs, and have to photograph in Italy – therefore you have to reserve a studio as soon as possible. 15:00: Holger and Uwe leave, destination Turin. 16:00: Phone call from Mercedes-Benz, Untertürkheim; the photo job probably cannot be done. 16:30: One more phone call, photo assignment will probably be completed according to the original concept. 17:00: Another phone call; no one knows anything, Staud should take care of the situation.

Staud makes a phone call to Italy – update on the car to be photographed; call to Switzerland – update on the preparations; call to Holger and Uwe in their car – relayed, no decision yet. Next, Staud turned to the people who own the car: the Mercedes-Benz design department, Sindelfingen, Mr. Bruno Sacco.



Anruf in Italien: Stand des Fotofahrzeugs – Anruf in der Schweiz: Stand der Vorbereitungen – Anruf bei Holger und Uwe im Auto: Alles noch offen.

Staud entscheidet daraufhin zunächst einmal die Leute zu fragen, denen das Auto gehört: Mercedes-Benz Design Sindelfingen, Bruno Sacco. Glücklicherweise war Sacco noch im Büro, da er seinen Flug nach Italien wegen Schneesturms verschoben hatte und auch sein verantwortlicher Mitarbeiter Peter Pfeiffer angeblich schon eineinhalb Stunden in den Lüften über Turin auf Landefreigabe wartet. Sacco um 17:00: Wir gehen davon aus, dass die ursprüngliche Planung eingehalten wird, und wir verstehen nicht, warum ein Teil Ihrer Mitarbeiter auf dem Weg nach Italien ist, wo sie doch nur den Fortschritt der Prototypenarbeiten behindern würden. 18:00 Uhr: Anruf von Bruno Sacco: Gehen Sie davon aus, dass das Fahrzeug in Italien fotografiert werden muss, soweit es überhaupt rechtzeitig fertig wird.

Vorbereitungen zum Shooting der Mercedes Coupé Studie

Preparations for the Mercedes Coupé study

Luckily, Mr. Sacco was still in the office, since he had postponed his flight to Turin because of a snowstorm. Even his assistant, Mr. Peter Pfeiffer, was cruising one and a half hours in the air over Turin to get permission to land. Sacco says around 17:00: We expect that the original plan is going ahead and we do not understand why part of your team is on its way to Italy, where they would only interfere with progress on the prototype. 18:00: Phone call from Bruno Sacco: You can assume that you have to photograph the vehicle in Italy, as long as it is ready in time.

From then on the phone lines burned up. First of all, we contacted the purchasing department at Mercedes-Benz, as well as the Swiss studio and the Hotel in Italy, where Holger and Uwe were expected to arrive in a couple hours. Then we informed the prototype builder in Italy that

Ab jetzt liefen die Leitungen heiß. Zunächst neue Meldung an die MB AG Presseabteilung, Meldung an MB AG Einkauf Kostenkontrolling, sowie Meldung an Studio Schweiz und Hotel in Italien, wo Holger und Uwe in wenigen Stunden erwartet werden, sowie klare Anweisungen an die Leute vom Prototypenbau in Turin, dass wir uns für die Fotoarbeiten in Italien entschlossen haben und dass wir noch heute Abend zusammensitzen werden.

Donnerstag, 25.02.93, 7:45 Uhr: Anruf aus Turin „Hallo, hier sind Holger und Uwe, wir sind heute Nacht noch angekommen, haben uns den Schrotthaufen angeschaut, wir glauben, das Fahrzeug ist für die Messe '94 bestimmt.“ (Wir hatten aber 1993.) Offensichtlich schien unser Fotofahrzeug noch nicht dem Stande näher zu kommen, wie wir uns das für unsere Designfotografie wünschten. Trotzdem fahren wir wie folgt fort: Besichtigung eines verfügbaren Studios, Klärung aller Bedingungen vor Ort sowie Erarbeiten eines vorläufigen Timetables unter Berücksichtigung von drei Schwarz/Weiß-Motiven, davon je 6.000 Vergrößerungen 18 x 24 hochglanz sowie fünf Motive Farbdia 13/18 sowie je 500 Originalbelichtungen KB 24 x 36 mm.

Parallel dazu Telefoninfo an MB AG Presseabteilung sowie Suchaktion nach einer Sattelzugmaschine, die kurzfristig die Überführung unseres Auflegers von Genf nach Turin vornimmt. Neues Problem: alle Sattelzugmaschinen im Umkreis von 200 km sind nicht kurzfristig erreichbar und sogar gegen viel Geld weigert sich der Spediteur, den Auflieger beladen über den total verschneiten Pass zu fahren und leer zurückzukehren. Angeblich läuft so eine Sattelzugmaschine bei den momentan starken Schneefällen nur mit angehängter Last und müsste deshalb in Italien bleiben, bis die Fotoaktion beendet wäre, und der Auflieger müsste nach Genf zurücküberführt und von Genf nach Deutschland weiterbefördert werden. Hier lag aber das Problem, dass das mit den Papieren nicht funktioniert hätte, und dass auch der Aufwand insgesamt nicht zu vertreten war. Deshalb Entscheidung von Staud ohne Absprache mit MB Presse, MB Design, MB Einkauf, MB Controlling, MB Fuhrpark:

the shoot was to be done in Italy and we would discuss it that evening.

Thursday, 25.02.93, 7:45: A phone call from Turin “Hi, this is Holger and Uwe. We arrived last night, and we already looked at the pile of junk, we think this vehicle is destined for the 1994 show” (but it was 1993). Apparently our photo model vehicle was not even close to the condition we expected to have for our design photography. Nevertheless, we proceeded as follows: search for an available photo studio; clarification of the requirements in advance as well as the formulation of a temporary time table, considering the production of three black and white press shots, 6.000 8 x 10” high-gloss enlargements, as well as five shots on 5 x 7” color transparencies and 500 original 24 x 36 mm slides.

The same information was relayed to the Mercedes-Benz public relations department. We then went in search of another truck to haul our trailer from Geneva to Turin. A new problem arose: none of the trucks in an area around 200 km of Geneva could be reached and no amount of money could convince the carrier to transport the loaded trailer over the completely snowed in mountain pass and to return empty. The transport company said that the tractor-trailer could only return over the snowed in pass with a full load and must therefore stay in Italy until the photo session was over. Thus the trailer had to be hauled back to Geneva to be delivered back to Germany.

The crux of the problem was none of this would work because of customs papers and that the costs would explode. Staud made a decision without consulting Mercedes-Benz's public relations, design-, purchasing-, accounting departments and the car pool. He ordered a truck to leave Stuttgart headed for Geneva. At approximately 16:00, it picked up the trailer and left Switzerland before 22:00 because of the night driving ban. Arrival at Turin on Friday, 26.02.93, 8:00.

Meanwhile a new problem appeared in Turin. The studio that had been rented was unavailable until Saturday

Sattelzugmaschine soll aus Stuttgart losfahren, gegen 16:00 Uhr Auflieger in Genf übernehmen, vor 22:00 Uhr die Schweiz wegen Nachfahrverbot verlassen und Eintreffen in Turin am Freitag, 26.02.93, 8:00 Uhr.

Inzwischen war in Turin ein neues Problem aufgetaucht. Das anzumietende Studio war für eine Filmproduktion bis Samstagabend blockiert und die Fotoarbeiten könnten zwar am Sonntag problemlos untergebracht werden, eine Vorbereitung mit unserer speziellen Untergrund- und Hintergrundtechnik wird uns aber nicht ermöglicht. Dies hätte zur Folge, dass unser Gesamtkonzept verworfen worden wäre, und deshalb galt es nun zu improvisieren. Hierbei half uns sehr die Mannschaft um Giorgetto Giugiaro, der uns auch die entsprechenden Räumlichkeiten in seiner Karosseriefabrik zur Verfügung stellte. Hier konnten wir eine Kranhalle als Fotostudio aufrüsten und samt unserem Auflieger mit Labor ins warme, trockene Innere der Fabrik fahren. Dies war auch dringend notwendig, da auch hier Schneefälle eingesetzt hatten und uns so sowohl Chemie als auch die zarten Hände unserer Labor-Susi eingefroren wären.

Es waren sicher noch ein paar Telefonate notwendig, um die einzelnen Partner in dieser Produktion anzuhören und um ihre nachträgliche Zustimmung zu bitten und so lief dann

auch das weitere Timing ab. Abfahrt Staud mit Pkw nach Turin, voraussichtliche Ankunft in Turin 16:00 Uhr, Einmarsch ins Hotel 17:00 Uhr, Generalbesprechung mit Presseabteilung, Designabteilung, Karosseriebau, Filmteam und Fototeam. 17:00 Uhr: Turin,



night. And we could shoot, but not make any preparations or create any effects such as our special floor and background. This had direct ramifications on the set. Our whole concept would have to be thrown overboard and we had to improvise. Giorgetto Giugiaro and his team helped us a lot and put the necessary space in his body shop factory at our disposal. We could arm a construction hall with a built-in crane to use as a studio and drive in our trailer and the laboratory into the warm and dry inside of the factory. This was urgently necessary because it started to snow here as well and the chemistry and the hands of our laboratory assistant would have been frozen.

It took at least another couple of phone calls to ask the other partners in this production for their permission as an afterthought. So the story continued: Staud departed for Turin in his own car; expected arrival Turin at 16:00 for check-in at the hotel. At 17:00, general meeting with public relations, designer, body shop department, film and photo team. Turin, Italdesign, hall 7, gate 7, box B, 17:00 a bitter disappointment. You couldn't call it junk because some unfinished plastic pieces do not deserve to be called junk. Everything was lying around in such a way that you never would believe that this could become a vehicle. The situation

was more like at a garage sale, where at the end of the hectic activities everybody was expecting the garbage truck.

We decided to forget about our written plans and convened an urgent meeting over dinner. On this score we had competent

Italdesign Halle 7 Gang 9 Box B. Bittere Enttäuschung, von Schrott war gar nicht zu reden, weil Kunststoffteile, die unfertig sind, nicht als Schrott bezeichnet werden, aber alles lag so herum, als sollte daraus nie ein Fahrzeug entstehen, eher war die Situation mit einem typisch französischen Flohmarkt zu vergleichen, wo nach einem hektischen Treiben jeder nur noch auf die Müllentsorgung wartet.

Wir entschlossen uns daraufhin, unsere bis dahin umfangreichen schriftlichen Aufzeichnungen beiseite zu legen und eine Krisensitzung am gedeckten Tisch einzuberufen. Hierzu hatten wir kompetente Unterstützung von MB Advanced Design, Herr Leschke, der uns direkt in die wohl typischste, nicht die allertüchtigste, dafür von der Küche her allerbeste Adresse von Turin führte. Wir einigten uns auf Übernahme aller Kosten für die ca. 15-teilige Speisenfolge gegen Einstellung sämtlicher Fachgespräche und hielten in Punkt 1 der Tagesordnung fest: Neuer Ortstermin Sonntag 11:00, bei Italdesign.

Sonntag, 28.02.93, 11:00 Uhr Italdesign. Anwesend mindestens genau soviel Leute wie gestern „beim Tafeln“ plus ca. 20 Leute um den Schrotthaufen herum und ca. 10 Leute im Schrotthaufen drin. Offensichtlich nahm das Fahrzeug nun doch Form und vor allen Dingen Farbe an, da die

support from Mr. Leschke of the Mercedes-Benz advanced design department, who took us to a perfectly typical restaurant, not the most expensive but offering the best cooking in Turin. We agreed to spring for the fifteen-course dinner on condition that there would be no shop talk. Our one conclusion: New meeting on location, Sunday 11:00 at Italdesign.

Sunday, 28.02.93, 11:00 Italdesign. Present were the people from the dinner the night before plus 20 people around the junk and another approximately 10 people within the junk. The vehicle was taking shape nicely; above all it got some color. The painting was completed successfully the night before. Only various fenders, doors and all the windows and the interior trim were missing. We knew from past experience that it could only take a couple of hours to mount the hood, front and back aprons and the side molding. It seemed that the headlights and countless trim parts would not be finished until the afternoon, so we let ourselves be persuaded to take a short sightseeing trip through the Piedmont.

Our tour guide had a wonderful way about him. Between Grappa distilleries and snow drifts, he led us to one of our most lasting culinary experiences. We were not even annoyed when we got stuck in the middle of carnival traffic.



Lackierarbeiten in der Nacht vollzogen und erfolgreich abgeschlossen wurden. Lediglich die Anbringung verschiedener Kotflügel, Türen sowie sämtlicher Glasteile und die komplette Innenausstattung fehlten noch. Dass die Montage von Kühlerhaube, Front- und Heckschürze sowie der Seitenverkleidungen nur wenige Stunden dauerte, wussten wir bereits aus ähnlichen Erfahrungen. Allerdings schien die Anfertigung von Scheinwerfern, Heckleuchten sowie zahlreicher Ausstattungsteile doch im Laufe des Vormittags nicht realisierbar zu sein, sodass wir uns zunächst einmal auf eine kleine Kulturreise durch das Piemont überreden ließen. Unser Fremdenführer verstand es in gelungener Weise, uns zwischen Grappa-Destillieren und Schneeverwehungen zu einem der nachhaltigsten kulinarischen Eindrücke zu führen. Dass wir dabei in den italienischen Fasching gerieten, der dort scheinbar am Sonntag nach Fasnacht gefeiert wird, störte uns wenig, weil der Wartezustand sowieso erst durch den Konsum von angemessenen Mengen verschiedener Grappas erleichtert wurde.

18:30 Uhr: Erneutes Besichtigen des Prototyps – tatsächlich waren sämtliche Blechteile inzwischen angeschraubt, und wir ließen uns von der Fertigstellung mit restlichen 1,5 Stunden Wartezeit überzeugen. Dass es jetzt im Halb-Stunden-Rythmus weiterging, so bis 22:00 Uhr, kennzeichnet den Charme der italienischen Mitarbeiter, und keiner war böse, als es dann tatsächlich 23:00 Uhr wurde. Endlich stand er da.

Dass wir jetzt natürlich unsere kürzeste Ausleuchtungszeit in der Geschichte der Autofotografie realisierten, wussten wir im Vorfeld selber nicht. Aber tatsächlich wurde uns das Auto nach 57 Minuten schon wieder weggenommen. In dieser Zeit realisierten wir verschiedene 13/18 Dias, mehrere hundert KB-Mitbelichtungen als auch durch das Filmteam der Presseabteilung ca. 6 bis 7 Minuten Videofilm.

Susi, unsere Laborantin, war glücklich, hatte sie doch nach vielen Tagen Wartezeit endlich etwas zu entwickeln. Holger und Uwe graute es schon wieder, mussten sie doch wegen 57 Minuten wieder 16 Tonnen Equipment zusammenpacken und Tim war als einziger Assistent voll gefordert, da

The delay was certainly made easier by the consumption of various Grappa liquors.

At 18:30 we once again visited the prototype – actually all the metal sheet plates were screwed on – and we let ourselves be convinced that it would be finished within another 1 1/2 hours. But we heard that every half hour up to 22:00. Nobody was upset thanks the Italians' charm, even though it was not finished by 23:00. Finally it was done.

We could not have possibly imagined that we would have the shortest lighting set up and shooting time ever in the history of photography. After 57 minutes they took the car away. In this time we actually exposed various 5 x 7 transparencies and a couple of hundred 35 mm slides. The public relations departments video team even made a 6 to 7 minute video.

Susi – our lab technician – was happy; finally after many days of waiting she had something to process. Holger and Uwe were horrified yet again, because they had to pack up the 16 tons of equipment that was necessary for the 57-minute session. Tim, the only other assistant left, was completely in charge because Peter and the representative from the public relations department were already on their way to Geneva's photo laboratory, to have the black and white prints produced.

Peter mit unserer Repräsentantin der Presseabteilung bereits auf dem Weg nach Genf ins Labor war, um rechtzeitig die Schwarz/Weiß-Abzüge anzufertigen. Staud und Leschke, die seit der Grappatour nichts Ordentliches mehr zwischen den Kiemen hatten, setzten sich direkt ab auf die Autobahnraststätte, wo es allerdings statt warmem Essen nur noch Erdnüsse und Zapfbier gab.

Montag, 01.03.93, 8:00 Uhr, Frühstück Hotel Turin. Aufleger fährt ab, Staud-Mannschaft fix und fertig, aber Dias und Schwarz/Weiß-Vergrößerungen o.k. Die Pressevorstellung des Mercedes-Benz F 200 auf dem Internationalen Automobilsalon in Genf 1993 kann planmäßig beginnen.

Staud and Leschke, who were starving since they hadn't had anything to eat since the Grappa tour, sat down at a rest stop on the freeway; and instead of a warm meal they only could get some peanuts and draft beer.

Monday March 1 1993: 8:00 Breakfast at the Turin hotel: The trailer is leaving, the Staud team is dead tired, but the transparencies and the black and white enlargements are o.k. The press conference for the presentation of the new Mercedes-Benz F 200 at the International Automobile Trade Show in Geneva could start according to plan.





BODYPAINTING

oder ein wunderschöner Lehr-(Leer-)tag
or one of those beautiful empty days

ES GIBT IM LEBEN GUTE, ABER AUCH SCHLECHTE TAGE, UND DANN GIBT ES IN EINEM FOTOSTUDIO NOCH ETWAS DAZWISCHEN: DIE SO GENANNTEN LEERTAGE, DIE NICHT ZWANGSLÄUFIG DURCH SCHLECHTE VERPLANUNG ENTSTEHEN, SONDERN MEISTENS DURCH VERÄNDERUNG IN DER PLANUNG DER KUNDEN, DIE IHR FAHRZEUG NICHT ZUM VORGEGEHEHENEN TERMIN ANLIEFERN, WEIL BEI DER ENDMONTAGE DES PROTOTYPS EIN TEIL NICHT GEPASST ODER WEIL SICH DER VORSTAND EINE ANDERE FARBE ODER INNENAUSSTATTUNG GEWÜNSCHT HAT. IN JEDEM FALL NÜTZT UNS DER GANZE ÄRGER NICHTS, WIR MÜSSEN DEN LEERTAG SINNVOLL FÜLLEN.

UND DAS KÖNNEN WIR AUCH, DENN SEIT ANBEGINN DER PROFESSIONELLEN STUDIOPLANUNG BRAUCHEN WIR FÜR DIESE LEERTAGE FUTTER. SO KANN DER LIEBLINGSFLITZER EINES FREUNDES DES HAUSES, ABER AUCH EIN ANDERMAL DER PRIVATE OLDTIMER VOM CHEF FOTOGRAFIERT WERDEN, VOR

THERE ARE GOOD AND BAD DAYS IN A PHOTO STUDIO LIFE. AND THERE IS SOMETHING IN BETWEEN: OUR SO-CALLED LEARNING AND TRAINING DAYS. THESE OPEN DAYS USUALLY COME UP BECAUSE OF A CHANGE IN THE CLIENT'S SCHEDULING AND NOT BECAUSE WE COULDN'T FILL THEM. SOMETIMES THE CLIENT'S VEHICLE WASN'T DELIVERED ON THE SCHEDULED DATE, OR SOME PART FOR THE PROTOTYPE DIDN'T FIT OR THE BOARD OF DIRECTORS SUDDENLY DECIDED TO CHANGE THE COLOR OR HAD SOME CHANGES FOR THE INTERIOR IN MIND. BUT IN ANY CASE, THERE'S NO USE IN GETTING ANGRY. THESE EMPTY DAYS HAVE TO BE FILLED UP WISELY WITH SOME OTHER TYPE OF WORK. AND BEING A PROFESSIONAL STUDIO, WE ARE USED

allem sind es aber Fahrzeuge, die wir immer für unsere jährlichen Kalendereditionen übers Jahr heranschaffen und so oder so für das kommende Kalenderjahr inszenieren müssen.

Es war wieder einmal so eine verzwickte Situation, die ganze Studiomannschaft vollzählig vorhanden, nur kein Fotofahrzeug. Da war aber doch noch ein Traum im Hinterkopf vom Chef, hieß das nicht Bodypainting? Im Rahmen unserer einschlägigen „Fachlektüre“ hatten wir erst kürzlich ein unglaublich ansprechendes Bild von einem in Bodypaintingart gestalteten Mädchenkörper gesehen, was zur Idee der Übertragung dieser Technik auf das Thema Automobil führte. Einfach „sexy“!

Was folgt ist Business as usual. Staud fährt los zu Kienle Automobiltechnik, unserem lange bewährten Partner zur Beschaffung von Oldtimern mit dem Stern.

„Lieber Klaus Kienle, wir brauchen für ca. 1 Woche ein Fahrzeug, möglichst ein 300 SL Roadster oder Flügel, einer, der so oder so zur Komplettlackierung ansteht, da wir die Oberfläche des Lackes bemalen wollen und somit ohnehin eine Komplettlackierung auslösen.“ Kienle im gewohnten Jargon: „Kein Problem, hier steht ein beigefarbener Roadster, der wird demnächst zerlegt und komplett restauriert. Dem könnt ihr an den Lack.“

Das Fahrzeug ist somit 5 Stunden nach Bekanntwerden des Studiorestands bereits im Studio, inzwischen wurde das Team zusammengestellt und unter tatkräftiger Mitwirkung unseres „Kulissenmalerkreativmegahypertalents“ Alfred ausreichend motiviert, sodass es an die Umsetzung des bereits im Kreativhirn konzipierten Bildes gehen konnte.

Staud an Team: „Das Bild soll Felswand heißen, wir nehmen die Kulisse aus dem letzten Motorenshooting der MAN, wo wir großformatige Felsbrocken aufgemalt hatten, und versuchen die Anmutung der Felswand auf das Fahrzeug zu übertragen. Der Aufbau soll so gestaltet sein, dass sich das Fahrzeug vollständig in die Struktur der Felshintergrundwand integriert: man soll das Gefühl besitzen, der SL ist aus dem massiven Stein gehauen.“ Die Vorgehensweise: „Aufbau der Hintergrundwände, Installation eines dramatischen Hintergrundver-

to having things on hand to photograph on slow shooting days. The subject could be the beloved sports car of a friend of the studio or one of the boss's own classic cars. Most often we use these days to create shots for our yearly calendars for the upcoming year.

It was one of those tricky situations again, where the studio team was waiting on the set but the car to be photographed had yet to appear. But there was an idea lurking in the boss's mind: "Why not do some body painting?" While reading the usual professional photography magazines, we happened upon an incredibly appealing picture of a female form body-painted. The idea was to copy the technique to make a car look like this – simply "sexy". What followed was business as usual. Staud hurried over to Kienle Automobiltechnik, the longtime partner for the procurement of German classic cars with a star: "Mr. Kienle, we need a car for a week, if possible a 300 SL Roadster or gullwing. A car that is to be completely polished and painted would be best, because we would like to paint the surface." Kienle in his cool manner replied: "No problem, here is a beige Mercedes Roadster. It will be disassembled and completely restored soon, so you can do what you want with its surface."

Only 5 hours after the idea emerged, the team was briefed with the energetic help of Alfred (our mega creative and talented backdrop painter) and motivated enough so that the image already in mind could be produced and created.

Staud's message to the team was: "The picture will be called rock wall; we'll take the background from the last job where large rock pieces had been painted for the MAN engines photographs. The idea is to reproduce the boulders from the background onto the car's surface, so one would get the impression and the feeling that the SL 300 was hewed out of the massive stone.

The strategy is to build the background walls, to set up dramatic background lighting and to put the car onto a podium approximately 1.2 m high. In the foreground a stairway has to be built and painted and a rock

laufflichts, Aufsetzen des Fahrzeugs auf ein ca. 1,2 m hohes Podest. Im Vordergrund eine Treppe, ebenso bemalt, die Struktur der Felsen muss über das gesamte Hochformatmotiv nahtlos organisch durchwachsen. Nach dem Installieren der Kamera muss einer von uns genau den Verlauf der Felslinien angeben, sodass aus dem Kamerabetrachtungswinkel die Bruchlinien des Steins hundertprozentig authentisch verlaufen.“

„Die Farbe und Oberfläche der Felshintergrundwand muss das Fahrzeug vollständig überdecken, lediglich Chromteile, Scheiben und Reifen bleiben im Original.“ Gesagt, getan. Einschließlich einiger Varianten war 72 Stunden später ein großartiges Motiv im Kasten.

Als wir den 300 SL zu Kienle zurücklieferten, wurden wir bereits durch die Kienle-Mannschaft mit verschiedenen Fragen konfrontiert: Wieso ist das Fahrzeug nur einseitig bemalt? (Weil wir nur das bemalt haben, was aus der Kameraperspektive sichtbar war). Wieso habt ihr das Fahrzeug überhaupt bemalt? (Vorlage Polaroidbild – großes Aha.) Viel zu schade, die tolle Bemalung abzuschleifen! (Allgemeines Nicken.)

Offensichtlich hat den Kienle-Leuten die Bemalung so gut gefallen, dass das Fahrzeug zunächst einmal für einige Wochen in dem Kienle-Showroom verweilte und die Entlackung und Zerlegung des Fahrzeugs so weit wie möglich hinausgeschoben wurde. Zahlreiche Kienle-Kunden bewunderten den

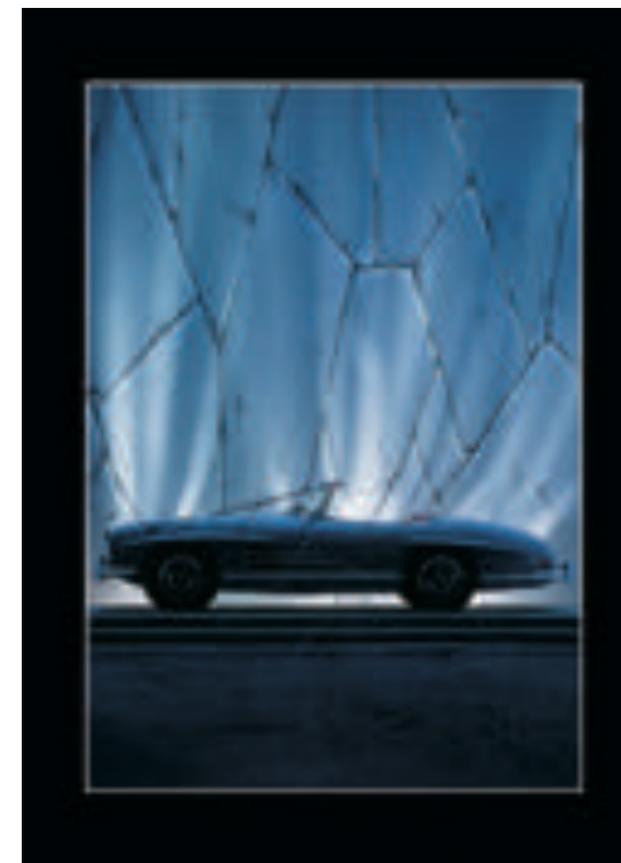
structure must cover the complete set seamlessly and naturally.“

Staud's original instructions continued: "After the camera is installed, one of us has to ensure that the rocks are laid out exactly and also the lines of the rocks are matched up to the car, so that from the camera's angle the quarry looks 100 percent authentic. The color of the rock wall and the car have to match exactly, only the windows, wheels and

chrome parts will remain the original color." No sooner said than done. After 72 hours, including some shots using different angles, a magnificent shot was in the can.

When the SL 300 was delivered back to Kienle we were confronted by assorted questions: "Why is the car only painted on one side?" (Because we only painted what was visible to the camera). "Why did you have to paint the car at all?" (The Polaroid picture was shown – a big surprised WOW). "Isn't it a shame to polish away such a work of art?" (We all nodded in agreement.)

Kienle's people liked the painting so much that they placed the vehicle in the show room for a few weeks. The paint removal and the disassembly were postponed for those few weeks. Many of their visiting clients admired the car's finish. Nobody had really understood the reason and some were surprised and shocked by the strange taste of a





links: MAN Motor vor
unserer Felskulisse

left: MAN Motor in front
of our background wall

Fels-SL, den eigentlichen Hintergrund hatte niemand verstanden, und das Staunen über den seltsamen Geschmack eines einzelnen SL-Besitzers löste vielfach Kopfschütteln oder Verwunderung aus. Erst als das Motiv im 300 SL-Kalender veröffentlicht wurde, war des Rätsels Lösung gefunden. Einige Anfragen nach dem Original-Kunstwerk musste Kienle allerdings ablehnen, nachdem das Fahrzeug inzwischen zerlegt, neu aufgebaut und silbermetallic lackiert worden war.

SL 300 owner, and some just shook their heads in wonder. Only when the picture was published and featured in the SL 300 calendar was the mystery of the half-painted car solved. Kienle even had to refuse some orders for this kind of artwork; meanwhile the car was disassembled, repainted and rebuilt again.

Eine weitere Farbvariante
unseres Bodypainting-
modells in Steingrau

Another color variation in
stone gray of our body
painting model.





DER ELCHTEST

THE ELK TEST

ES WAR EIN GANZ GEWÖHNLICHER DONNERSTAGNACHMITTAG, ALS MICH DAS ARTBUYING DER WERBEAGENTUR SPRINGER & JACOBY ANRIEF, UM NACH DEN KOSTEN FÜR EIN OUTDOORSHOOTING ZU FRAGEN. GANZ ÜBLICH WAR DIES NICHT, WAREN UND SIND WIR DOCH DIEJENIGEN PARTNER DER AUTOINDUSTRIE, DIE EHER FÜR INDOOR-/STUDIOSHOOTINGS BEVORZUGT UND BEAUFTRAGT WERDEN. DENNOCH VERSUCHTE ICH AUS DEN WENIGEN INFORMATIONEN EINEN KV (KOSTENVORANSCHLAG) ZU ERSTELLEN. TERMIN: VORAUSICHTLICH KOMMENDEN SONNTAG UND MONTAG. UMFANG: 1 MOTIV NUR SCHWARZ/WEISS. LOCATIONS: SPANIEN ODER ENGLAND. KUNDE: GEHEIM. FAHRZEUG: GEHEIM. FILMMATERIAL NICHT ERFORDERLICH!!! DAS SHOOTING WIRD UNTER FOLGENDER BEDINGUNG AUSGESCHRIEBEN: DER FOTOGRAF MUSS EIN DIGITALES EQUIPMENT BESITZEN, DIE AUFNAHMEN MÜSSEN ZU JEDER TAGESZEIT MACHBAR SEIN. DIE KÜNSTLERISCHE UND QUALITATIVE ANFORDERUNG

IT WAS JUST ANOTHER USUAL THURSDAY AFTERNOON WHEN THE ART BUYING DEPARTMENT FROM THE ADVERTISEMENT AGENCY SPRINGER & JACOBI CALLED ME AND ASKED FOR A QUOTE FOR AN OUTDOOR SHOOT. PRETTY UNUSUAL, BECAUSE NORMALLY WE WERE CHOSEN BY THE AUTOMOBILE INDUSTRY BECAUSE OF OUR INDOOR STUDIOS; NEVERTHELESS I TRIED TO MAKE THEM AN OFFER BASED ON THE LITTLE INFORMATION THEY GAVE ME. THE TENTATIVE DATE SET UP WAS EITHER THE FOLLOWING SUNDAY OR MONDAY. CONDITIONS: THEY ONLY WANTED ONE BLACK-AND-WHITE PICTURE TAKEN. THEY SAID THAT LOCATIONS WOULD BE IN SPAIN OR ENGLAND. THE CLIENT WAS TOP SECRET; THE VEHICLE WAS TOP SECRET TOO.

muss hinter der terminlichen und absolut planmäßigen Fertigstellung zurückstecken.

Die Aufnahme muss direkt vom Shooting per ISDN nach Hamburg übermittelt werden, um sofort bearbeitet und für die Printproduktion weitergegeben werden zu können.

Der Kostenvoranschlag wurde bereits am anderen



Tag freigegeben und das vorläufige Timing bestätigt: Abflug Sonntag 11:00 Uhr mit Privatjet ab Stuttgart Flughafen, Ziel wird bei Abflug bekannt gegeben. Treffpunkt: zwei Stunden vor Abflug, wegen detailliertem Briefing durch Kunde und Agentur. Problem: da bereits ein Filmteam mit auf der Maschine eingeplant ist, wird das Equipment auf 50 kg limitiert. Ebenso stehen für die Assistenten keine Plätze bereit. „Bitte buchen Sie für Ihre Mitarbeiter einen Linienflug, sobald Sie wissen, wo wir hinfliegen.“

Die Geschichte mit den Assistenten auf einer separaten Maschine und dem Equipment in einem Linienflug passte mir überhaupt nicht, wer weiß wo es hinget und wie wir am Flughafen das Equipment zeitnah herausbringen.

Begleitet werden sollte ich von einem sehr guten Assistenten möglichst mit Englisch- und Spanisch-Kenntnissen sowie einem weiteren Spezialisten, der die Aufnahmedaten unmittelbar vor Ort und zwar zeitgleich in den Computer füttert und per ISDN oder Funkleitung verschickt.

Klar wurde das Equipment so zusammengestellt, dass alle Eventualitäten abgedeckt sind: 2 Digitalkameras, 2 Analogkameras mit Option eines Fotolabors. Filmentwicklung vor Ort mit direkter Digitalisierung. Helikoptertransfer von den

They said, "No photographic material and processing equipment required! The photographer has to use digital equipment"; the photos would have to be taken either during the day or at night. The artistic and photographic quality would have to take a back seat to the tightly planned schedule and the completion of the shoot.

The electronic pictures had to be transferred from the location straight to Hamburg via ISDN so they could work on them immediately, and then hand them over to the print service.

My quote had already been accepted by the next



day and they confirmed the preliminary scheduled departure time for Sunday 11:00 a.m. on a private jet from Stuttgart. The destination would be announced at departure. Meeting time: two hours prior to take off for a detailed briefing session with the client, the agency and us. The equipment weight was limited to 50 kg because there would also be a video team on board. And there also was no space for my assistants. "Please book them seats on a standard airline flight as soon as you know where we're going."

Der Test gelingt auf Anhieb; prominentes Fahrerduo: Niki Lauda und Henrik Swonke

That was the last thing I wanted: Would the equipment arrive on time? In addition I wanted to be accompanied by my assistants because one spoke English and Spanish and the other would handle all the electronic data and send them from the location to the agency via ISDN or wireless transmission. But of course the equipment was put together in a way to cover any eventuality. We packed two digital cameras and two conven-

Aufnahmepunkten zum Labor. Helikoptertransfer zum Flughafen einschließlich Bereitstellung von zwei Privatjets, die zeitgleich starten und Bildmaterial an Kunde nach Stuttgart und Agentur nach Hamburg fliegen können. Die Geschichte schien spannend zu werden und so harrte ich der Dinge, die bis Sonntag zwei Stunden vor Abflug noch auf mich zukommen sollten. Aber da kam nichts.

Also trafen wir uns am Sonntag um 09:00 Uhr in einer Lounge am Stuttgarter Flughafen. Unter der Federführung der Mercedes-Benz Führungsmannschaft wurde festgelegt: Die Aktion findet in Idiata bei Barcelona statt. Schnell gab ich den Zielort per Handy durch, sodass die Jungs mit dem Equipment auf Tour kamen und freute mich auf den exklusiven Privatflug nach Barcelona.



Vor Ort durften wir noch etwas Busfahren, und nach einigen Sicherheitskontrollen und vor allen Dingen Verhaltenshin-

weisen zu unserer geheimen Mission erreichten wir den Ort des Geschehens: Testgelände Idiata – der absolut geheime Elchtest der A-Klasse, für die Marke Mercedes-Benz eine Aktion von immenser Bedeutung.

Den ganzen Tag beobachteten wir den Aufbau der Teststrecke und konnten in Abstimmung mit Journalisten, Film- und Fernseheteams die günstigste Perspektive festlegen, möglichst mit ganz frühem Sonnenlicht, aber doch nicht zu früh, weil die Außentemperatur beim Elchtest 5 Grad oder mehr sein muss.

The test drive succeeds at the first attempt; the prominent driver duo: Niki Lauda and Henrik Swonke

tional cameras so we had the option to have the film developed at a lab or to digitize. A helicopter would be waiting in the wings to pick up the rolls from the location to the photo laboratory, and to transport the photo equipment to the airport, where two private jets would be waiting to deliver the finished photographs to the client in Stuttgart and the advertisement agency in Hamburg.

The story seemed to be getting quite thrilling; so I waited patiently till two hours before departure on that Sunday full of anticipation for things to happen. But nothing happened. We all met as arranged at 9.00 a.m. at the Stuttgart airport lounge – the agency, the client and me. The Mercedes-Benz management decided that the event would take place in Idiata, a place close to Barcelona, Spain. Quickly, I called up the boys on my cell phone to give them some directions and instructions so they could get going with the equipment and I could enjoy my exclusive private flight to Barcelona.

After the flight we took a bus ride to the location, and after some security checks and all the rules of behavior for our secret mission we reached the final destination. It was the automobile test ground in Idiata, the place chosen for the absolutely



top secret "Elk test" drive of the newly modified A-class car – a test of immense importance for Mercedes-Benz (the earlier car flipped over in a test maneuver done by a Swedish car magazine).

Through the whole day we watched them preparing the test drive area and looked for the best camera angles and coordinated with journalists, film and TV teams. The test drive should be done in the early morning light, but not too

Weiterhin galt es zu beachten, dass der Test bei Regen nicht durchzuführen ist und dass wir uns für alle Fälle auf morgen früh Abfahrt 04:00 Uhr einigen, um ab 05:00 Uhr vor Ort aufzubauen. Das Equipment mit meinem Computeroperator und dem Assistenten kam gut und pünktlich an, das Abendessen fiel extrem kurz aus, die Nervosität nahm zu.

Abfahrt morgens pünktlich um 04:00 Uhr. Ankunft Testgelände 05:00 Uhr. Aufbau, Regentropfen, fast ohnmächtige Stimmung. Mit den ersten Sonnenstrahlen gegen 06:30 Uhr schien der Himmel Einsicht mit uns zu haben und es wurde trocken, sodass bei Erreichen der Temperatur von 5 Grad wir zwar alle schrecklich ausgefroren waren, doch die heiße Jagd nach dem Bestehen des Elchtests konnte beginnen und gleichzeitig startete die Jagd nach dem perfekten Shooting. Dann ging's Schlag auf Schlag – erst gelang der Test, dann gelang die meistgedruckte Bildserie, für die ich jemals verantwortlich war.

Es war kurz nach 10:00 Uhr und die ersten Sequenzen waren im Kasten, obwohl mir die Digitalkamera doch einen bösen Streich spielte: Beim Briefing ging ich davon aus, dass es sich um eine einzelne Aufnahme handelt, die letztlich verwendet werden würde, und nicht um eine Sequenz von fünf Motiven innerhalb von 1,8 Sekunden, die eine Digitalkamera von ihrer Bildverarbeitungsleistung überhaupt nicht schafft.



early because the ground temperature must not be less than 5° C for the Elk test.

The test drive would not be done when it was raining. In any case we had to leave early in the morning at 4:00 a.m. to set up the equipment at the location. The equipment arrived on time with my computer technician and the Spanish-speaking assistant. Our dinner the night before was short and our nervousness grew.

We left at 4:00 a.m. to be at the testing ground by 5:00 a.m. so we could set up. The mood fell when the raindrops started to fall. But with the first sunrays at 6:30 a.m. the sky seemed to have an understanding with us and the rain was drying up. We were getting absolutely frozen waiting for the temperature to finally reach 5° centigrade and the Elk test to start. But then the rally began and we started to hunt for the best shot. Then everything happened at once and fell into place: first the test was an absolute success; then the photo became one of the most printed photos from a photo series that I

had ever been responsible for.

But that's getting ahead of ourselves. Shortly after 10:00 the first sequence of pictures was made although the digital camera played a dirty trick on us. At the first briefing about the shoot we talked about a single shot being used but in reality at the location they wanted to do a sequence of 5 photos within a span of 1.8 seconds. But this was beyond the capabilities of the

Auf Grund der zahlreichen Testfahrten konnte ich mich aber schnell dazu entscheiden, die Sequenz aus mehreren Fahrten selbst zusammenzustellen, wobei mir Peter – der Computeroperator – einen unendlichen Dienst leistete. Es lief dann auch alles wie am Schnürchen, selbst die flüchtig angezapfte ISDN-Leitung war viel besser als wir hofften, und die Bilder rauschten von Idiata nach Stuttgart und Hamburg nur so durch. Selbst überraschende Wünsche des Werbeleiters Jochen Pläcking nach einer Einstellung mit 62,5 km/h konnten noch vor Ort erfüllt werden, und so ging das letzte Bild kurz vor 12:00 Uhr durch die inzwischen angewärmte Standleitung durch.



Als wir uns bei einem gemeinsamen Mittagessen den Schreck aus den Knochen schüttelten, war die Gestaltung des Anzeigenmotivs bereits vollzogen. In einer kurzen Rückmeldung brachte MB-Werbeleiter Jochen Pläcking die große Zufriedenheit des Kunden mit unserer professionellen und zuverlässigen Bewältigung der „geheimen Kommandosache Elchtest“ zum Ausdruck. Für uns das Wichtigste – Kundenzufriedenheit.

Die Aufräumarbeiten und der geordnete Rückzug waren dann nur noch Formsache, die Nacharbeit nach Rückkehr im Studio entfiel, da die ersten Zeitungen mit der Anzeige bereits nachts ausgeliefert und am neuen Tag der Weltöffentlichkeit präsentiert wurden.

digital camera. Because they were conducting plenty of tests on the track, I quickly decided to assemble the sequence from pictures chosen from two separate test drives that had been made and shot by us, and Peter – who did an incredible job – assembled them on the computer. After that everything ran smoothly, even the fleetingly connected ISDN phone line worked better than we expected. The electronic pictures were boosted from Idiata to Stuttgart and Hamburg. We could even fulfill the surprise requests from Jochen Pläcking (the marketing and advertising manager from Mercedes-Benz) – shots showing the digital speed display at 62.5 km/h. And so went the last image through the ever improving ISDN line.

While we were having lunch together with our clients – still a bit shaken from the shooting experience – the creation and production of the print advertisement was already completed. In a feedback session, the Mercedes-Benz advertising director Jochen Pläcking expressed his great satisfaction with our professionalism and our reliable methods for coping with the unknown situations of the commando-like operation Elk test. The most important thing for us – a client satisfied with our work.

Clearing up was merely a matter of habit. There was no retouching or finishing to do when we came back to our studio because you could already see the advertisement in the newspapers presenting the results to the world.



DAS FAMILIENBILD

THE FAMILY PORTRAIT

FAMILIENBILDER SIND BESONDERS IN DER VORWEIHNACHTLICHEN ZEIT EIN GEFRAGTES PRODUKT DER PORTRÄTFOTOGRAFEN, EIGNEN SICH DOCH SOLCHE MOTIVE SEHR GUT ALS WEIHNACHTSGESCHENK FÜR OMAS UND TANTEN. FAMILIENBILDER SIND ABER IN DER GESCHICHTE DER AUTOMOBILINDUSTRIE VON MERCEDES-BENZ WENIGER MIT PERSONEN, UMSO MEHR ABER MIT DEM AKTUELLEN FAHRZEUGPROGRAMM ZU GESTALTEN UND ZWAR JEWEILS MIT DEM CHARAKTERISTISCHEN FAHRZEUG AUS DER BAUREIHE C-KLASSE, DER E-KLASSE SOWIE DER S-KLASSE. ANRUF KUNDE: „FÜR UNSEREN AUFTRITT AUF DER IAA IN FRANKFURT BENÖTIGEN WIR UMGEHEND EIN FAMILIENBILD, BITTE LASSEN SIE UNS HIERZU IHRE IDEEN ZUKOMMEN.“ DIE ARBEIT BEGANN MIT EINER KLEINEN STADTFAHRT, UM IM MODELLAUTOLADEN IN STUTTGART CITY JE EIN MASSSTABGLEICHES AUTOMODELL DER DREI BAUREIHEN C, E UND S ZU ERWERBEN. DIE LAYOUTAUFNAHMEN IM MASSSTAB 1:87 WAREN UNBRAUCHBAR, SODASS WIR UNS AUF UNSERE

AT CHRISTMAS TIME, FAMILY PORTRAITS ARE ALWAYS IN DEMAND AND ARE SUCH GOOD BUSINESS FOR PORTRAIT PHOTOGRAPHERS BECAUSE THEY ARE SUCH NICE GIFTS FOR GRANDMOTHERS AND AUNTS. HOWEVER FOR A COMPANY LIKE MERCEDES-BENZ, FAMILY PORTRAITS ARE NOT PICTURES OF PEOPLE, BUT RATHER OF THEIR CURRENT MODELS. THEY MEAN PHOTOGRAPHING THE CARS THAT BEST CHARACTERIZE MERCEDES-BENZ – THE C CLASS, THE E CLASS AND THE S CLASS. ONE DAY THE CLIENT CALLED AND SAID: “WE IMMEDIATELY NEED A FAMILY PORTRAIT FOR OUR PRESENTATION AT THE IAA IN FRANKFURT. GIVE US SOME IDEAS SOON.” THE PROJECT STARTED WITH A LITTLE RIDE TO A DOWNTOWN STUTTGART CAR MODEL

bewährten 1:24-Modelle besannen, von denen allerdings keines dem gewünschten Objekt entsprach. Und so waren auf unseren Layoutfotos eben ein Ferrari und zwei Mercedes-Benz Sportwagen. Unter den vielen Gruppierungen kam jedoch ein Motiv umgehend zurück, mit dem Vermerk: „Bitte diese Lieblingsperspektive realisieren.“

Der Aufbau gestaltete sich handwerklich sehr umfangreich, die Positionierung der Fahrzeuge war nur mittels einer treppenartigen Bühnenkonstruktion darstellbar und alle Hände waren zum Anpacken gefragt.

Das Podest nahm auch rasch Ausmaß und Form an und gleichzeitig rollten die Limousinen aus Untertürkheim an, ganz so wie mit der Presseabteilung vereinbart.

Alles lief wie am Schnürchen, auch das inzwischen angefertigte Polaroidbild wurde nach Faxversand abgesegnet, bis plötzlich ein Notruf einging: „Fahrzeugpositionen ändern, die S-Klasse muss hinten stehen.“

Am Telefon klang die Geschichte spielend leicht realisierbar, im Studio machten wir uns aber dann schon Gedanken: wie sollen wir jetzt wieder alles abbauen, wie können wir es am einfachsten umbauen und wie sind wir dann am schnellsten wieder da, wo wir gerade nach dem Testdia schon standen?

Aus unseren Aufnahmen mit Abschleppfahrzeugen erinnerten wir uns recht schnell, dass mittels einem Gehänge Fahrzeuge von Parksündern aus der Parklücke heraus hochgezogen und aufgeladen werden können, denselben



shop to purchase models of the three cars: the C-class, the E-class and the S-class scaled to 1:87. Unfortunately the layout shots done with them were not useable, but we remembered our own tried and tested 1:24 models and shot those instead. But none of them matched the needed car models; what you actually saw on our test shots were a Ferrari and two Mercedes-Benz sports cars. One picture of our many group shots came back immediately with the comment “Can you please realize this favourite photographic angle and perspective?”

Creating the setup for the cars was technically extensive and demanding; the cars were placed in the

Ein Originaltelefax, das uns den vom Kunden gewünschten Aufbau zeigt.

The original fax-print showing us the client's desired car set-up.

middle of a staircase to depict a stage. Every available hand was needed to help.

The stages were quickly taking shape while

at the same time the cars were arriving from Untertürkheim. Everything was arranged as discussed with the press department. Everything went off without a hitch; the Polaroid of the set up was faxed and signed off – everything was signed and sealed but not quite delivered and then suddenly there was an emergency call. “Change the car positions, the S class has to be in the back.”

This sounded easy to do on the phone but in reality it was another story. We were thinking: Do we have to disassemble the whole set now? How can we do it the easiest way so that we can quickly get back to the status where

Vorgang wollten wir jetzt im Studio praktizieren. Rasch war ein Abschleppfahrzeug ausfindig gemacht und wenige Stunden später im Studio, wo sofort die Lage besprochen wurde: „Nehmen Sie das mittlere Fahrzeug heraus, um es auf die vordere Position zu bringen, das vordere Fahrzeug muss nach hinten und das hintere Fahrzeug vor.“ Aber so einfach ging es dann doch nicht, denn beim Herausnehmen des mittleren Fahrzeugs war der Ausleger so weit ausgefahren, dass der Abschleppwagen ins Kippen kam.

Um eine größere Karambolage zu vermeiden, fingen wir nochmals von ganz vorne an und nah-

Spielplatz Studio: Sohn Patrick hilft Daddy beim Skizzieren des Aufbaus zum „Familienbild“.

Playground studio: Son Patrick helps daddy draw the sketch for the set-up for the “Family Picture”.

men entsprechend von vorn nach hinten jedes Fahrzeug einzeln herunter. Das Podest musste teilweise abgebaut

und neu aufgebaut werden. Und der gutgemeinte Wunsch unseres Kunden „tauscht C gegen E und S gegen C“ kostete uns im Endeffekt drei volle Arbeitstage.

Wenige Wochen später besuchte ich die IAA in Frankfurt, der Schreck war aus den Knochen, dafür aber das offizielle Mercedes-Benz-Familienbild auf allen Pressemappen, Tragetaschen, Plakaten und in allen Medien.



the first test transparency was made? We did some quick thinking and remembered that we shot some tow trucks in the past and this kind of vehicle can hoist a car up with a harness with no trouble at all. And now we would attempt this same procedure in the studio. Quickly we called in a tow truck service for a quick lift. A couple of hours later the tow truck was there and we started to discuss the situation with the service man. “Can you lift up the middle car and put it in the front, the front car has to go in the back and the back one

in the middle.” But it wasn't so easy. With the first try to lift up the middle car the transport arm stuck out so far that the truck started to tilt.

To avoid any crashes we had to start from scratch. Every car had to be removed and put back in the right order. We had to partly disassemble and to rebuild the stage. In the end a simple and well-meant request from our customer – “change the

cars' order” – had actually cost us three full working days. But a couple of weeks later when I attended the IAA all those terrible and frightening moments were forgotten and the official Mercedes-Benz family photo was everywhere on press-kits, carry bags and posters and in the media.



Familienfoto mit
René Staud und
seinem Fototeam

Family portrait with
René Staud und his
photo team

KALENDIER

300 SL – DIE KALENDEREDITION
300 SL CALENDAR EDITION

PORSCHE 356
PORSCHE 356

ADAC AUTOMOBIL KLASSIKER
ADAC CLASSIC CARS

BMW MOBILE TRADITION
BMW MOBILE TRADITION

MB PERSONALITIES
MB PERSONALITIES

TODAN
TODAN

FIAT ART EDITION
FIAT ART EDITION

FULDA
FULDA

GEMBALLA DESIGN
GEMBALLA DESIGN

SETRA
SETRA

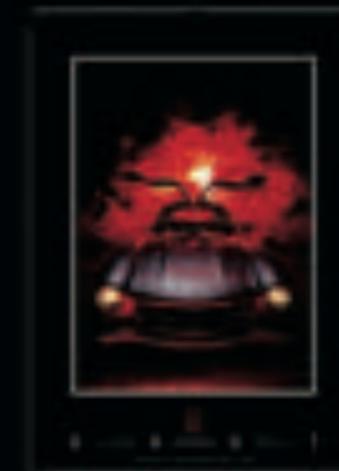
FOREVER YOUNG
FOREVER YOUNG

DAIMLERCHRYSLER – FUTURE IN MOTION
DAIMLERCHRYSLER – FUTURE IN MOTION



300 SL – DIE KALENDEREDITION

300 SL CALENDAR EDITION



WENN JEMAND VERRÜCKT NACH AUTOMOBILEN IST, UND ZUGLEICH AUCH NOCH IM UNMITTELBA-
REN EINZUGSBEREICH DES HAUSES MERCEDES-BENZ EIN FOTOSTUDIO AUF DIE GRÜNE WIESE STELLT,
FÜHRT AM LEGENDÄREN 300 SL PRAKTISCH KEIN WEG VORBEI. EINE ERFAHRUNG, DIE RENÉ STAUD
UND SEIN TEAM GERADEWEGS ZU DEN 300 SL-KALENDERN FÜHRTE. ICH HATTE 1988 DAS
VERGNÜGEN, EINEN ART & CAR-BAND ÜBER DIE RENN- UND STRASSENVARIANTEN DES VON 1952 BIS
1961 GEBAUTEN FAHRZEUGS SCHREIBEN ZU KÖN-
NEN – EINES WAGENS, DER SEINE ZEIT WIE WENI-
GE ANDERE MODELLE DOMINIERTE. EINER PERFEK-
TEN MELANGE AUS DEN HEROISCHEN ZEITEN VON
„LE MANS“, DER „MILLE MIGLIA“ UND DER „CARRERA
PANAMERICANA“ – VERBUNDEN MIT HIGH-TECH
WIE EINEM FRAGILEN ROHRRAHMEN, DEN ERSTEN
EINSPRITZ-MOTOREN UND JENEN UNVERGLEICH-
LICHEN FLÜGELTÜREN, DIE NOCH HEUTE VOLKSAUF-
LÄUFE BEWIRKEN UND BEIM EIN- UND AUSSTIEG DIE

IF SOMEONE IS CRAZY ABOUT CARS AND BUILDS HIS
STUDIO PRACTICALLY IN MERCEDES-BENZ'S BACKYARD,
THERE IS JUST NO WAY TO IGNORE THE LEGENDARY SL
300. THIS EXPERIENCE LED RENÉ STAUD AND HIS TEAM
RIGHT TO THE SL 300 CALENDAR. IT WAS 1988, AND I
HAD THE PLEASURE OF WRITING AN ART & CAR BOOK
ABOUT THE 1952 TO 1961 STREET AND RACE VERSIONS
OF THIS LEGEND – A CAR THAT DOMINATED ITS ERA
MORE THAN ANY OTHER. IT WAS A PERFECT BLEND OF
THE HEROIC AND DARING TIMES OF "LE MANS", THE
"MILLE MIGLIA" AND THE "CARRERA PANAMERICANA"
AND HIGH TECH: BUILT ON A FRAGILE TUBULAR FRAME,
POWERED BY THE FIRST INJECTION ENGINES AND
COMPLEMENTED BY THE INCOMPARABLE WING DOORS.
THE DOORS STILL ATTRACT CROWDS TO THIS DAY,
AND SEPARATED THE WOMEN FROM THE LADIES WHEN
THEY GOT IN AND OUT. FOR THE STUDIO PHOTOS
OF THE SL 300, WHICH WERE TO BE PUBLISHED IN



Frauen von den Damen separieren. Für die Studioaufnahmen des 300 SL, die in dem Buch erscheinen sollten, kamen nur die René Staud Studios in Frage – und die Ergebnisse gestalteten sich derart überwältigend, dass die Qual der Auswahl beachtlich war. Alle Beteiligten hatten von Anfang an das Gefühl, dass diese Fotoproduktion des „Flügelträgers“, des „Roadsters“ und des „Uhlenhaut-Coupés“ eine neue Qualität erreicht hatten – eine Qualität, die zu schade gewesen wäre, sie „nur“ in einem limitierten Buchband zu verstecken. Zudem litt René Staud schrecklich unter dem Wissen, dass Bücher (wie es technisch eben nicht anders machbar ist) in der Mitte einen Bund, eine Knickfalte haben. Also faltete er die Andrucke im heimischen Leonberg wieder auseinander und beschloss eine (mittlerweile sehr erfolgreiche) Posterserie zu starten – von da war der Weg von sechs losen Postern zu zwölf Postern, die einen limitierten Kalender ergeben, nicht mehr weit. Und damit war ein „Collector’s Item“ geschaffen, das der Mannschaft der René Staud Studios nicht nur internationale Reputation brachte, sondern auch alljährlich die Chance gibt, ihr stetig wachsendes Know-how und die sich weiterentwickelnde Kreativität an einem der großen Fahrzeuge aller Zeiten zu demonstrieren. Fragten sich ursprünglich noch die einen oder anderen selbsternannten Experten, ob das Thema 300 SL nicht rasch ausgelutscht sei, so sehen inzwischen dieselben Propheten der jährlichen Neuauflage mit Ungeduld entgegen. Also betrachten wir nicht nur mit Begeisterung den diesjährigen Jubiläums-Kalender, sondern freuen uns auch auf weitere Jahrgänge – damit der feste SL-Kalender-Platz über dem Schreibtisch nicht zu verwaissen droht.

Jürgen Lewandowski

(anlässlich der Präsentation des 5. SL-Kalenders im Herbst 1992)

Arbeitsfoto mit Kubus
– das Kalendermotiv
erschien im 300 SL-
Kalender 1993.
Der Kubus war schon ein-
mal bei der Einführung der
Mercedes-Benz Designo-
Linie Requisite.

Working photo with a
cube: this calendar sub-
ject was published in the
1993 calendar. The cube
was a prop for the launch
of the Mercedes-Benz
Designo product line.

a photo book, René Staud Studios was the only choice. The results were so overwhelming, that we were overwhelmed with the agony of choice. Right from the beginning of the shoot, all the people involved felt that the photo production of the gullwing, the roadster and the Uhlenhaut coupé had achieved a new level of quality – a quality, which would have been a shame to hide in a limited printed picture book. Not to mention that René Staud was struggling with the knowledge that books are bound and as a result have a “gutter” where the page is folded into the spine. As he unfolded the prepress print again back in the Leonberg studio, he decided then and there to start a poster series (that meanwhile became a success). From these six single shots it was only a small step to put twelve prints together that would make up the limited edition calendar. And so the “Collector’s Item” was created. It gave the René Staud Studios not only an international reputation, but also an annual showcase for their accumulated know-how and developed creativity to display one of the greatest cars ever. On occasion, one or the other self-proclaimed expert would ask whether or not the settings for the 300 SL were exhausted, but these same prophets wait impatiently every year to see the new annual edition. We are not only excited to see this annual anniversary edition calendar, but we are also looking forward to further annual editions. We don’t want to waste the SL calendar’s permanently reserved place behind the desk, says Juergen Lewandowski.

(On the occasion of the presentation of the 5th calendar in autumn 1992).





Noch ein Set aus
2. Hand, wie viele
Aufbauten aus der
Auftragsproduktion hier
in der Zweitverwertung
zum 300 SL-Kalender

Yet another second hand
set, like many set-ups
from client productions,
here the second time
around for the SL 300
calendar production

EDITION 2000

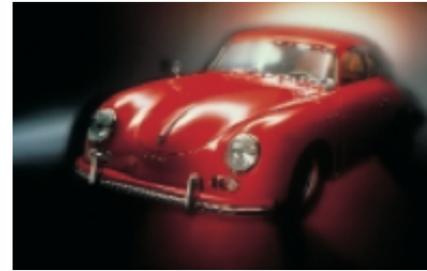
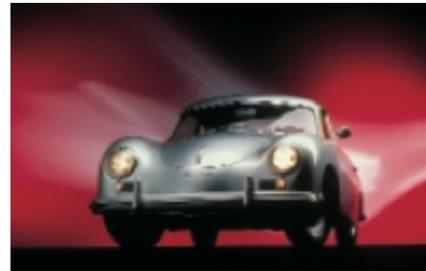
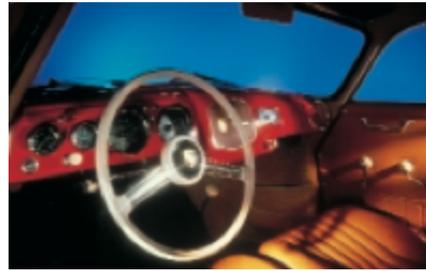


PORSCHE 356



SEIT 1983 ENTSTANDEN IN DEN STUDIOS IN WENDLINGEN UND LEONBERG ZAHLREICHE FOTOPRODUKTIONEN, DIE OFT WEIT ÜBER DIE LANDES- UND BRANCHENGRENZEN HINAUS BEKANNT UND VERÖFFENTLICHT WURDEN. IMMER WIEDER HÖRTE ICH DEN WUNSCH, AUCH FAHRZEUGE DER TRADITIONSMARKE AUS ZUFFENHAUSEN MIT DEN MÖGLICHKEITEN DER MODERNEN STUDIOFOTOGRAFIE ZU INTERPRETIEREN. BALD WIDMETEN MEIN TEAM UND ICH VIELE FOTOTAGE DEN MEILENSTEINEN DER PORSCHE-AUTOMOBILGESCHICHTE, BESONDERS DEN FAHRZEUGEN VON 1952 BIS 1965. DIESE FOTOGRAFISCHEN RARITÄTEN PRÄSENTIERTE ICH IN DER KALENDEREDITION „356“, EINEM KUNSTKALENDER MIT 12 DER SCHÖNSTEN MOTIVE, VOM 356 „KNICKSCHEIBE“ ÜBER DEN BEGEHRTEN 356 SPEEDSTER BIS ZUM LETZTEN GEBAUTEN MODELL, DEM 356 C.

SINCE 1983, COUNTLESS PHOTO PRODUCTIONS HAVE BEEN CREATED IN THE WENDLINGEN AND LEONBERG STUDIOS. THESE BECAME VERY POPULAR NOT ONLY WITHIN THE PHOTO AND AUTO INDUSTRY BUT THEY CROSSED OVER INTO AND WERE IN DEMAND IN OTHER MARKETS, HERE IN GERMANY AND INTERNATIONALLY. MANY PEOPLE EXPRESSED THE DESIRE THAT I SHOOT AND INTERPRET THE CLASSIC VEHICLES FROM ZUFFENHAUSEN – IN OTHER WORDS PORSCHE LAND – USING MY UNIQUE, MODERN STUDIO STYLE. MY TEAM AND I DEVOTED MANY STUDIO HOURS PHOTOGRAPHING PORSCHE'S HISTORICAL MILESTONES, ESPECIALLY THE VEHICLES FROM 1952 TO 1965. I PRESENTED THESE PHOTOGRAPHIC RARITIES IN THE CALENDAR EDITION "356". AN ARTISTIC CALENDAR FEATURING TWELVE OF THE MOST BEAUTIFUL SUBJECTS, FROM THE 356 "KNICKSCHEIBE" TO THE POPULAR 356 SPEEDSTER AND THE LAST ENTRY IN THE SERIES, THE 356 C.



Edition 2000:
der 356 ist zweifellos
der Porsche-Klassiker
und sozusagen ein Muss
für Fotograf und
Klassikerfan.

Edition 2000:
There is no doubt:
The Porsche 356 is a
must for the classic car
photographer and the
classic car buff.



Porsche 365 A Speedster
neben der Carrera
GT Studie:
Ausblick auf weitere
Highlights rund um
den 356er.



Porsche 365 A Speedster
beside the Carrera GT:
A preview for the
further highlights
surrounding the 356.



Ralph Lauren, der welt-
bekannte Modeschöpfer,
zu Gast in den René
Staud Studios während
eines Shootings mit der
Carrera GT Studie.

Ralph Lauren, the
famous fashion desi-
gner, visited René
Staud Studios during a
photo session for the
Carrera GT.

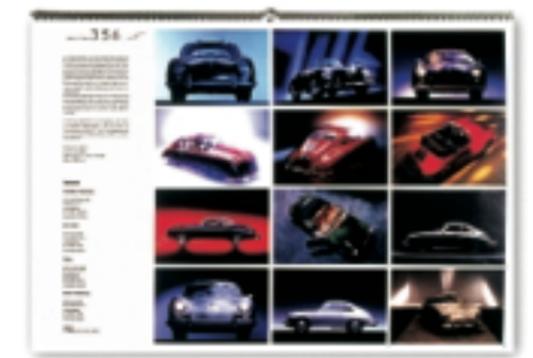


COUPE

CABRIO

SPEEDSTER

ABARTH



Edition 1999

Die Edition 356 erschien als Kalender 1999 mit offenem Kalendarium, also als Dauerkalender. Auch der Jahrgang 2000 ist heute noch ein beliebter Sammelkalender.

The 356 edition was published as a calendar in 1999 without week or day markings. Today the 2000 edition is still a very popular collection calendar.

ADAC AUTOMOBIL KLASSIKER

ADAC CLASSIC CARS



DIE KALENDEREDITIONEN „ADAC AUTOMOBIL KLASSIKER“ SETZTEN SEIT 1999 DEN QUALITATIVEN MASSSTAB FÜR OLDTIMERKALENDER IN JEDER DISZIPLIN: FORMAT 500 X 700 mm, DRUCKRASTERUNG 80, PAPIER 250 g KUNSTDRUCK, LACKIERUNG UV. ABER ES KOMMT AUF DEN INHALT AN, UND SO LAUTETE DAS BRIEFING DER ADAC VERLAG GMBH WIE FOLGT: ENTWICKELN UND GESTALTEN SIE UNS EINEN AUTOMOBILKALENDER, DER DIE HIGHLIGHTS DER AUTOMOBILEN ENTWICKLUNG REPRÄSENTIERT – VORZUGSWEISE DEUTSCHE, ABER AUCH FAHRZEUGE AUS DEM BENACHBARTEN AUSLAND, STARK AN DER ZIELGRUPPE UNSERER MITGLIEDER ORIENTIERT.

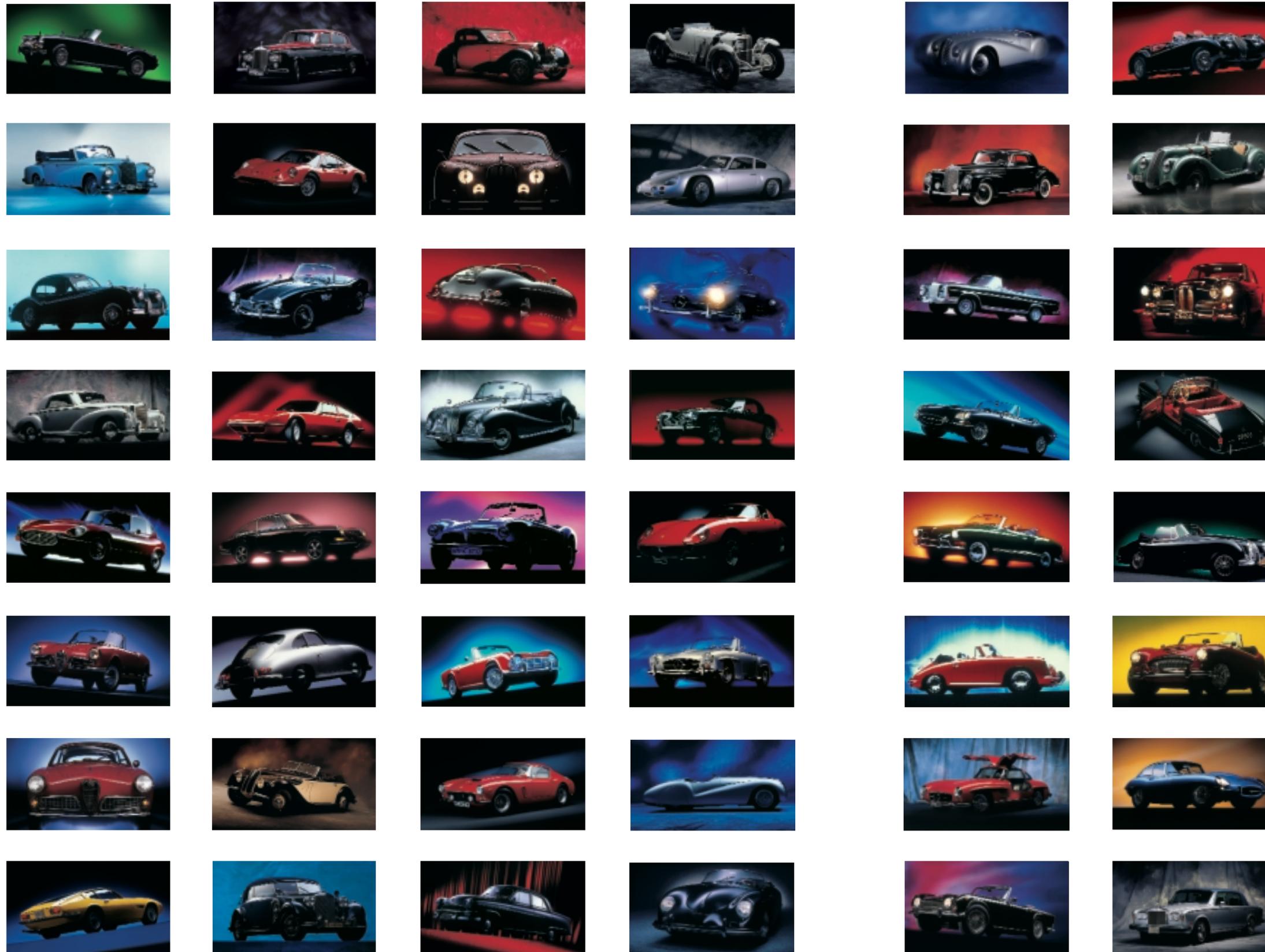
DIE VIELFALT DER FAHRZEUGE VERBUNDEN MIT DER FREISCHÖPFERISCHEN DARSTELLUNG DER MOTIVE ERGABEN VON ANFANG AN EINEN AUSSERGEWÖHNLICHEN KUNSTKALENDER, IN DEN NUN IM LAUFE DER WEITERENTWICKLUNG DER EDITION FAHRZEUGE EINFLIEßEN, DIE EIN EIGENES THEMA ERGEBEN HÄTTEN.

SINCE 1999 THE ADAC CLASSIC CAR CALENDAR EDITION HAS SET THE QUALITY BENCHMARK FOR ALL FACETS OF CLASSIC CAR CALENDARS. SPECIFICATIONS: SIZE 500 X 700 MM; 80-LINE SCREEN; PAPER 250 GRAMS; LITHO PRINT; UV LAMINATED. BUT THE CONTENT IS REALLY WHAT MATTERS, SO ADAC'S INSTRUCTIONS WERE AS FOLLOWS: DESIGN AND PRODUCE A CALENDAR THAT HIGHLIGHTS THE DEVELOPMENT OF THE AUTOMOBILE. CONCENTRATE ON GERMAN CARS, BUT CARS FROM NEIGHBORING COUNTRIES CAN BE INCLUDED AS WELL. MAKE SURE THAT THE INTERESTS OF OUR MEMBERS ARE WELL REPRESENTED.

THE VARIETY OF VEHICLES COMBINED WITH COMPLETE CREATIVE FREEDOM ENSURED THAT THE RESULT WOULD BE AN EXTRAORDINARY ART CALENDAR RIGHT FROM THE START. SUBSEQUENT EDITIONS CONTAINED UNUSUAL VEHICLES THAT RARELY APPEARED IN PRINT.

THE CALENDAR ALSO APPEALS TO THE CLASSIC CAR FAN, SOMEONE WHO DOES NOT FAVOR A SPECIFIC MAKE OR MODEL, BUT DERIVES PLEASURE AND





Die Vielfalt der Fahrzeuge lockt aber auch den Oldtimerfreund an, der nicht eine bestimmte Marke oder einen bestimmten Typ favorisiert, sondern der mehr Liebe und Freude am eleganten Blechkleid und der ungewöhnlichen fotografischen Inszenierung der Motive hat.

Ganz besondere Anerkennung gilt an dieser Stelle den Besitzern der Fahrzeuge, die oft aus eigener Initiative getrieben uns ansprechen, ob nicht auch ihr schönstes Stück Blech einmal zur Foto-session darf.

Bemerkenswert ist auch die großartige Unterstützung seitens der Automobilmuseen des Hauses Mercedes-Benz, BMW Mobile Tradition, sowie dem Auto Technik Museum in Sinsheim.

Im vierten Jahr der ADAC Automobil Klassiker Edition erscheinen wieder zwölf außergewöhnliche Raritäten nationaler und internationaler Automobilgeschichte, zusammengetragen von René Staud und seinem automobilen Freundeskreis.

enjoyment from an elegant metalskin. The unusual photographic presentation and diversity of cars in this calendar fit the bill perfectly.

A special recognition is due to the owners of the cars. Some even approach us to photograph their beautiful pieces of sheet metal. We also would like to acknowledge the automobile museums of Mercedes-Benz, BMW Mobile Tradition and the "Auto Technik Museum" Sinsheim (Germany) for their great support.

The fourth edition of the ADAC Calendar again showcased twelve extraordinary rarities from German and international automobile history collected by René Staud and his friends.



Porsche 356 Abarth:
Ein eigenwilliges
Fotoobjekt vor den
Kameralinsen des
René Staud Fototeams:
Aufnahme für den ADAC
Kalender 2001.

Porsche 356 Abarth:
an unconventional photo-
graphic subject in front of
René Staud photo team's
cameras. A picture for
the ADAC calendar, 2001.



BMW MOBILE TRADITION



DIE BMW MOBILE TRADITION GEHÖRT SCHON TRADITIONELL ZU DEN INSTITUTIONEN, DIE UNS MIT DEN WEISSBLAUEN FAHRZEUGEN JEDEN BAUJAHRES VERSORGT. DER HERVORRAGENDE FREUNDSCHAFTLICHE KONTAKT ENTSTAND DURCH DEN LANGJÄHRIGEN LEITER CHRISTIAN EICH, DER BEI DEM CONCORDE-ABSTURZ IM JAHR 2000 UMS LEBEN KAM. BESONDERS DER ANTEIL DER WEISSBLAUEN FAHRZEUGE BEI DEN STAUDSCHEN AKTIVITÄTEN WAR IHM ZU GERING, UND SO WAR ER ES SELBST, DER ANBOT, AUF DIE GESAMTEN MUSEUMSBESTÄNDE DER BAYERISCHEN MOTORENWERKE MÜNCHEN ZURÜCKGREIFEN ZU DÜRFEN.

NOCH SCHÖNER WAR DIE ZUSAMMENARBEIT IM JAHR 2000, ALS BMW UNS ZUR ABGABE EINES KONZEPTS FÜR EINEN OLDTIMERKALENDER AUFFORDERTE UND WIR NEBEN VIELEN ANDEREN EINGEREICHTEN VORSCHLÄGEN DEN ZUSCHLAG BEKAMEN. NICHT ZULETZT DURCH DIE PRÄSENTATION MIT BEREITS FOTOGRAFIERTEN FAHRZEUGEN HATTEN WIR SICHER-

BMW MOBILE TRADITION IS ONE OF THE INSTITUTIONS THAT PROVIDES US WITH THEIR NEW MODELS, BEARING THE TRADITIONAL BLUE-AND-WHITE BADGE, EACH YEAR. THIS FRIENDLY COOPERATION WAS THE WORK OF LONG-SERVING DIRECTOR MR. CHRISTIAN EICH, WHO WAS UNFORTUNATELY A VICTIM IN THE CONCORD AIRPLANE CRASH IN 2000. HE THOUGHT THAT THE NUMBER OF BLUE-WHITE FLAGGED CARS IN STAUD'S BUSINESS ACTIVITY WAS NOWHERE NEAR HIGH ENOUGH, SO HE GAVE STAUD ACCESS TO THE ASSETS OF THE WHOLE BAVARIAN MOTOR WORKS MUSEUM, MUNICH.

OUR RELATIONSHIP IMPROVED EVEN MORE IN 2000 WHEN BMW INVITED US TO PRESENT A CONCEPT FOR A CLASSIC CAR CALENDAR. EVEN THOUGH MANY OTHERS HAD SUBMITTED THEIR PROPOSALS, WE WERE AWARDED THE CONTRACT. OUR CHANCES WERE DEFINITELY EXCELLENT BECAUSE OF OUR EXPERIENCE IN THIS



BMW 328 Touring Roadster

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

05



lich hervorragende Chancen, die Umsetzung der ausgesuchten Klassiker sprach wahrscheinlich für sich.

Zwölf außergewöhnliche Produkte aus der weiß-blauen Produktion, Automobile, aber auch Motorräder, bilden den Inhalt des BMW Klassik Kalenders 2001.

field. The classics we presented obviously spoke for themselves.

Twelve extraordinary examples from the blue-and-white production lines, both cars and motorcycles, make up the 2001 BMW Classic Calendar.



MB PERSONALITIES



DER KALENDER ZEIGT 12 FOTOGRAFISCHE INTERPRETATIONEN VON MEILENSTEINEN IN DER AUTOMOBILEN ENTWICKLUNG DER MERCEDES-BENZ AG. PERSÖNLICHKEITEN AUS KULTUR, WIRTSCHAFT, POLITIK, SPORT UND TECHNIK LASSEN DIE ZEIT AUFLEBEN, IN DER DAS JEWEILIGE FAHRZEUG SEINEN TEIL ZUR „FASZINIERENDEN TECHNIK“ DES „EVOLUTIONÄREN FORTSCHRITTS“ UND MIT DEM „CHARAKTERISTISCHEN DESIGN“ ZUR WEITERENTWICKLUNG DES AUTOMOBILS BEIGETRAGEN HAT.

IN KEINEM UNTERNEHMEN FAND ICH DIESE TRADITIONELLE VERBINDUNG SOLCHER „KOMPONENTEN“ DERART ENG UND ÜBER 100 JAHRE KONSEQUENT VORHANDEN, WESHALB DIESE „FOTOGRAFISCHE GALERIE“ NUR VON DEN KLASSIKERN MIT DEM STERN MÖGLICH WAR.

*Vorhang zur Vorstellung
der Bildserie und Intro
im Kalender*

*Curtain for the photo
series presentation and
an introduction to the
calendar*

THE CALENDAR CONTAINS TWELVE IMAGES DEPICTING MILESTONES IN MERCEDES BENZ'S AUTOMOTIVE HISTORY. PERSONALITIES FROM THE ARTS, BUSINESS, POLITICS, SPORTS AND TECHNOLOGY RELIVE THE DAYS WHEN THESE CARS WERE THE "CUTTING EDGE OF TECHNOLOGY," "THE NEXT STEP IN EVOLUTION" AND "SHAPED THE FUTURE" IN THE DEVELOPMENT OF THE AUTOMOBILE.

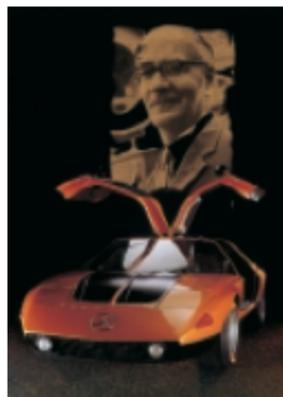
NO OTHER COMPANY CAN BOAST THESE "ELEMENTS" SO COHESIVELY AND CONSISTENTLY OVER MORE THAN 100 YEARS. THIS PHOTOGRAPHIC GALLERY COULD ONLY BE DONE WITH THE CLASSIC CARS DISPLAYING THE STAR.



Mercedes-Benz 300 SL
Baujahr 1954

„Mit dem 300 SL, dem Flügeltürer, schuf Mercedes-Benz ein Sportfahrzeug, das nicht nur Rennerfolge ohne Ende einfuhr, sondern vor allem wegen seines aufsehenerregenden Designs zum Traumauto schlechthin wurde. Zahlreiche Persönlichkeiten, unter ihnen **Sophia Loren** und andere Filmstars, orderten diese technische und optische Revolution.“

*“When Mercedes created the 300 SL with the ‘gull-wing’ doors, they also created a sports car which not only proved to be a highly successful racing car, but at the same time quite simply became a dream car, primarily because of its striking design. Numerous personalities, among them **Sophia Loren** and other film stars, ordered this technically and visually revolutionary car.”*



Mercedes-Benz C 111
Baujahr 1970

„Hier kommen zwei Innovationsträger zusammen: die Wiedergeburt des Flügeltürers in Form des C 111 und die Motorisierung nach dem Rotationskolbenprinzip von **Felix Wankel**. Die Vierscheibenausführung des Kreiskolbenmotors hatte ein Kamervolumen von insgesamt 2400 ccm und eine Leistung von 350 PS. Der Wagen erreichte eine Höchstgeschwindigkeit von 300 km/h.“

*“Here we have two innovations in one: the gull-wing door design adopted for the C111 and a rotary-piston engine based on **Felix Wankel’s** invention. The four-rotor engine had a total volume of 2400 cm³ and an output of 350 hp. The car could reach a top speed of 300 km/h.”*



Sportwagen C9
Baujahr 1989

„Mercedes fährt wieder Sportwagenrennen. Die modernen Silberpfeile meldeten sich eindrucksvoll zurück und holen 1989 und 1990 wieder einen Weltmeistertitel. Bei 16 von 18 Rennen, in denen diese Wagen an den Start gingen (1990 als C11), waren sie siegreich. Mit im Team der erfolgreichen Piloten: **Michael Schumacher**, heute die Nummer Eins in der Formel 1.“

*“Mercedes returned to the race track. The modern Silver Arrows enjoyed a successful comeback and won the world championship titles in 1989 and 1990. These cars were successful in 16 out of the 18 races in which they competed (in 1990: C11). At the time, the successful team of drivers included **Michael Schumacher** who is today the number one in Formula 1 racing.”*



Formel 1-Rennwagen W196
Monoposto / Baujahr 1954

„Mit diesem Rennwagen belebte Mercedes-Benz den Mythos und die Rennerfolge der ‚Silberpfeile‘ aus den Vorkriegsjahren wieder neu. 1954 und 1955 wurde der damals fast unbesiegbare Argentinier **Juan Manuel Fangio** mit diesem rassigen Rennwagen Weltmeister.“

*“With this racing car Mercedes-Benz restored the myth and the racing success of the pre-war Silver Arrows. In 1954 and 1955 the then almost unbeatable Argentinean **Juan Manuel Fangio** became world champion in this streamlined racing car.”*



Mercedes-Benz 300 SE
Baujahr 1964

„Der 300 SE verkörperte seinerzeit die absolute Oberklasse im Automobilbau. Wer im Jahre 1964 schnell, komfortabel und sicher unterwegs sein musste, der kaufte sich einen 300 SE. So auch Filmschauspieler **Jean-Claude Pascal**.“ (Bauzeit dieses Wagens war 1961–1965)

*“The 300 SE embodied the pinnacle in luxury car design in its day and age. In 1964, those who wanted to be dashing, fast, comfortable and safe all at the same time, bought themselves a 300 SE. As did actor **Jean-Claude Pascal**.”*



Mercedes-Benz 500 K /
Cabrio B Baujahr 1935

„Für viele gehört der 500 K zu den schönsten Mercedes, die je gebaut wurden. Das Cabrio-B ist eine der zahlreichen Karosserievarianten, die damals erhältlich waren. Kein Wunder, dass sich die berühmten Filmschauspieler Mitte der 30er Jahre mit diesem wunderschönen Automobil schmückten. 1936 war allerdings ein Sportler unumschränkter Star in den Medien: **Jesse Owens**. Keine Persönlichkeit wurde mehr gefeiert als der vierfache Olympiasieger von Berlin.“

*“For many the 500 K is one of the most beautiful Mercedes which has ever been built. The ‘Cabrio B’ was one of the many versions available at the time. It is little wonder that the celebrated film stars of the 30’s wanted to be seen in one of these wonderful cars. In 1936 however, track-and-field athlete **Jesse Owens** was the uncontested media star. No-one was more celebrated than the four times Olympic champion at Berlin.”*



Mercedes-Benz 170 V
Baujahr 1948

„Welches Automobil verdeutlicht besser die Nachkriegsjahre und den Wiederaufbau als der Mercedes-Benz 170 V des Jahres 1948? Bescheiden in Aufmachung und Ausstattung zeugt er von der Stimmung jener Zeit. Es war auch eine Zeit des deutschen Films, der in **Willi Birgel** seinen großen Star hatte.“ (Bauzeit 1946–1949)

*“Which car could better illustrate the post-war years and reconstruction in Germany than the Mercedes-Benz 170 V of 1948? Modest in its styling and equipment, it bears witness to the mood of that period. This was also an important time for Germany cinema, **Willi Birgel** being the greatest star.”*



Mercedes-Benz 300d
Baujahr 1959

„Das war das Lieblingsauto und zugleich Staatskarosse von **Konrad Adenauer**. Noch heute heißt dieses Fahrzeug in Oldtimerkreisen schlicht „Adenauer“. Der erste Kanzler verkörperte auch den Wirtschaftsaufschwung, der einherging mit einer rasanten technischen Entwicklung auch im Automobilbereich.“

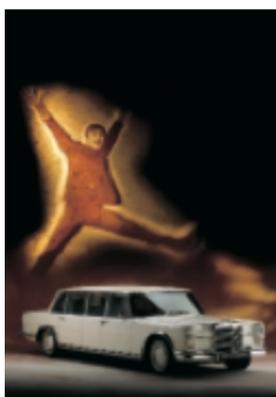
*“This was **Konrad Adenauer’s** favourite car and state carriage. Amongst vintage car lovers, this car is still simply referred to as ‘the Adenauer’. The first Federal German Chancellor represents the economic recovery which was accompanied by technical development at a breathtaking speed, also in the motor industry.”*



Benz Mylord
Baujahr 1899

„Im Jahre 1899 produzierte die Firma Benz & Cie. 572 Fahrzeuge. Eines war dieses Mylord Coupé. Das Unternehmen, das Karl Benz 1882 in Mannheim gründete, ging 1926 in der Daimler-Benz AG auf. Seine Frau Berta war die treibende Kraft im Hause Benz, die ihren Karl immer ermutigte, den eingeschlagenen Weg weiter zu verfolgen. **Berta Benz** ist die Frau, die als Erste das Automobil als Inbegriff der Mobilität erkannt hatte.“

*„In 1899, Benz & Cie. produced 572 vehicles, one of which was this Mylord coupé. The company, founded by Karl Benz in Mannheim in 1882, merged with Daimler-Motoren-gesellschaft to become Daimler-Benz AG in 1926. His wife, Berta, was the driving force in the Benz household and was forever encouraging him to continue on his course. **Berta Benz** was the first to realise the significance of the motor vehicle in terms of mobility.“*



Mercedes-Benz 600
Baujahr 1964

„Sogar noch heute wird der Mercedes 600 als die Staatskarosse und das Symbol für Repräsentation und Politik gesehen. In der Tat sah man 1964 sogar junge, erfolgreiche Unternehmer, Schauspieler und Musiker diesen Mercedes fahren. **John Lennon** von den Beatles fuhr dieses Automobil selbst für einige Zeit.“

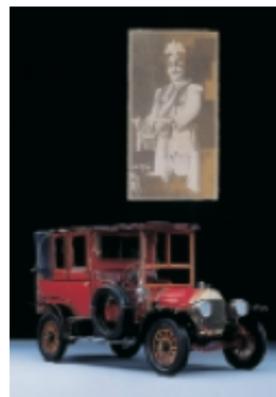
*“Even today the Mercedes 600 is still conceived to be the one and only state car and the paragon of representation and politics. Indeed in 1964, even young, successful entrepreneurs, actors and musicians were seen driving this Mercedes-Benz. Beatle **John Lennon** drove himself around in this car for quite some time.“*



Mercedes-Benz
SS-Kompressor / Baujahr 1927

„Ende der 20er Jahre waren die offenen, rasierten Mercedes-Benz Kompressor-Fahrzeuge vom Typ SS die Sportwagen schlechthin. Mit dieser Baureihe wurden auch Autorennen gefahren. **Rudolf Caracciola**, unvergessen, errang auf einem Fahrzeug dieses Typs seine größten Erfolge im Sportwagen.“

*“At the end of the 1920’s, the dashing open-top supercharged Mercedes with the model designation “SS” was the epitome of a sports car. It was also used as a racing car. The unforgettable **Rudolf Caracciola** achieved his greatest victories with this car.“*



Benz Landulet
Baujahr 1908

„**Prinz Heinrich von Preußen**, Erfinder des Scheibenwischers und größter Motorsport-enthusiast in der kaiserlichen Familie, war ein Freund der Benz-Automobile. 1907 rief er das Kaiserpreisrennen ins Leben, und auch sein Bruder Kaiser Wilhelm II. begeisterte sich nach anfänglicher Skepsis für das Automobil. Das Landulet mit 6,1 l, 40 PS und einer Höchstgeschwindigkeit von 80 km/h gehörte mit zu den exklusiven Modellen von Benz & Cie.“

*“**Prince Henry of Prussia**, inventor of the windscreen wiper and the greatest motor sport enthusiast in the Imperial family, had a special liking for Benz automobiles. In 1907 he introduced the Imperial racing trophy and even inspired his brother, Emperor William II, who had at first been sceptical of the car. The Landulet with its 6,1 litre 40 hp engine and a top speed of 80 km/h has a place amongst the most exclusive Benz & Cie models.“*



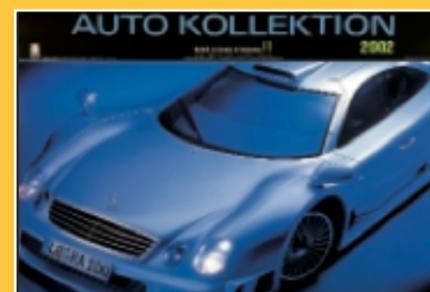
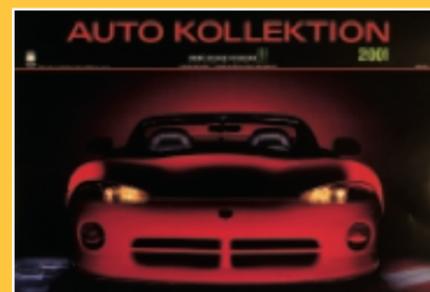
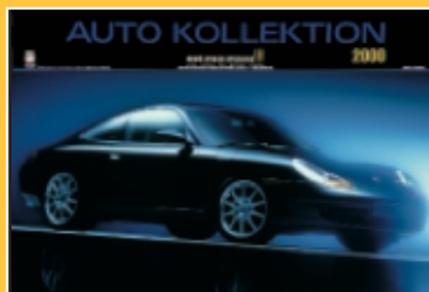
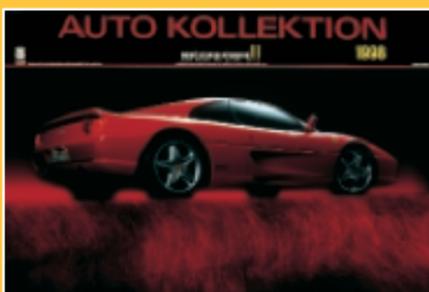
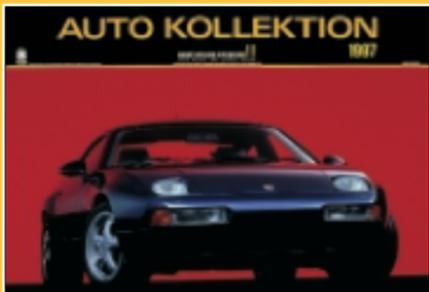
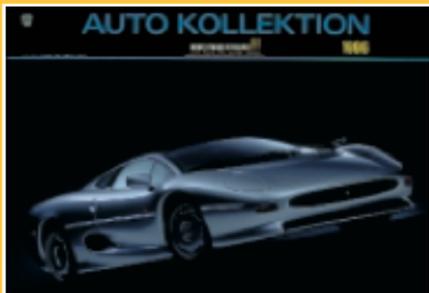
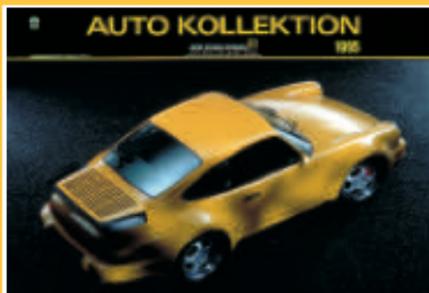
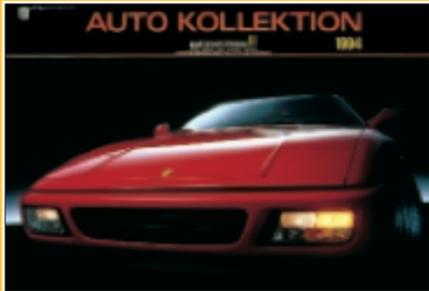
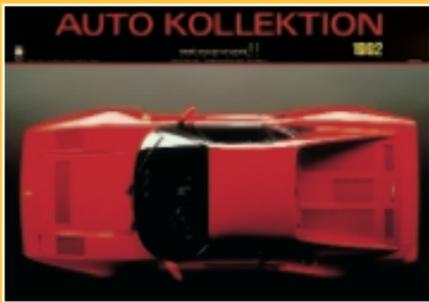


TODAN



DIE TODAN PUBLISHING GROUP IN JAPAN WAR LANGE AUF DER SUCHE NACH EINEM EUROPÄISCHEN PARTNER, DER AUSSERGEWÖHNLICHE, ABER AUCH AKTUELLE FAHRZEUGE FOTOGRAFIERT UND ALS LANGJÄHRIGER PARTNER FÜR EIN VERLAGSKALENDERPROJEKT BEREITSTEHT. MIT DEN RENÉ STAUD STUDIOS ENTSTEHT IN DIESEM ZUSAMMENHANG SEIT 1992 INSGESAMT ZEHNMAL EIN SHOWCAR- UND EXOTIKKALENDER MIT JEWEILS AUSSERGEWÖHNLICHSTEN FAHRZEUGEN, MEISTENS PS-BOLIDEN, ABER AUCH UNIKATEN UND RARITÄTEN. DIE TODAN VERLAGSGRUPPE BELIEFERT DEN GESAMTEN ASIATISCHEN RAUM MIT UNGLAUBLICHEN AUFLAGENZAHLEN. DURCH DIE ENGE EINBINDUNG VON FOTOGRAF UND STUDIO TRÄGT DAS KALENDERPROJEKT ZUR FESTIGUNG DES NAMENS „RENÉ STAUD STUDIOS“ IM ASIATISCHEN RAUM ENORM BEI.

TODAN PUBLISHING GROUP FROM JAPAN WAS HAVING TROUBLE FINDING A EUROPEAN PARTNER. THEY NEEDED SOMEONE WHO COULD PHOTOGRAPH NOT ONLY THE EXTRAORDINARY, BUT ALSO CURRENT MODEL AUTOMOBILES AND WOULD BE PREPARED TO BE A PART OF A LONG-TERM PARTNERSHIP FOR THE PUBLISHER'S CALENDAR PROJECTS. SINCE 1992, TODAN AND RENÉ STAUD HAVE DEVELOPED AND PRODUCED TEN OF THESE SHOW AND EXOTIC CAR CALENDARS TOGETHER. EACH EDITION DISPLAYED THE MOST EXOTIC AUTOMOBILES, NOT ONLY HIGH-POWERED SPORTS CARS, BUT ALSO UNIQUE CARS AND RARITIES. THE TODAN PUBLISHING GROUP DISTRIBUTES PRINTING PRODUCTS IN UNBELIEVABLE PRINT RUNS THROUGHOUT THE WHOLE ASIAN AREA. THE CLOSE RELATIONSHIP BETWEEN THE STUDIO AND THE PHOTOGRAPHER IN THE CALENDAR PROJECT CONTRIBUTED ENORMOUSLY TO ESTABLISH THE NAME "RENÉ STAUD STUDIOS" IN THE ASIAN AREA.



Der Ferrari Testarossa schlummerte nicht lange im Staud-Archiv, schon beim ersten Vorschlag zum Todan-Kalender 1994 wurde er sofort zum Favoriten auserwählt.

The Ferrari Testarossa did not have time to gather dust in the Staud archives; it was the first suggestion for the Todan 1994 Calendar and it became an immediate favorite.



FIAT ART EDITION



„VOLLENDETE KUNSTWERKE AUS MODERNSTEM DESIGN UND NEUESTER TECHNIK. DAS GILT NICHT NUR FÜR UNSERE AUTOMOBILE, SONDERN AUCH FÜR DEN VORLIEGENDEN KALENDER. AUF DIESE WEISE WURDE DIE NEUE FIAT GENERATION INS RECHTE LICHT GERÜCKT UND UNGEWÖHNLICHE PORTRÄTS VON EBENSO UNGEWÖHNLICHEN AUTOS GESCHAFFEN.“

(AUSZUG AUS DEM PRESSETEXT 1994)

“PERFECT ARTWORK OF MODERN DESIGN AND THE NEWEST TECHNIQUE – THIS NOT ONLY APPLIES TO OUR CARS BUT ALSO FOR THE CALENDAR AT HAND. THIS IS HOW THE LATEST GENERATION OF FIATS WAS PRESENTED IN THE RIGHT LIGHT AND AN UNUSUAL PORTRAIT OF AN EVEN MORE UNUSUAL CAR WAS CREATED.”

(EXCERPT OF THE PRESS RELEASE FROM 1994)

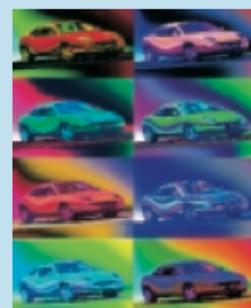
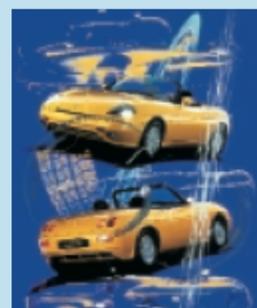


Surreale Landschaften und „crazy“ Farben: der Computer macht's möglich.

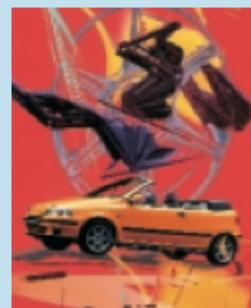
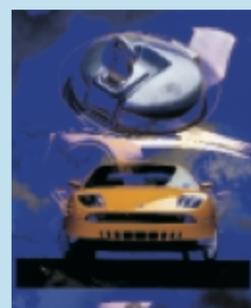
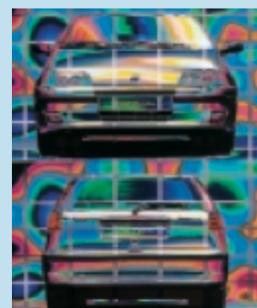
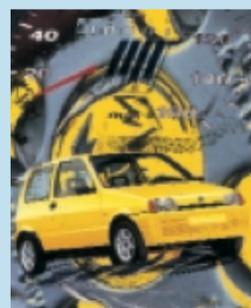
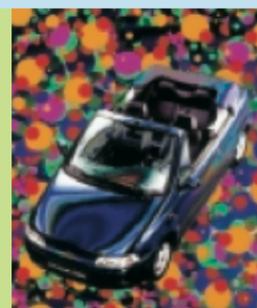
Surreal landscape and crazy colors: the computer makes everything possible.

ganz oben: 3 von 12 „Fiat Art Edition“-Tassen; mittlerweile begehrte Sammelobjekte.

top: 3 of 12 Fiat Art Edition cups which meanwhile became desired collectors items.



Der Kreativität der Computeroperatoren waren keine Grenzen gesetzt. Eigenwillige Farb- und Formkompositionen bestimmen den Fiat Art Edition Kalender 1994.



The computer operator was given total creative freedom. Unique colors and shapes characterize the Fiat Art Edition calendar 1994.



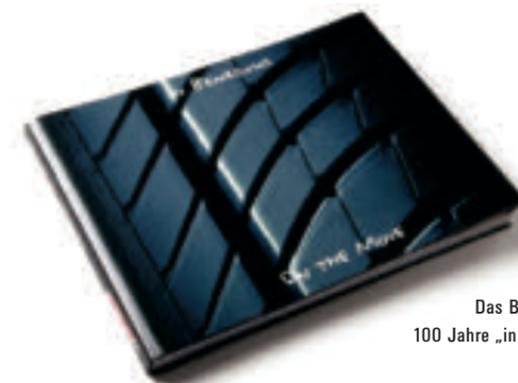


FULDA



DIE SCHWARZ-BREIT-STARKE REIFENMARKE AUS FULDA KENNT NUR KLARE FOTOBRIEFINGS: SCHWARZ, BREIT, STARK. UND SO ENTSTEHEN BEI ENGSTER ABSTIMMUNG ZWISCHEN GESCHÄFTSLEITUNG, MARKETINGLEITUNG, WERBEABTEILUNG UND STUDIO SEIT 1997 KALENDER, DIE DAS PRODUKT DES AUFTRAGGEBERS CHARMANT, ABER DOMINANT IN SZENE SETZEN. DIE KALENDER STEHEN IMMER UNTER NEUEN THEMEN, MEIST DEM AKTUELLEN PRODUKT-PROGRAMM ANGEGLICHEN, ABER AUCH WIE IM JUBILÄUMSJAHR 2000 ALS HOMMAGE AN DIE 100-JÄHRIGE FIRMENGESCHICHTE.

THE BLACK, WIDE, STRONG TIRE BRAND FROM FULDA KEEPS THEIR PHOTO BRIEFINGS SHORT AND TO THE POINT: BLACK, WIDE, STRONG. AND THAT'S HOW THE CALENDARS LOOKED FROM 1997 ON. WORKING CLOSELY WITH THE CLIENT'S MANAGEMENT, MARKETING AND ADVERTISING DEPARTMENTS, THE PRODUCTS ARE PLACED ATTRACTIVELY BUT DOMINANTLY IN THE SCENE. THE CALENDARS ALWAYS HAVE A NEW THEME, ADJUSTED TO THE CURRENT PRODUCT PROGRAM, BUT ALSO, AS IN THE ANNIVERSARY YEAR 2000, PAY HOMAGE TO THE 100-YEAR HISTORY OF THE COMPANY.

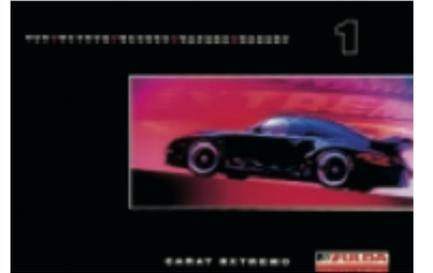


Das Buch zum Kalender:
100 Jahre „in Bewegung“

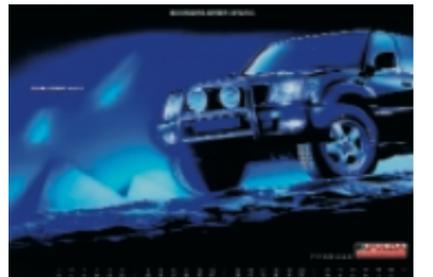
*The book accompanying calendar:
100 years "on the move"*



1997



1998



1999



2000



2001



2002



GEMBALLA DESIGN



„GEMBALLA FAHRZEUGE SIND SEIT 20 JAHREN WELTWEIT FÜR INDIVIDUELLE DETAILLÖSUNGEN UND AUSSERGEWÖHNLICHE DESIGNVARIANTEN BEKANNT. DIE DARSTELLUNG IN BILDFORM (ODER DRUCKFORM) BEDARF EINER EBENSO DETAILBEWUSSTEN FOTOGRAFISCHEN UMSETZUNG. DIE RENÉ STAUD STUDIOS MIT IHREN UNKONVENTIONELLEN IDEEN, DETAILS GEKONNT INS RECHTE LICHT ZU SETZEN, SIND HIERFÜR SEIT JAHREN IMMER DER IDEALE PARTNER. RENÉ STAUDS LIEBE ZUM DETAIL UNTERSTÜTZT UNSERE PHILOSOPHIE PERFEKT IN JEDEM BEREICH.“

UWE GEMBALLA



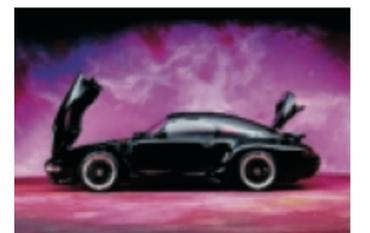
Uwe Gemballa und René Staud bei Fahraufnahmen in der Wüste von Dubai.

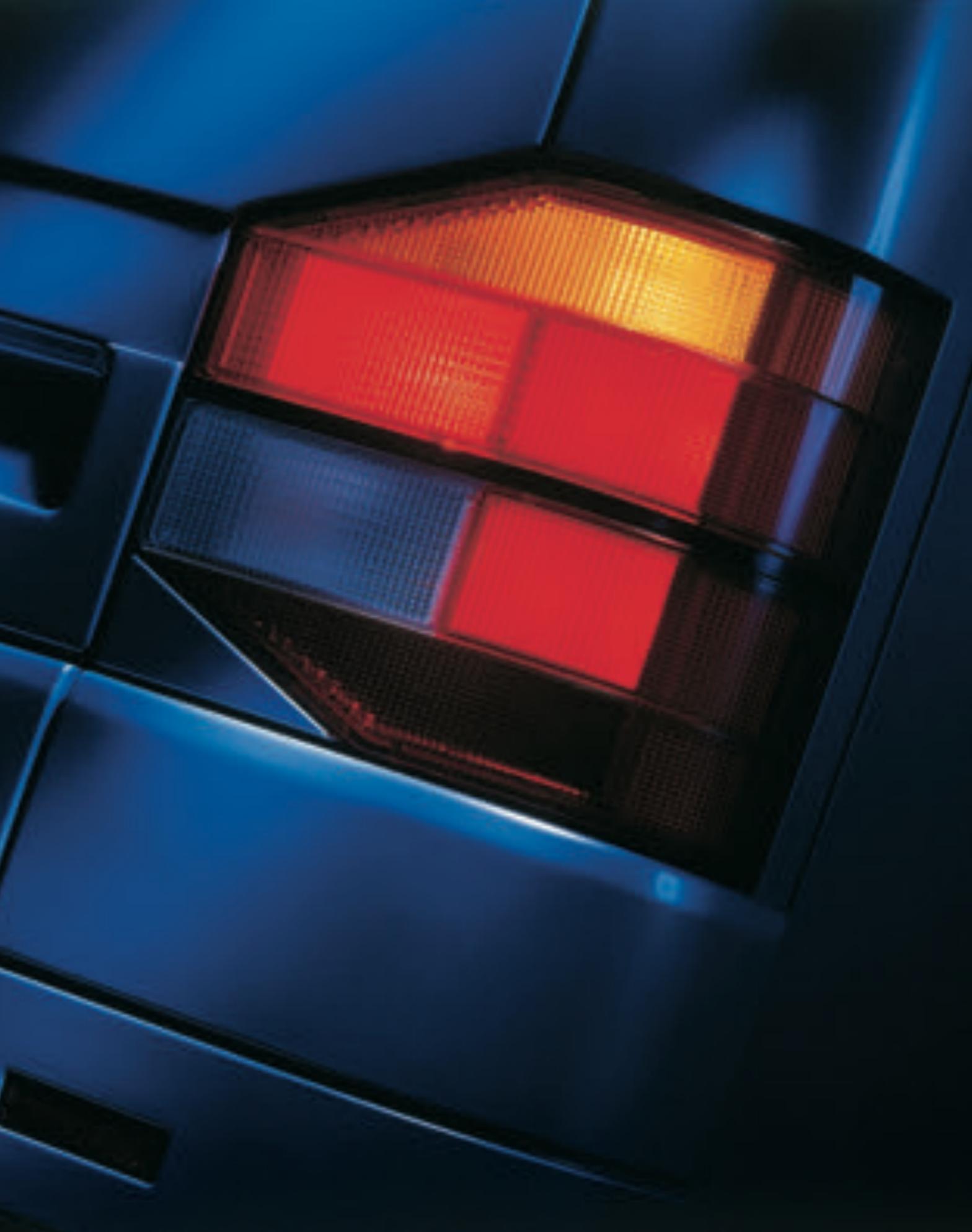


Uwe Gemballa and René Staud together at a auto driving photography session in Dubai desert.

“FOR THE LAST 20 YEARS, GEMBALLA'S CARS WERE RENOWNED THROUGHOUT THE WORLD FOR THEIR UNIQUE DETAILING AND EXTRAORDINARY DESIGN VARIATIONS. PHOTOGRAPHIC (OR PRINTED) REPRESENTATIONS OF THE CARS REQUIRE THE SAME ATTENTION TO DETAIL IN THE PHOTOGRAPHY. THE RENÉ STAUD STUDIOS HAVE BEEN THE IDEAL PARTNERS FOR YEARS, WITH THEIR UNCONVENTIONAL IDEAS TO PRESENT DETAILS IN THE PERFECT LIGHT. RENÉ STAUD'S LOVE OF DETAIL SUPPORTS OUR PHILOSOPHY PERFECTLY IN EVERY CATEGORY.”

UWE GEMBALLA





SETRA



DA WAR EINE LEIDENSCHAFTLICHE IDEE. DAS WAR 1995. WIR, DIE KREISSLER WERBUNG & SO AUS ESCHWEGE KREIERTEN DAMALS FÜR SETRA-OMNIBUSSE DEN DESIGNKALENDER 1996. EINE KOMPOSITION AUS EMOTIONEN UND VISIONEN, AUS LICHT UND SCHATTEN IN GLANZ UND GLORIA, SO HATTEN WIR UNS DAS VORGESTELLT. SO WAR UNSER LAYOUT. ABER WER SOLLTE UNSERE PHILOSOPHIE FOTOGRAFISCH

VIRTUOS UMSETZEN? DESIGN, OBERFLÄCHE, MATERIAL – DIE HAPTIK? ZIEMLICH SCHNELL KAM UNS DIE LÖSUNG. RENÉ STAUD STUDIOS. MAN KANN ES SO ODER SO SEHEN. RENÉ STAUD IST NICHT NUR EIN RENOMMIERTER FOTOGRAF, ER IST VIEL MEHR. ER IST FOTODESIGNER UND NICHT NUR IRGEND EINER. ER IST DER DEUTSCHE FOTODESIGNER WENN ES UM DES DEUTSCHEN LIEBSTES KIND GEHT. DAS AUTO. WELCHES FAHRZEUG MÖCHTE NICHT VON RENÉ STAUD INS RICHTIGE LICHT GESETZT WERDEN? ER IST

WE HAD A GREAT IDEA. THAT WAS IN 1995. WE, THE KREISSLER WERBUNG & SO, ESCHWEGE, CREATED THE DESIGN CALENDAR FOR SETRA OMNIBUS. WE IMAGINED A COMPOSITION OF EMOTIONS AND VISIONS, OF LIGHT AND SHADOW, POLISH AND GLORY. THIS WAS OUR PLAN, BUT WHO COULD TRANSFORM OUR VISION TRULY INTO PHOTOGRAPHY? THE DESIGN, THE COATING, THE MATERIAL THE APPEARANCE. WE REACHED A CONCLUSION VERY QUICKLY: RENÉ STAUD STUDIOS. LOOK AT IT HOW YOU WILL, BUT RENÉ STAUD IS MORE THAN JUST A RENOWNED PHOTOGRAPHER. HE IS A PHOTO DESIGNER AND A GERMAN ONE AT THAT. WHO BETTER TO DEAL WITH A GERMAN'S FAVORITE SUBJECT, THE CAR. WHICH CAR WOULDN'T WANT TO BE PUT UNDER THE RIGHT LIGHT? HE IS THE STAR OF THE CURVES AMONG CAR PHOTOGRAPHERS, AN UNCONVENTIONAL THINKER WITH A PASSION FOR BEAUTIFUL FORMS, A PERFECTIONIST FOR LIGHT AND SHADOW, A PHOTOGRAPHER WITH VERVE. ANY CURVE TAKES ON A LIFE OF ITS OWN,



der Kurvenstar unter den Fahrzeug Fotografen, ein Querdenker mit viel Passion für schöne Formen, ein Perfektionist in Licht und Schatten, ein Fotograf aus Leidenschaft. Jede Linie fängt an zu leben, jedes Licht beginnt zu leuchten, Chrom und Blech bekommen glänzende Augen – lässt man ihn nur dran.

Und Setra hat ihn dran gelassen. Das Produkt: Faszination in Licht und Farbe! Richtig in Szene gesetzt empfindet man bei der Betrachtung selbst einer so starren Buskarosse

Harmonie. Gedanken wie „zart wie ein Kinderpopo“ kommen einem da schon mal in den Sinn. Material zum Anfassen. Schaue ich mir die Detailaufnahmen an, so fühle ich förmlich die samtige Struktur der Sitze, die angenehme Lederummantelung des Lenkrads. Andererseits erfrischt mich der spritzige Druck der Scheinwerferwaschanlage ungemein. Wie das Wasser auf dem Lack abperlt! Da werden selbst simple Linien zu grafischen Kunstwerken. Ich beginne zu schwärmen ...

each reflex starts to shine, chrome and metal gleam – if you let him do it.

And Setra gave him his head. The result is a fascination in light and color. Even a rigid, uninspiring subject as a bus chassis has a certain harmony when presented properly. Thoughts like “soft as a baby’s bottom” pop into your head. Surfaces you can touch. When I look at the detail shots, I can actually feel the velvety structure of the seats, the

comfortable leather cover of the steering wheel. The spray from the headlight washers is also very refreshing. How the water sparkles on the varnish. Even simple lines become works of art. I wax poetic....



FOREVER YOUNG



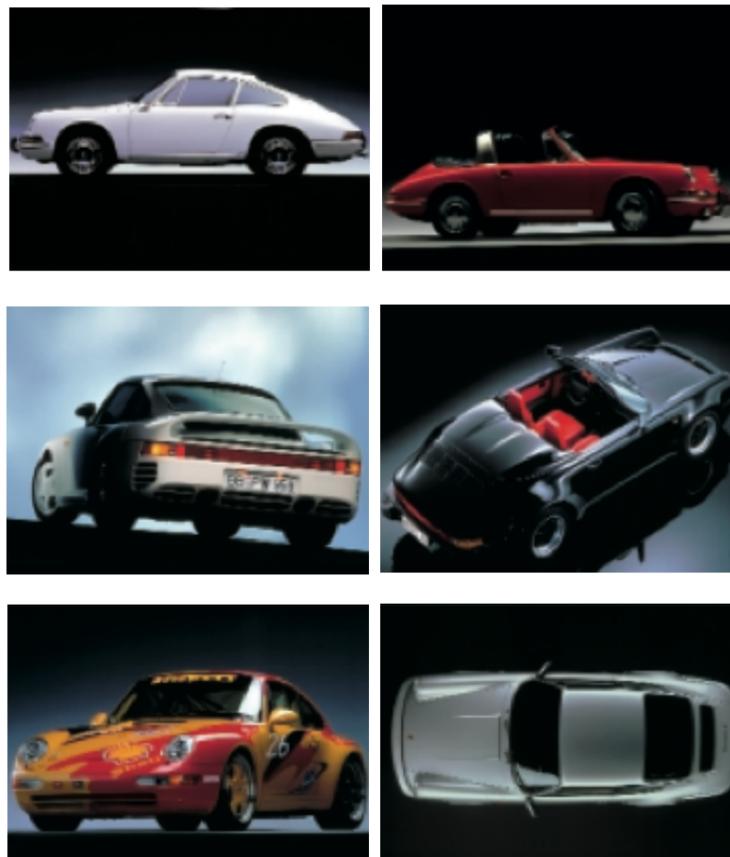
ES LIEGT AUF DER HAND, DASS SICH FOTOGRAFEN BESONDERS GERN MIT ANSPRECHENDEM DESIGN AUS-EINANDER SETZEN. ÄSTHETIK IST IHNEN WICHTIG. UND GEKONNTE FORMENSPRACHE IST IN DER AUTOWELT BESONDERS BEI SPORTWAGEN ZU FINDEN, DA DIE VERKNÜPFUNG VON DESIGN MIT DYNAMIK MEIST ZU EINEM BESONDERS FASZINIERENDEN ERGEBNIS FÜHRT. DABEI GIBT ES DIE „MODISCHEN“ FORMEN, DIE VIEL-LEICHT KURZFRISTIG NOCH MEHR ANSPRECHEN, MEIST ABER NUR KURZE ZEIT BESTAND HABEN. DAS EHER-ZEITLOSE DESIGN HINGEGEN, OHNE SCHNÖRKELE UND MODISCHE FEATURES, KANN SEHR LANGE ATTRAKTIV SEIN. DAS BESTE BEISPIEL DAFÜR IST DER PORSCHE 911. DIE URVERSION, DIE 1963 AUF DER IAA IN FRANKFURT PRÄSENTIERT WURDE, HATTE SO VIEL POTENZIAL, DASS SIE ÜBER JAHRZEHNTE HINWEG NICHT NUR KONSEQUENT WEITERENTWICKELT WER-DEN KONNTE, SONDERN AUS IHR AUCH EIGENSTÄN-DIGE DERIVATE HERVORGINGEN – DAS VERDIENST DES ELFER-SCHÖPFERS FERDINAND ALEXANDER PORSCHE.

IT'S OBVIOUS THAT A PHOTOGRAPHER LOVES TO GRAP-
PLE WITH A CHALLENGING ASSIGNMENT. AESTHETICS
ARE IMPORTANT TO THEM. IN THE CAR WORLD, IN PAR-
TICULAR, SPORTS CARS ARE THE EPITOME OF DESIGN,
WHERE ESTHETICS COMBINE WITH AERODYNAMICS,
OFTEN PRODUCING FASCINATING RESULTS. FASHIONS
COME AND GO, BUT ELEGANCE IS TIMELESS. NO NEED
FOR ORNATE ACCESSORIES AND COMPLEX FEATURES.
ONE OF THE BEST EXAMPLES IS THE PORSCHE 911. THE
ORIGINAL VERSION, INTRODUCED AT THE IAA IN
FRANKFURT IN 1963, HAD SO MUCH POTENTIAL THAT
THE MODEL SURVIVED DECADES WITH CONSTANT REFI-
NEMENTS AND IMPROVEMENTS. IT ALSO SPAWNED A
VARIETY OF DERIVATIVES. THIS WAS THE RESULT OF THE
CREATIVE GENIUS FERDINAND ALEXANDER PORSCHE. IN
1993, FOR THE 911'S 30TH BIRTHDAY, "PORSCHE 911 –
FOREVER YOUNG" BY TOBIAS AICHELE WAS PUBLISHED.
IT WAS THE FIRST TIME THAT THE HISTORY OF THE SIX-
CYLINDER WAS SYSTEMATICALLY, COMPLETELY, AND

1993, zum 30. Geburtstag des 911, erschien das Werk „Porsche 911 – Forever young“ von Tobias Aichele. Erstmals wurde die gesamte Geschichte des Sechszylinders systematisch, übersichtlich und vollständig aufgearbeitet. Durch den schnellen Erfolg des Buchs (ausgezeichnet als „Das beste 911-Buch Europas“) war es nur konsequent, zwei Jahre später einen 911-Kalender nachzulegen, zumal verschiedene 911-Varianten bereits in den René Staud Studios fotografiert wurden. Und so entstand in Gemeinschaftsarbeit eines Fotografen und eines Journalisten ein faszinierendes Werk. Besonders die Übersichtsseite am Ende des Kalenders macht deutlich, welches Fundament Ferdinand Alexander Porsche Anfang der sechziger Jahre geschaffen hatte. Der schlanke Ur-911 mutierte zum Targa, dann zur erfolgreichen Sportversion Carrera RS, schließlich zum Turbo, zum Cabriolet und zum Speedster. Die Cup-Fahrzeuge hatten ebenfalls einen eigenständigen Charakter. Seine Perfektion fand der 911 dann in der Baureihe 993, allerdings schon mit abgeflachten Kotflügeln. In dieser Form, die übrigens durch die Formintegration der Stoßstangen wieder sehr an die Ur-Version erinnert, hat Porsche dann auch die Ära der luftgekühlten Triebwerke beendet. Zeitlos wie der 911 ist auch der Kalender. Er verfügt über ein „offenes“ Kalendarium. Es sind also keine Wochenenden eingezeichnet, sodass er jedes Jahr wiederverwendet werden kann.

Ein so großer Designwurf ist selten und harte Arbeit. Deshalb abschließend noch ein geschichtlicher Abriss der 911-Entstehungsgeschichte. 1958 war Ferry Porsches ältester Sohn Ferdinand Alexander, „Butzi“ oder „Eff-A“ genannt, gerade von der bekannten Ulmer Hochschule für Gestaltung kommend, in die Firma eingetreten. Zunächst war er der Karosserieentwicklung unter Erwin Komenda zugeordnet. „Butzi zeigte bald ein Talent für das Styling“, brachte sein Vater Ferry seine frühe Begabung auf den Punkt. So wurden Anregungen des jungen Designers zwar gern gehört, jedoch gab es bei der Umsetzung seiner Vorstellungen und Ideen gegenüber der Karosserieentwicklung manche Differenzen. Noch hielt man an der Vorstellung fest, man könne einen Viersitzer mit Fließheck machen. „Ich äußerte immer, dass sich die beiden Forderungen, nämlich einen Viersitzer mit Fließheck zu gestalten, nicht vereinbaren ließen“, erinnert sich Eff-A Porsche. „Mein Vater wollte ebenfalls immer ein Fließheck, um die Verwandtschaft zum 356 zu unterstreichen.“ Am 28. August 1959 begann er mit seiner ersten

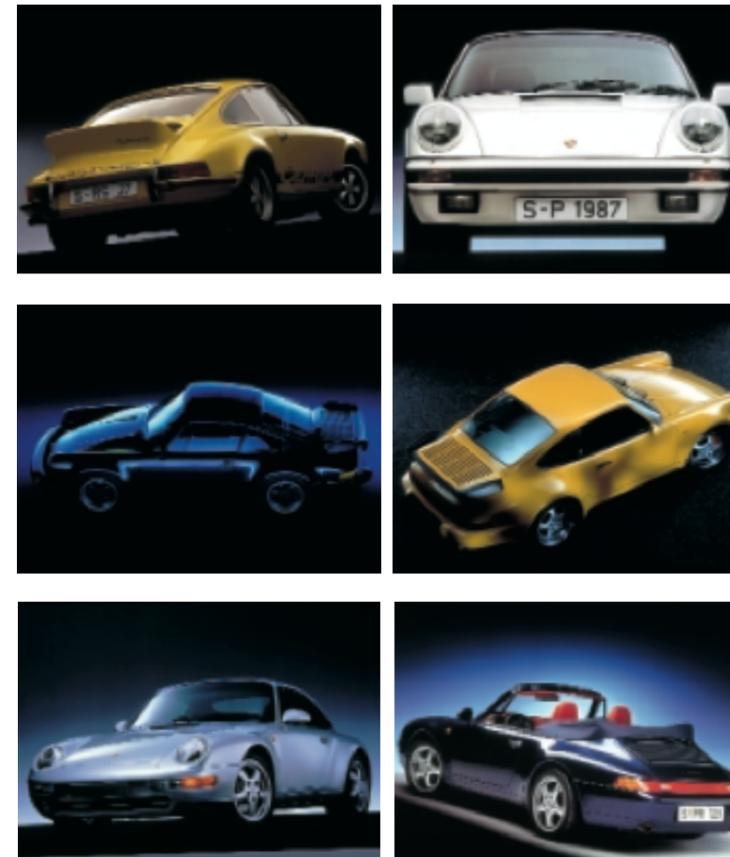
clearly presented. Because of the quick success of the book (it became the best-selling 911 book in Europe) a 911 calendar was produced two years later. Several 911 variations had already been photographed at the René Staud Studios. The collaboration between a photographer and a journalist produced an outstanding result. The overview page at the end of the calendar is a wonderful testament to Ferdinand Alexander Porsche's strong foundation laid down in the early Sixties. The slim original 911 morphed into the Targa and later became the very successful sports car version Carrera RS, finally the Turbo, the convertible and then the speedster. The Cup cars also had their own individual characters. The 911 found its final perfection as the 993 model, though with flattened fenders. The integration of the bumpers made the 993 reminiscent of the original version. This model also ended Porsche's era of air-cooled engines. The calendar is as timeless as the 911. It includes a date listing without the weekend listing, so the calendar can be used year after year.



Interpretation des neuen Wagens unter der Typnummer 754 T 7. Bereits am 28. Dezember 1959 war das Plastilinmodell im Originalmaßstab fertiggestellt. Der Wagenbug zeigte die nahezu endgültige 901-Lösung. Vor allem die markanten, leicht geneigten Hauptscheinwerfer signalisierten sofort Porsche. „Bei uns spielten die Hauptscheinwerfer für die Formgestaltung schon damals eine große Rolle“, erinnert sich Porsche.

1961 wurde Ferdinand Alexander Porsche zum Chef der Modellabteilung und 1962 zum Leiter des Designbüros ernannt. Unter der Typ-Nummer 644 T 8 konzentrierten sich die Entwicklungsarbeiten fortan in eine Richtung. Das Resultat: ein formal gelungener Fließheck-Wagen mit 2 + 2 Sitzen, der spätere 911. Und da er Anfang der sechziger Jahre auf modische Gimmicks verzichtete, konnte der 911 so zeitlos werden. Dabei ist Design bei Porsche-Fahrzeugen nie frei von Rahmenbedingungen gewesen, im Gegenteil. „Die Funktion der Dinge verlangt eine bestimmte Gestalt“, erläuterte Eff-A Porsche.

Text: Tobias Aichele



Such great design work is rare and a tough job. Therefore a short historical overview of the 911 development follows. 1958 Ferdinand Porsche's oldest son Ferdinand Alexander, called "Butzi" or "Eff-A", had just finished his studies at the well-known Academy of Design in Ulm and stepped right into the company. First, he worked under Erwin Komenda in the body design department. "Butzi" soon showed his talent for styling and design and so his father – Ferry – helped him bring his early talents to fruition. They liked to hear his ideas, but there had been many differences in the implementation of these ideas between him and the body design department. They still believed that they could build a hatchback with four seats. "I always said that it was impossible to fulfill both of these requirements: a four-seater and a hatchback", Eff-A Porsche remembered. "My father always wanted to have a hatchback too, to emphasize the affinity to the 356." On August 28, 1959, he started work on his first attempt at the new car: the model 757 T 7. A full-size plastic model was completed by December 28, 1959. The car's tail already displayed features that would appear in the final 901 solution. The distinctive, slightly raked headlights confirmed this as a Porsche. Porsche remembers, "The headlight always played an important role in the car's body design".

In 1961, Ferdinand Alexander Porsche became the manager of the design prototype department and in 1962 he was named the manager of the design office. Under the model designation 644 T 8, further development work was concentrated in one direction. The final result was a coupé, a hatchback car with 2 + 2 seats, which later became the 911. And because they refused to use any trendy gimmicks, the 911 became timeless. But Porsche designs were never made on the basis of style alone. Eff-A Porsche commented, "The function of an object demands a special shape".

Written by Tobias Aichele

DAIMLERCHRYSLER – FUTURE IN MOTION



René Staud Studios oder der Motor des Fortschritts

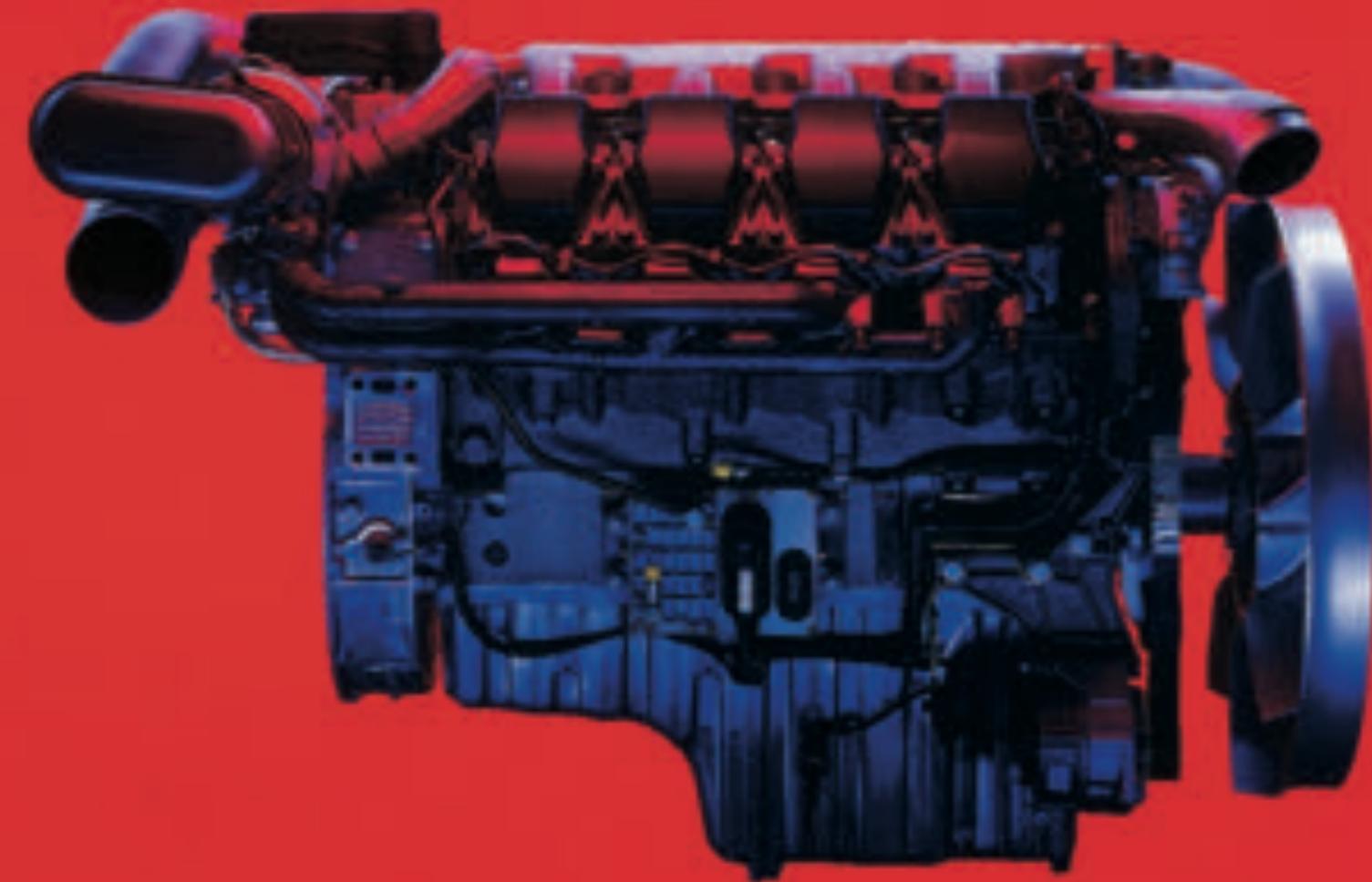
MIT MOTOREN SIND VIELE ASSOZIATIONEN VERBUNDEN: MOTOREN DES FORTSCHRITTS, MOTOR DES UNTERNEHMENS, MOTOR DER WIRTSCHAFT U.V.M. DER MOTOR IST DAS HERZ EINER JEDEN MASCHINE, ER STEHT FÜR FORTBEWEGUNG, POWER UND DYNAMIK. DIESEN EMOTIONALEN, FASZINIERENDEN ASPEKT EINES TECHNISCHEN, RATIONALEN PRODUKTES WOLLTEN WIR FÜR UNSEREN KUNDEN DAIMLERCHRYSLER KOMMUNIZIEREN.

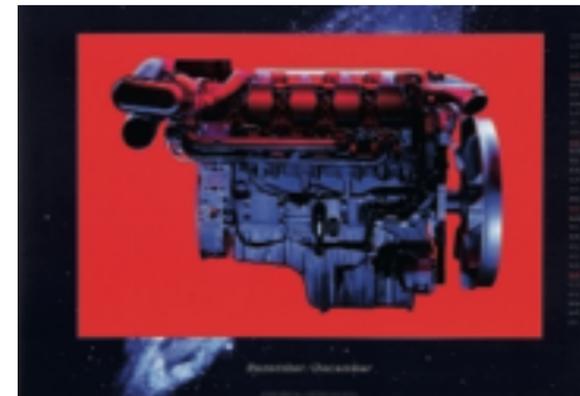
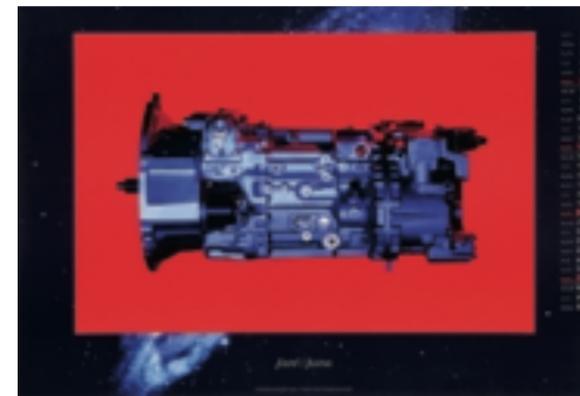
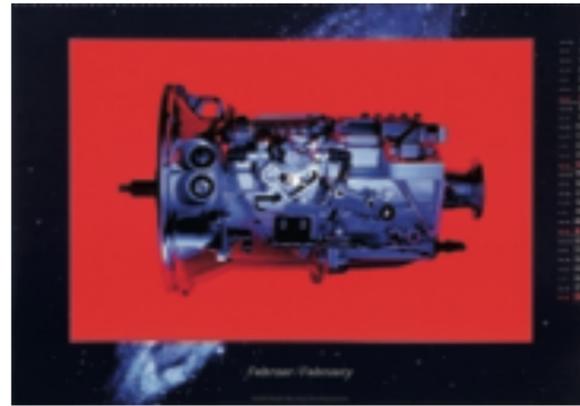
GUTE IDEEN GIBT ES VIELE. STIMMT DIE UMSETZUNG NICHT, WIRD DIE IDEE SPÄTER IN ANZEIGEN, PLAKATEN ODER PROSPEKTEN IM WERBESCHUNGEL NICHT MEHR WAHRGENOMMEN. EIN FAHRLÄSSIGER UMGANG MIT WERBEINVESTITIONEN.

The René Staud Studios or engines of advancement

ENGINES ARE ASSOCIATED WITH MANY DIFFERENT THINGS. ENGINES OF ADVANCEMENT, ENGINES THAT DRIVE A COMPANY, ENGINES OF THE BUSINESS AND SO ON. THE ENGINE IS THE HEART OF EVERY MACHINE; IT IS A SYNONYM FOR LOCOMOTION, POWER AND DYNAMICS. WE WANTED TO PRESENT THIS EMOTIONAL, FASCINATING ASPECT OF A PURELY TECHNICAL PRODUCT TO OUR CLIENT DAIMLERCHRYSLER.

THERE ARE MANY GOOD IDEAS. BUT IF THE IDEA IS NOT ADEQUATELY TRANSFORMED INTO REALITY, IT WILL DISAPPEAR IN THE ADVERTISING JUNGLE AND NOT BE EVIDENT IN THE ADVERTISEMENT, THE BILLBOARDS OR THE BROCHURES. THIS WOULD BE A WASTE OF ADVERTISING MONEY. SO WE WERE PAINFULLY DILIGENT IN CHOOSING A PHOTOGRAPHER WHO WOULD BE BEST FOR OUR AGENCY AND OUR CLIENT. MEETINGS, LOCATION CHECKS AND OUR EXPERIENCE





So recherchierten wir peinlich genau, wer für unsere Kunden und uns als Agentur als Fotograf in Frage kam. Gespräche, Locationchecks und unsere internationalen Shooting-Erfahrungen trennten schnell die Spreu vom Weizen.

Unsere 1. Wahl waren die René Staud Studios. Hier fanden wir das modernste technische Equipment, großzügige Räumlichkeiten und mit René Staud einen Fotografen, der als Autofreak technisch versiert ist und gleichzeitig künstlerische Sensibilität für Formen, Farben und Licht mitbringt.

Auf dem Set zeigte sich schnell, dass unser Casting richtig war. Motoren, Achsen, Getriebe – ölig, schwer und manchmal ganz schön sperrig – wurden gehätschelt wie Claudia Schiffer & Co. Da wurde lackiert, poliert und gepinselt, Licht gesetzt, geschootet, diskutiert, ausprobiert und wieder verworfen. Neuer Aufbau, ein Tick mehr von unten, die Lichtwanne nach rechts, mehr blau, rot ist sexy ...

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Maschinen, fotografiert wie noch nie. Eben Motoren des Fortschritts.

Michael Preiswerk – GPP. Werbeagentur Stuttgart

with international photo sessions quickly separated the wheat from the chaff.

Our first choice was René Staud Studios. They had modern technical equipment, generous large rooms and photographer René Staud, who is a car freak, technically experienced and at the same time has sensitivity for shape, color and light.

It quickly became clear on location that we made the right choice. Motors, axles, gearboxes – oily, heavy and sometimes pretty bulky – had been cuddled like Claudia Schiffer. There was varnishing, polishing and brushing, setting of lights, photography and discussion. Ideas were tried out, overruled and discarded. New set-ups, come more from below, move the light box to the right, more blue, red is sexy ...

The results are more than presentable: engines as they have never been photographed before. Truly engines of advancement.

Michael Preiswerk – GPP. Werbeagentur Stuttgart

BACKSTAGE

BACKSTAGE

BACKSTAGE

HINTER DEN KULISSEN

BEHIND THE SCENES

„WIE FOTOGRAFIERE ICH EIN AUTO?“

“HOW DO I PHOTOGRAPH A CAR?”

„FÜNF IST TRUMPF“

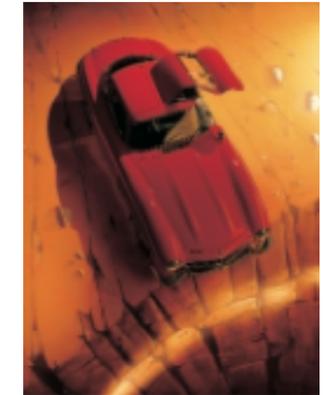
“FIVE IS THE TRUMP CARD”

STECKBRIEFE

PROFILES



BACKSTAGE



EIN BUCH SOLL NICHT NUR UNTERHALTEN, UND SO STEHT JA SCHON IM VORWORT DER BEGRIFF „ARBEITSBUCH“. AUF DEN NACHFOLGENDEN SEITEN MÖCHTE ICH DESWEGEN EIN PAAR GANZ GENE- RELLE, ABER AUCH WICHTIGE SCHRITTE DER STUDIOFOTOGRAFIE ERWÄHNEN, GANZ BESONDERS WENN ES UM DIE FOTOGRAFIE VON FAHRZEUGEN IM STUDIO GEHT.

GERADE DAS BILD AUF DER LINKEN SEITE ZEIGT EINMAL MEHR, WELCH ENTSCHEIDENDEN EINFLUSS DER UNTERGRUND ODER AUCH DER HINTERGRUND AUF DAS ZU FOTOGRAFIERENDE OBJEKT HAT. WEIL BEI DIESEM BILD „DER 300 SL AM ABGRUND“ DER HINTERGRUND DIE GRÖßERE HERAUSFORDERUNG DARSTELLT,

Der SL am Abgrund: eine Inszenierung im Studio mit verblüffendem Tiefeneffekt.

“SL 300 at the abyss”:
a studio design with a
very special depth effect.

BEGINNEN WIR MIT DER VOR-
STELLUNG EINER BESONDEREN
SPEZIES IN DER STUDIOFOTO-
GRAFIE, DEM KULISSENMALER.

AS MENTIONED IN THE PREFACE, THIS BOOK IS NOT JUST TO ENTERTAIN BUT ALSO FOR “EDUCATIONAL PURPOSES”. ON THE FOLLOWING PAGES, I WOULD LIKE TO INTRODUCE YOU TO SOME IMPORTANT PROCEDURES USED IN STUDIO PHOTOGRAPHY, BUT ESPECIALLY THOSE REGARDING AUTOMOBILE PHOTOGRAPHY IN THE STUDIO. THE PICTURE ON THE LEFT PERFECTLY ILLUSTRATES HOW NOT ONLY THE BACKGROUND BUT ALSO THE FLOOR HAS A CRUCIAL INFLUENCE ON THE PRESENTATION OF THE PHOTOGRAPHED SUBJECT. IN THIS PICTURE TITLED “SL 300 AT THE ABYSS”, THE BACKGROUND PLAYED THE MAJOR ROLE. LET US BEGIN WITH A SPECIALIST IN STUDIO PHOTOGRAPHY: THE BACKGROUND PAINTER.



HINTER DEN KULISSEN

BEHIND THE SCENES

Viele unserer Inszenierungen entstehen durch Licht und Linienführung, einige ganz besondere aber durch die Hintergründe, die meist aufwendig konzipiert und dann akribisch umgesetzt werden.

Die Arbeitskleidung von Alfred ist oft allein schon ein Kunstwerk.

Alfred's paint overall in itself is sometimes a piece of art.

Ein ganz besonderes Erlebnis ist es dabei, wenn die Hintergründe und Untergründe von „Alfred“ realisiert werden, der mehr als nur Maler und Kulissenbauer ist. Alfred Schneider zaubert Form und Farbe auf die bereitgestellten Flächen wie kaum ein anderer. Gerne schwimmt er in Farbe und jongliert mit den Farbeimern, oft hat das Chaos dann einen Namen: **Alf**. Im Studio geliebt aber auch gefürchtet, hinterlässt er doch erhebliche Spuren, nicht nur auf dem studioeigenen

Alfred Schneider in „voller Fahrt“: letzte Vorbereitungen zum Chrysler 300 M-Shooting.

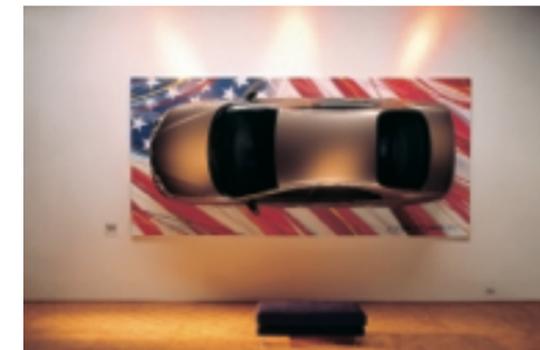
Alfred Schneider in full drive: Last preparations for the Chrysler 300 M photo session.

Maleroverall, sondern viel mehr auf außergewöhnlichen Produktionen wie z.B. dem Chrysler-Kalender. Motividee Museen: ein amerikanischer Wagen in der Museumskulisse. Was liegt da näher als die amerikanische Flagge – nur wie kommt die in dieser Größe ins Studio? Unser Kulissenstar in der Nachtschicht, umzingelt von seiner eigenen Arbeit. „Hoffentlich wird die Farbe bald trocken, dass ich hier aus meinem Käfig herauskomme.“

Many of our photo concepts are developed through the use of light and shadow to create the right image or feel for the vehicle. Some concepts are based on very extraordinary backgrounds, that were carefully outlined and painstakingly and meticulously realized.



It's a special occasion when "Alfred" – who is not only a background painter but a set designer as well – produces these innovative backgrounds and floors. Alfred Schneider magically applies paint and patterns onto prepared surfaces like nobody else can. He likes to immerse himself in color and loves to juggle with the paint buckets. Frequently this chaos has a name – **Alf**. He is beloved and feared in the studio. He always leaves substantial traces, not only on his overalls but also in extraordinary productions like the "Chrysler Calendar". An American car treated like a piece of art, as if it were hanging in a museum, is placed against a wall. What better symbol than the American flag as a background. But how can a museum fit into a studio? Our "Background Star" was caught in the middle of his own masterpiece in the nightshift. "Hopefully the paint will dry quickly, so that I can get out of my cage."



Verwirrendes
Arbeitsfoto zum
Chrysler 300 M-
Shooting: wer
steht richtig, oder
steht hier jeder
Kopf?

Confusing working
photo from the
Chrysler 300 M
photo session:
who is standing
upright or is every-
body upside
down?

„WIE FOTOGRAFIERE ICH EIN AUTO?“

“HOW DO I PHOTOGRAPH A CAR?”

Diese Frage stellte ich mir vor vielen Jahren und sicherlich wurde sie bis heute mehr als 5.000-mal beantwortet. Ein Teil der Ergebnisse prägt dieses Buch, einen weiteren Teil finden Interessenten auf unserer CD, die am Buchende per Gutschein angefordert werden kann. Grundsätzlich und in über 15 Jahren haben sich an der Vorgehensweise beim

Many years ago I posed this question and since this time I “have taken” more than 5000 answers. Some of the results are in this book. If you are interested to see more, please use the voucher at the back of the book to order our photo CD where more of our pictures are presented digitally. Over the last 15 years, styles in photography have

Autoshooting zwar Perspektive, Brennweite, Licht und Fotoauffassung geändert, aber an den so genannten Standards kommen wir auch heute noch nicht vorbei. Der kleine Leitfaden von Punkt 1 bis Punkt 24 soll als Anleitung zum Kopieren verstanden werden, gleichzeitig wirkt die Erfüllung vieler Punkte Wunder beim Gebrauchtwagenverkauf.

Systematischer Aufbau eines Studioshootings in 24 Schritten

Step-by-step preparation of the studio shot.



1 Podest vorbereiten
Prepare podium



2 Auto positionieren
Position car



3 Grobreinigung
Quick wash and polish



4 Reifenschaum
Apply tire wet



5 Felge ausrichten
Adjust the rims



6 Luftdruck erhöhen
Increase the tire pressure



7 Reifenrundung verbessern
Improve the appearance of the wheel's profile ...



8 Reifenprofil mit Puder herausarbeiten
... using white powder



9 Reifen entnippeln
Cut off the little nipples on the surface



10 TT tieferlegen durch zusätzliche Gewichte
Put additional weight into the TT to lower the chassis

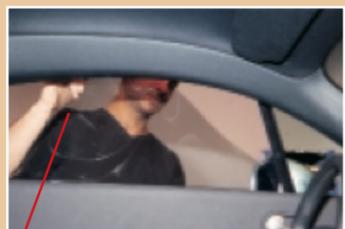
come and gone. Camera angles, lighting, focal points may have changed, but fundamentally the same standard procedures must still be followed and used today. This little guide provides detailed instructions that can also be used to produce miraculous results when selling a used car.



11 Front und Heck angleichen
Level front and rear



12 Sitze ausrichten
Move seats into same position



13 Scheibendurchsicht abdunkeln
Darken the windows



14 Unterboden begradigen
Level the chassis



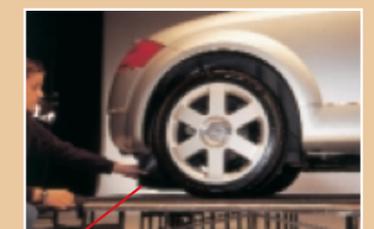
15 Auspuff-Chrom polieren
Polish all the chrome



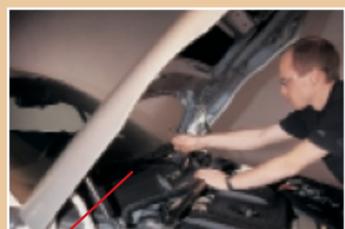
19 Radkästen schwarz kleben
Cover the wheel housing with black material



20 Unterboden abdunkeln
Darken the under body



21 Felgendurchsicht
Cover the rim openings with black tape from the back



16 Scheibenwischer abbauen
Remove the windshield wipers



17 Nummernschildhalterung entfernen
Remove the licence plate frame



18 Lüftungsgitter (Durchsicht) zukleben
Cover the ventilation grid



22 Lackflecken polieren
Polish the furnish



23 Dullingspray (matt) auftragen
Apply dulling spray onto reflecting pieces to make them matt



24 Abstauben
Clean the dust off

„FÜNF IST TRUMPF“

“FIVE IS THE TRUMP CARD”

Kaum ein Nutzfahrzeugshooting eignet sich besser zu Demonstrationen um den Ablauf eines Lkw-Shootings zu erklären als die legendäre Fotosession mit dem Posttruck „Fünf ist Trumpf“. Eigens für die Einführung der fünfstelligen Postleitzahl entwickelte das Werbeteam um den Postdienst einen Promotiontruck, der in monatelanger Roadshow die neuen fünfstelligen Postleitzahlen einläuten und bewerben

There is no better example of a commercial truck shoot to best demonstrate “the how-to” of truck photography than the legendary “Five is the trump card”. We were given the opportunity to photograph a specially designed promotional show truck for the Deutsche Post. This truck was part of a

Zwei Ansichten des Posttrucks: mit geöffneter Showbühne und als geschlossene Version.

Two views of the truck: one opened; one with the closed trailer.



sollte. Bereits bei der Beschreibung des Fahrzeugs wurde es mir erst einmal ganz anders, die Dimensionen schienen den Studiorahmen zu sprengen. Irgendwie gelang es dem kundigen Brummipiloten aber doch, den Koloss millimetergenau zu positionieren, und die Fotosession lief über 3 Tage und 15 Akte.

months long road show that introduced and promoted the new German 5 digit ZIP Code system. While studying the dimensions of the vehicle, I almost fainted at the thought of these trucks in the studio. These dimensions seemed to burst the studio's walls. Somehow the truck driver succeeded in precisely positioning this colossus; and the photo session took 3 days.

Aufwendig gestalteter Showtruck zur Einführung der 5-stelligen Postleitzahlen.

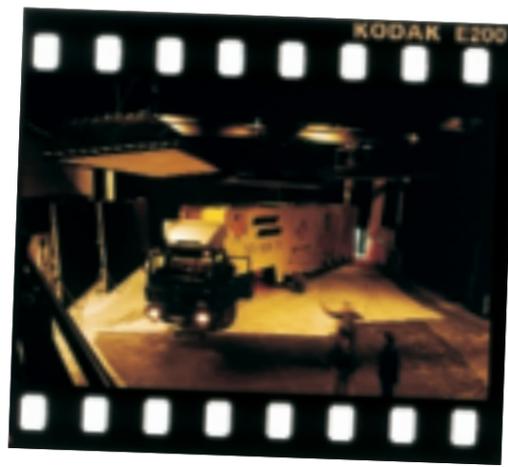
Expensive show truck for the launch of the 5 digit ZIP Codes for the post office.



1 **Studiovorbereitung**
Studio preparation



2 **Truck wird angeliefert – „los geht’s“**
The truck is delivered - "Let's go"



3 **Rangieren des Aufliegers**
The trailer is arranged



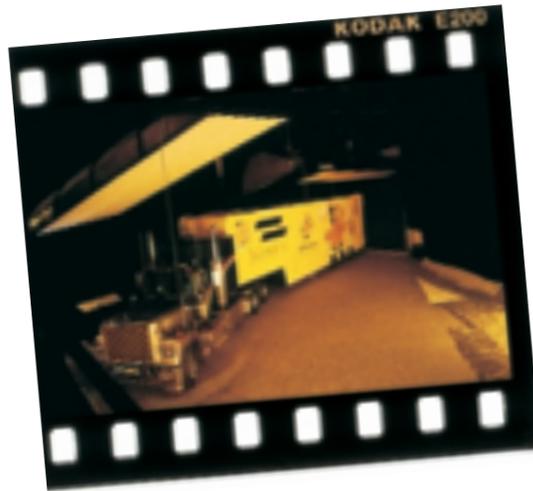
4 **Auflieger steht auf seiner Endposition**
The trailer is in its final position



5 **Positionierung der Zugmaschine**
The final position for the cab



6 **Vorbereitung des Untergrunds**
Preparation of the floor



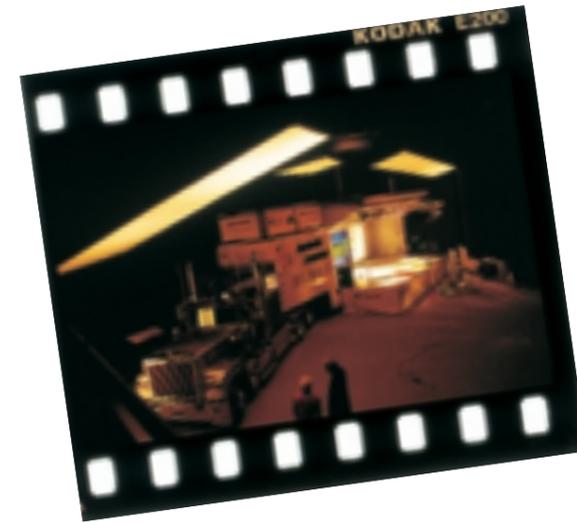
7 **Ausleuchten**
Lighting



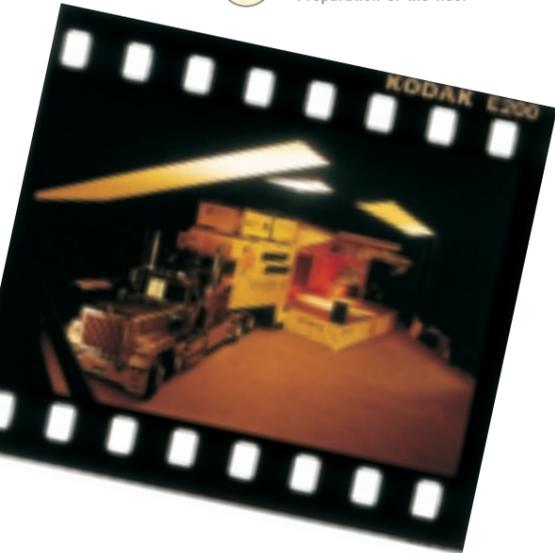
8 **Finalshooting mit geschlossenem Truck**
Photo session with closed trailer



9 **Showbühne wird geöffnet**
Show stage is opened



10 **Lichttests für die Showbühne**
Light checks for the stage



11 **Final-Shooting mit Showbühne**
The final photo session with the open show stage



12 **Bühnenrückbau**
Stowing the stage



13 **Abbau des Shootings**
Putting the photo equipment away



14 **„Weg war er!“**
"It's gone!"



15 **„Ready for the next shooting“**
"Ready for the next shoot"

15 dokumentierte Einzelschritte des Posttruckshootings: vom leeren Studio bis zum fertigen Hochglanzdia.

The 15 documented single steps of the "Deutsche Post truck" photo session from an empty studio to the finished transparency.

STECKBRIEFE PROFILES

Wer steckt eigentlich hinter den René Staud Studios, was sind das für Menschen, was gibt es hier für Aufgaben?

Zunächst ist das **René Staud**, der Gründer, Motor, Kontakter, Chef und die Fotografen, die seit über 10 Jahren die Kreativität und Qualität mittragen: **Ralf Trumpp** und **Uwe Kristandt**.

Und die Assistenten, stellvertretend hier zu nennen **Thomas Wittkemper** und **Daniele di Miero**. Und da ist **Manuela Simüller**, Herrscherin über Bits und Bytes, und vor allen Dingen unsere letzte Rettung bei all dem, was fotografisch, handwerklich einfach nicht zu schaffen ist. Und wenn es darum geht, mehr als nur Dias zu belichten und im E6-Prozess zu entwickeln.

Was wäre ein Studio ohne ein Allround-Talent wie **Klaus Karisch**? Studio aufschließen, Reparaturen aller Art, technische Studioverbesserungen, Koordination aller Aufbauten, Seelenröster, Hausmeister.

Wer besorgt die Fahrzeuge, koordiniert den ganzen Einkauf, überwacht die Produktionen von Kalendern und Büchern, kennt sich im EDV-Netzwerk aus und hält die digitale Welt im Zugriff? **Michael Maier**.

Und da ist dann noch unser Mechaniker **Martin Peuker**: Fahrzeuge transportieren, Räder wechseln, Autos tieferlegen, RIG montieren, auch mal einen angefahrenen Kotflügel auswechseln, alles was mit Autos holen, bringen, reparieren und restaurieren zu tun hat.

... und die Lehrlinge, und die Praktikanten, unermüdlich im Einsatz beim Assistieren im Studio und im Labor, im Bildarchiv und bei der Vorbereitung von Präsentationen, beim Einrahmen von Kunstdrucken und dem ungeliebten Kalenderversand, vor allem in der Vorweihnachtszeit.

Aber dann gibt es da noch unsere Prokuristin **Dagmar Stubenrauch**, die alle auf Trab hält. Telefonieren, koordinieren, kalkulieren, terminieren, diskutieren, auch mal delegieren.

Jeder Einzelne unverzichtbar, im Team schlagkräftig. Getreu der Devise von René Staud: Studioarbeit ist Teamarbeit.



Name: (Hilfsmittel), Thomas
Geb. Datum: 25.12.75
Sternzeichen: Steinbock
Hobbies: Kino
Stärken: Klein aber zäh
Schwächen: Essen

Name: Ralf Trumpp
Geb. Datum: 20.11.1962
Sternzeichen: Stier
Hobbies: Bauen
Stärken: Schmale
Schwächen: Meist Frau

Name: Kristandt Uwe
Geb. Datum: 16.01.1963
Sternzeichen: Stau bock
Hobbies: Tipp klick
Stärken: kein Schwabe
Schwächen: die Frauen

Name: Klaus, Klaus
Geb. Datum: 11.10.67
Sternzeichen: Waage
Hobbies: Gedächtnis, Motorrad
Stärken: Organisation, alles
Schwächen: Nacht

Name: Stubenrauch Dagmar
Geb. Datum: 09.11.1967
Sternzeichen: Waage
Hobbies: Gelfen, laufen, Joggen
Stärken: Gewissenhafte
Schwächen: Handicap

Name: Karisch, Klaus
Geb. Datum: 27.01.47
Sternzeichen: Wassermann
Hobbies: Auto, Garten
Stärken: OBI-Einkauf
Schwächen: Gut essen

Name: Simüller Manuela
Geb. Datum: 07.02.1969
Sternzeichen: Wassermann
Hobbies: Musik, Sport, Natur
Stärken: "Ernährungsprofi"
Schwächen: auch ein Ernährungsprofi
"müde ab und zu"

Name: Peuker Martin
Geb. Datum: 16.03.70
Sternzeichen: Jungfrau
Hobbies: Autofahren, Fußball
Stärken: Arbeit über
Schwächen: schlaf keine (zu) lang

Name: di Miero, Daniele
Geb. Datum: 16.02.1973
Sternzeichen: Wassermann
Hobbies: Staubsaugen
Stärken: Staubsaugen
Schwächen: bei schönen Frauen

Name: Staud, René
Geb. Datum: 20. Juni 1951
Sternzeichen: Zwilling
Hobbies: Motor- und Wassersport
Stärken: Hand, Das davor
Schwächen: Ungeduld

What lies behind René Staud Studio? And who are the people who hold the company together and what do they do?

First of all there is **René Staud**, the founder, the driving force, the marketer and the leader. Then there are the photographers – **Ralf Trumpp** and **Uwe Kristandt**, the backbone of the studio, who for ten years were responsible for creativity and quality.

Then there are the assistant photographers, namely **Thomas Wittkemper** and **Daniele di Miero**. And then there is **Manuela Simüller**, the queen of all the bits and bytes, and our savior in situations that invariably crop up from time to time where it hasn't exactly been easy to photograph – she saved the day. And when it is time to do more than expose sheets of film and to process those sheets and rolls of film in the E6 processor.

We have **Klaus Karisch**. What could a studio do without an all-round talent like Klaus? Klaus's job: Open the studio, do all kinds of repairs and make all the technical improvements, managing and coordinating all set construction, building manager and concierge.

And he orders all the cars, coordinates all the purchases, supervises the production of books and calendars, knows the ins and outs of the computer network and keeps in touch with the digital world - that's **Michael Maier**.

And then there is our mechanic **Martin Peuker**, who is in charge of car transportation, changes tires, lowers cars, mounts the RIG and can also replace a scratched fender and can do anything and everything that has to do with car pick up and delivery, car repairs and restoration.

And the apprentices and interns who are indefatigably busy helping out as assistants in the studio and photo laboratory, in the image archive, preparing the presentations, framing art prints and also doing the hated task of shipping calendars at Christmas time.

Finally, last but not least, there is the power and the authority of **Dagmar Stubenrauch**, who keeps everyone on the ball, handles all the phones, coordinates and calculates, schedules, discusses and delegates too.

Each one is an indispensable member of an unbeatable team. Keeping true to the maxim of René Staud that studio work is teamwork.

PRESSE

COLOR FOTO
COLOR FOTO

PROFI FOTO
PROFI FOTO

FACHPRESSE
TRADE PRESS

DIGIFOTO
DIGIFOTO

COLOR FOTO, MFM MAGAZIN
UND TAGESPRESSE
COLOR FOTO, MFM MAGAZINE
AND DAILY PRESS

Die Steifheit zu erreichen wurde das Magnesium von der Porsche Werkstatt über die Spiegelung wegen in 3000 Liter Wasser auf einer Plattform aufgehängt



Schaffe, schaffe, Lichtle baue...

Wenn die schweißeliche Nachschweißarbeiten fließt, Zylinder und Spindel sind, dann ist René Staud trotz eines leistungsfähigen Vorwärters ein Meisterhandwerker. In zehn Jahren wuchs er sich von Fotografen im Ministudio zum erfolgreichen Geschäftsmann der jenseitigen Marktwirtschaft an. Stauder hat sich als ein anerkannter hat.

Das einzige Problem von Stauder anfangs, sagt er, ist die ungenügende Ausstattung seiner Werkstatt, die als Lichtstudio dienen zu verwenden sollte wie ein kleine Fotostudio. Der Bau aus Holz und Metall und wenig Beton ist das Studio von René Staud.

Stauder, Jahrgang '51, arbeitete eine Periode in Funktion, bis er die Arbeit in

einem Schlosserbetrieb übernommen, übernahm die Buchhaltung und machte sich 1974 ein eigenes Kleinstudio selbstständig. Zwei Jahre später konnte er sich einen ein 100-Quadratmeter-Studio. Im Jahr 1979 zog er ins Studio in Wendlingen, dessen 300 Quadratmeter auch schon wieder zu klein sind. Das neue Studio, besetzt die Planungphase, wird ebenfalls groß.

Das er Stauder ist kein Stauder nicht verhalten. Sein Zugeschäft wird ihn, besonders wenn er sich in Begleitung findet. Und begreifen kann er sich. Für die klassische Form eines Foto-Studio, von Stauder. Oder auch für die wirtschaftliche Ausrichtung des Porsche Garage S. Ganz besonders bemerkenswert für die Begleitung, wenn er mit seinen

Lichtsysteme sind. Er kann es Magisches (magisches) Foto machen.

„Mit Magicflash konnte ich mit einer Beleuchtung von 3000 Watt“

„Das hat power“, sagt er. „Die ist mit einer starken Beleuchtung (starke Blende ist das) und ich kann mir das selbst anlegen.“

Der Grund für die Schwermere, die von dem schweißelichen Geschäftsmann, dass er ist kein Stauder nicht verhalten, ist die Begleitung. Und begreifen kann er sich. Für die klassische Form eines Foto-Studio, von Stauder. Oder auch für die wirtschaftliche Ausrichtung des Porsche Garage S. Ganz besonders bemerkenswert für die Begleitung, wenn er mit seinen

Es ist nicht zu sehen, außer eine großen schwarzen „Blende“.

„Das hat power“, sagt er. „Die ist mit einer starken Beleuchtung (starke Blende ist das) und ich kann mir das selbst anlegen.“

Der Grund für die Schwermere, die von dem schweißelichen Geschäftsmann, dass er ist kein Stauder nicht verhalten, ist die Begleitung. Und begreifen kann er sich. Für die klassische Form eines Foto-Studio, von Stauder. Oder auch für die wirtschaftliche Ausrichtung des Porsche Garage S. Ganz besonders bemerkenswert für die Begleitung, wenn er mit seinen

Es ist nicht zu sehen, außer eine großen schwarzen „Blende“.

Stauder hat überaus gut geschickte Lichtmodellieren die Blende des Fotoapparats auf diese die besten Funktion mit der Leistung.



Herbert Kaspars Reportage über das von René Staud selbst entwickelte Lichtsystem „Magic flash“ im Wendlinger Studio. Der Bericht erschien März 1985 im Magazin „Color Foto“.

Herbert Kaspar's report about the light system "Magic flash", developed by René Staud himself in the Wendlinger Studio. The story was published in the magazine "Color Foto", March 1985.



Rainer Zerbacks ausführlicher Bericht über die digitale Bildverarbeitung in den René Staud Studios, erschienen in der Erstausgabe des Fachmagazins „Digifoto“ im März 2001.

Rainer Zerback's detailed report about the digital image processing at the René Staud Studios, published in the first edition of the professional magazine Digifoto, March 2001.



Eine 8-seitige Reportage über einen Profiworkshop in den René Staud Studios; erschienen in der Zeitschrift „Color Foto“ im Dezember 1987.

An eight page report concerning a professional workshop at René Staud Studios, which appeared in the “Color Foto” magazine in the December 1987 issue.



links:
Originalfax
der Werbeagentur
Wensauer & Partner
in Ludwigsburg über die
Bekanntgabe der
in New York prämierten
Porsche-Anzeige.

Left side:
Original fax from
Wensauer & Partner,
Ludwigsburg (Germany)
announcing the New
York award for a
Porsche advertisement.

NACHSPANN

FANTASIE MIT BITS
– EIN WIDERSPRUCH?

FANTASY WITH BITS
– A CONTRADICTION IN TERMS?

NACHWORT
EPILOGUE

BILDLEGENDEN
IMAGE CAPTIONS

COUPON
VOUCHER



FANTASIE MIT BITS – EIN WIDERSPRUCH?

FANTASY WITH BITS – A CONTRADICTION IN TERMS?

STELLEN SIE SICH VOR, EINES TAGES WERDEN KEINE REALEN AUTOS MEHR FOTOGRAFIERT. EINE HORRORVORSTELLUNG FÜR JEDEN FOTOGRAFEN, ODER? ABER ES GIBT TRENDS UND DIE NOTWENDIGEN TECHNISCHEN VORAUSSETZUNGEN, DIE DIESE VISION SCHON ETWAS NÄHER RÜCKEN LASSEN. DIE AUFGABENSTELLUNG DER KUNDEN, EIN AUTO FAHREND ZU FOTOGRAFIEREN, LIESS SICH VOR EINIGER ZEIT TATSÄCHLICH NUR IN FREIER NATUR REALISIEREN. SOLCHE PRODUKTIONEN WAREN ERFAHRUNGSGEMÄSS MIT SEHR VIEL WIDRIGKEITEN VERBUNDEN. MAN WAR LANGE AUF DER SUCHE NACH DEM GEEIGNETEN UMFELD, MAN MUSSTE DEN TRANSPORT VON MANNSCHAFT UND EQUIPMENT ORGANISIEREN. AUCH DAS ZU FOTOGRAFIERENDE AUTO, MEIST NOCH GEHEIM, STELLTE DIE LOGISTIKER VOR HOHE ANFORDERUNGEN. DAS GRÖSSTE PROBLEM FÜR DEN KUNDEN WAR DABEI DIE KOSTENUNSICHERHEIT. ALLES MÖGLICHE KONNTE EINTRETEN, SCHLECHTES

CAN YOU IMAGINE THAT ONE DAY REAL CARS WILL NOT BE PHOTOGRAPHED ANY MORE? A HORROR TO PICTURE FOR EVERY PHOTOGRAPHER, ISN'T IT? BUT THE TREND IS GOING IN THIS DIRECTION AND THERE ARE TECHNICAL ADVANCEMENTS THAT ARE ALSO ALLOWING THIS VISION TO COME CLOSER. IF A CLIENT WANTED A SHOT OF THE CAR IN MOTION, IT HAD TO BE DONE OUTSIDE. PRODUCING SUCH A SHOT, IN OUR EXPERIENCE, IS ALWAYS FROUGHT WITH DIFFICULTY. FIRST, A PROTRACTED SEARCH FOR AN APPROPRIATE LOCATION, THEN ARRANGING TRANSPORT FOR THE CAR AS WELL AS THE TEAM AND EQUIPMENT. AND MOSTLY IN SECRET WHICH PUT THE DEMAND FOR SECURITY RIGHT ON THE TOP OF THE LIST. THE BIGGEST PROBLEM FOR THE CLIENT WAS THE OPEN-ENDED BUDGET. ANYTHING COULD HAPPEN:

Wetter, fehlende Fotogenehmigungen, Paparazzi der Autofotografie.

Mit der Entwicklung der RIG-Technologie bekam der Autofotograf ein fantastisches Werkzeug an die Hand, erstens während der Fahrt extrem scharfe Fotos machen zu können, zweitens Fahraufnahmen im Studio zu produzieren. Die RIG-Technologie basiert auf einem Systemarm, der die Kamera am fahrenden Objekt mitträgt. Das RIG ist voll transportfähig, blitzschnell montiert und besonders leicht verschwenkbar. Adaptionssysteme für fast alle Pkw- (und Lkw-Typen) machen einen vielfältigen Einsatz möglich.

Vielleicht ahnte ich schon etwas von dieser Entwicklung, als ich vor fast zwei Jahrzehnten an die Konzeption eines maßgeschneiderten Fotostudios für Automobilfotografie ging. Auch meine Entscheidung, sehr früh in die digitale Bildbear-

beitung zu investieren, bestätigt sich aus heutiger Sicht. Denn die digitale Bildbearbeitung mit aufwendiger Technik ist für die Realisation von gelungenen Fahraufnahmen unerlässlich. Hier schließt sich der Kreis wieder.

The development of the RIG-technique allowed the photographer to take control of these. Firstly, motion could now be combined with extremely sharp photos. Secondly, motion shots could now be taken in the studio. The RIG technique system is based on a carrier arm that carries the camera on the moving object. The RIG carrier is fully portable, can be mounted quickly and is very easy to swivel. Adapters for all types of cars and vans make it very versatile.

Perhaps I anticipated a development along these lines when I first envisaged my automobile studio 20 years ago. My decision to invest early in digital imaging equipment is also confirmed from today's perspective. Digital imaging technology is mandatory in order to produce moving

car photographs. It is the final link in the chain.

Fantasy with bits makes anything possible and above all practical. Only a photographer who can creatively visualize light in his mind will be able to effectively use this kind of sophisticated technique. Extensive experience in car photography is necessary when using the RIG in order to visualize the result in advance. Parts of the photograph are digitally retouched after the photo session, but the original concept of the shoot already has to consider this.

We started off with a vision of mine, let us develop it further. Eventually, a photographer – or rather an image designer who can visualize light and contrast – will be able to make an important contribution in the early stages of car design.

The design departments are currently working with digitally rendered photographs, which could one day possibly make standard photography superfluous. Photographers with their extensive experience can then become consultants for shape, light, camera angles and dynamics and be essential for photographic realism.



Stargast im Studio:
SLR Vision mit RIG

Special guest in the
studio: SLR version
with RIG

Anderson Maria	P	Hohnwald Klaus	F	Preuschhoft Dominik	A
Angster Marion	A	Huber Andreas	F	Rebmann Dieter	F
Apfel Nadin	P	Jahn Steffen	AF	Reuswig Daniel	F
Arendt Torsten	KFZ	Jakob Martin	AF	Rode Regina	AF
Bätzner Isabell	AF	Jaschke Petra	A	Rundel Sabine	V
Bauer Christa	K	Kämmerle Joachim	H	Schwärzel Holger	F
Berger Mirko	KFZ	Karisch Klaus	H	Schröder Katrin	V
Beuning Tobias	A	Keidel Bettina	AF	Schäfer Axel	A
Bocheneck Stefan	AF	Kohlhaas Christian	P	Schäfer Kai-Uwe	AF
Böhmeler Petra	V	Korzer Udo	KFZ	Scheerer Peter	EBV
Bollmeyer Sandra	V	Krambeer Lars	AB	Schenk Daniela	V
Böser Natascha	A	Kramer Jens	AF	Schleyer Helmut	AF
Brandstätter Sandra	AF	Krauss Matthias	AF	Schmid Michael	AF
Brantsch Heinke	AF	Kristandt Uwe	F	Schmitt Martin	F
Burz Andreas	A	Kubach Armin	AF	Schneider Christine	A
Christoph Bauer	F	Lamarini Marcello	KFZ	Schneider Oli	A
Costima Michaela	V	Laqua Petra	AF	Schnell Claudia	V + A
Czech Christian	P	Linder Henry	AF	Schott Michael	AF
David Natalija	AF	Linders Frank	A	Schweizer Margit	V
Di Miero Daniele	A	Löffler Carolin	AB	Schwienbacher Roman	A
Dürsteler Werner	A	Lutz Astrid	P	Schwing Yvonne	P
Dyckerhoft Kathrin	P	Mack Miriam	P	Seidenschwann Dirk	A
Eisele Dino	AF	Maier Michael	V	Seligler Sigrid	K
Fabian Jasmine	AF	Malamas Pascal	A	Seydlitz Michael	V
Ferrari Marco Andrea	P	Marks Matthias	AF	Simüller Manuela	EBV
Fetzer Verena	A	Meißner Christoph	AF	Stahl Henrike	AF
Flutschka Angelika	AB	Messutat Jan	AF	Statz Daniel	F
Fuchs Marko	P	Meyer Anette	EBV	Staud René	F
Gabelmann Gabi	V	Meyer Stefanie	AF	Steccanella Stefan	A
Gerth Thomas	A	Michel Tim	A	Streitferdt Horst	A
Gössel Franziska	AB	Mönch Alexa	P	Stubenrauch Dagmar	V
Gramann Christoph	F	Monning Richard	A	Sußmann Yvonne	AF
Grantz Gudrun	P	Moritz Georg	AF	Szameit Jan	AF
Groh Natascha	A	Moser Anneliese	V	Trumpp Ralf	F
Gruhn Petra	V	Mörk Stephanie	P	Wagner Manuel	AM
Gutekunst Sandra	AF	Mössmer Peter	A	Wahl Edith	K
Hackenberg Gritt	EBV	Müller Andreas	P	Wahlheim Nicole	A
Haese Mathias	A	Müller Sandra	A	Walter Jan-Erik	A
Hausner Franz	F	Müller Sven	P	Wegner Susanne	AF
Haveric Emir	A	Nesseler Jan	P	Wertsch Andreas	F
Heinrich Sebastian	A	Nodes Sandra	AF	Wesser Christian	A
Henning Wilhelm	F	Olp Sylvia	V	Wittkemper Thomas	A
Hense Ursula	EBV	Paage Gerhard	V	Viererbl Stefanie	A
Hermann Frank	AF	Peucert Ralph-Peter	F	Zeko Robert	AF
Höllner Matthias	AF	Peuker Martin	KFZ	Zenke Stefanie	AF
Hofmeyer Frank	P	Pfisterer Jens	A	Zier Stefanie	P

A = Assistent / *Assistant*; V = Verwaltung / *administration*; AB = Auszubildender Bürokaufmann / *administrative trainees*;
 EBV = Elektronische Bildverarbeitung / *digital imaging*; AM = Auszubildender Mediengestalter / *media designer assistant*; F = Fotograf / *photographer*;
 AF = Auszubildender Fotograf / *photography assistant*; H = Handwerker / *craftsman*; P = Praktikant / *trainee*;
 K = Kantine / *catering*; KFZ = Carpreparing / *car preparation*

Jemand übersehen oder vergessen? Anruf genügt, bald gibt es die 2. Buchauflage
Somebody overlooked or forgotten anything? Only call, the next book edition is coming soon.

NACHWORT

EPILOGUE

MEIN PERSÖNLICHER DANK GILT ZUNÄCHST MEINEN KUNDEN, DIE MIR IN ALL DEN JAHREN DEN SPIELRAUM FÜR KREATIVE ENTFALTUNG UND WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM ERMÖGLICHTEN. MEIN DANK GILT ABER AUCH ALL MEINEN MITARBEITERN, DIE MICH ÜBER KÜRZERE, BESONDERS ABER ÜBER LÄNGERE ZEIT BEGLEITET UND UNTERSTÜTZT HABEN, DIE MASSGEBLICH AN DER WEITERENTWICKLUNG DER FOTOGRAFIE MITGEARBEITET UND DAMIT DEN HEUTIGEN MASSSTAB AN KREATIVITÄT UND QUALITÄT GEPRÄGT HABEN. NICHT ZULETZT DANKE ICH MEINER GANZEN FAMILIE, DIE SO UNENDLICH OFT AUF MICH VERZICHTEN MUSSTE, WEIL ICH MEINE GANZE ARBEITSKRAFT UND ALL DIE ZEIT IN MEINEN JOB, IN MEINEN TRAUM VON GUTER FOTOGRAFIE, IN MEIN STUDIO INVESTIERTE.

MY PERSONAL THANKS GO NOT ONLY TO MY CLIENTS, WHO OVER THE YEARS GAVE ME ROOM FOR CREATIVE DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH, BUT ALSO TO MY ASSISTANTS, WHO ACCOMPANIED AND SUPPORTED ME OVER THE SHORT TERM AND ALSO THE LONG TERM. I WOULD LIKE TO EXTEND MY APPRECIATION FOR YOUR PARTICIPATION IN THE FURTHER DEVELOPMENT OF PHOTOGRAPHY. WE SET THE STANDARDS FOR QUALITY AND CREATIVITY. FINALLY I WOULD LIKE TO THANK MY WHOLE FAMILY, WHO HAD TO DO WITHOUT ME SO MANY TIMES, BECAUSE I INVESTED MY WORK AND TIME IN MY DREAM, MY JOB, MY STUDIO.

LEONBERG, 20.06.2001

RENÉ STAUD

Porsche
Typ: 550 Spyder
Baujahr: 1955
4 Zylinder
1498 ccm
115 PS / 85 kW
220 km/h



4/5

BMW
Typ: 328 Mille Miglia
Baujahr: 1940
6 Zylinder
1971 ccm
130 PS bei 5750 U/min
200 km/h



6/7

Bugatti
Typ: 37
Baujahr: 1926
4 Zylinder
1496 ccm
100 PS / 74 kW
200 km/h



8/9

Mercedes-Benz
Typ: CL 500
Baujahr: 2000
8 Zylinder
4966 ccm
306 PS bei 5600 U/m
250 km/h



10/11

Mercedes-Benz
Typ: W196 Monoposto
Baujahr: 1954
8 Zylinder
2496 ccm
290 PS / 215 kW
275 km/h



18/19

Ferrari
Typ: 250 GT SWB
Baujahr: 1960
12 Zylinder
2953 ccm
300 PS / 222 kW
233 km/h



20/21

Mercedes-Benz SL Evolution
Typ: Vision SLR Baujahr: 1999
Typ: R129 Baujahr: 1989
Typ: R107 Baujahr: 1970
Typ: R113 Baujahr: 1963
Typ: R198 Baujahr: 1957



22/23

VW
Typ: Beetle
Baujahr: 1998
4 Zylinder
115 PS / 85 kW
185 km/h



24/25

Jaguar
Typ: E-Type Serie1
Baujahr: 1961
6 Zylinder
4198 ccm
210 PS / 156 kW
245 km/h



26/27

BMW
Typ: Z8
Baujahr: 2000
8 Zylinder
4941 ccm
400 PS bei 6600 U/min
250 km/h



28/29

Porsche
Typ: 356 Continental
Baujahr: 1955
4 Zylinder
70 PS / 60 kW
1582 ccm



34/35

Porsche
Type: 550 Spyder
Construction year: 1955
4 cylinders
1498 ccm
115 hp / 85 kW
220 km/h

BMW
Type: 328 Mille Miglia
Construction year: 1940
6 cylinders
1971 ccm
130 hp per 5750 r.p.m.
200 km/h

Bugatti
Type: 37
Construction year: 1926
4 cylinders
1496 ccm
100 hp
200 km/h

Mercedes-Benz
Type: CL 500
Construction year: 2000
8 cylinders
4966 ccm
306 hp per 5600 r.p.m
250 km/h

Mercedes-Benz
Type: W196 Monoposto
Construction year: 1954
8 cylinders
2496 ccm
290 hp / 215 kW
275 km/h

Ferrari
Type: 250 GT SWB
Construction year: 1960
12 cylinders
2953 ccm
300 hp / 222 kW
233 km/h

Mercedes-Benz SL Evolution
Typ: Vision SLR Baujahr: 1999
Typ: R129 Baujahr: 1989
Typ: R107 Baujahr: 1970
Typ: R113 Baujahr: 1963
Typ: R198 Baujahr: 1957

VW
Type: Beetle
Construction year: 1998
4 cylinders
115 hp / 85 kW
185 km/h

Jaguar
Type: E-Type Serie1
Construction year: 1961
6 cylinders
4198 ccm
210 hp / 156 kW
245 km/h

BMW
Type: Z8
Construction year: 2000
8 cylinders
4941 ccm
400 hp per 6600 r.p.m.
250 km/h

Porsche
Type: 356 Continental
Construction year: 1955
4 cylinders
70 hp / 60 kW
1582 ccm

BMW
Typ: 328 Mille Miglia
Baujahr: 1939
6 Zylinder
1971 ccm
130 PS bei 5750 U/m
200 km/h



36/37

Zender
Typ: Progetto Cinque
Baujahr: 1995
6 Zylinder
2959 ccm
184 PS / 135 kW
215 km/h



56/57

Ferrari
Typ: F 40
Baujahr: 1988
8 Zylinder
2936 ccm
478 PS / 350 kW
320 km/h



70/71

Porsche Evolution
Typ: 356 Baujahr: 1952
Typ: 911 Baujahr: 1984
Typ: 968 Baujahr: 1992
Typ: 928 Baujahr: 1992



82/83

Mercedes-Benz
Typ: SS Schwarzer Prinz
Baujahr: 1929
6 Zylinder
160 PS / 200 PS
118 kW / 147 kW
185 km/h



84/85

Mercedes-Benz
Typ: 300 SLR Mille Miglia
Baujahr: 1955
8 Zylinder
2996 ccm
300 PS / 222 kW
300 km/h



86/87

Porsche
Typ: 996 Turbo
Baujahr: 2001
6 Zylinder
3600 ccm
417 PS / 309 kW
305 km/h



344/345

Wiesmann
Typ: Wiesmann-Roadster
Baujahr: 2000
6 Zylinder
3201 ccm
321 PS / 238 kW
255 km/h



346/347

Mercedes-Benz
Typ: S-Klasse
Baujahr: 2000
8 Zylinder
4966 ccm
306 PS bei 5600 U/m
250 km/h



348/349

Mercedes-Benz
Typ: SL 500
Baujahr: 2001
8 Zylinder
4966 ccm
306 PS bei 5600 U/m
250 km/h



350/351

Mercedes-Benz
Typ: 300 SL
Baujahr: 1954
6 Zylinder
2996 ccm
215 PS / 158 kW
220-260 km/h



352

BMW
Type: 328 Mille Miglia
Construction year: 1939
6 cylinders
1971 ccm
130 hp per 5750 r.p.m.
200 km/h

Zender
Type: Progetto Cinque
Construction year: 1995
6 cylinders
2959 ccm
184 hp / 135 kW
215 km/h

Ferrari
Type: F 40
Construction year: 1988
8 cylinders
2936 ccm
478 hp / 350 kW
320 km/h

Porsche Evolution
Type: 356 Construction year: 1952
Type: 911 Construction year: 1984
Type: 968 Construction year: 1992
Type: 928 Construction year: 1992

Mercedes-Benz
Type: SS Schwarzer Prinz
Construction year: 1929
6 cylinders
160 hp / 200 hp
118 kW / 147 kW
185 km/h

Mercedes-Benz
Type: 300 SLR Mille Miglia
Construction year: 1955
8 cylinders
2996 ccm
300 hp / 222 kW
300 km/h

Porsche
Type: 996 Turbo
Construction year: 2001
6 cylinders
3600 ccm
417 hp / 309 kW
305 km/h

Wiesmann
Type: Wiesmann-Roadster
Construction year: 2000
6 cylinders
3201 ccm
321 hp / 238 kW
255 km/h

Mercedes-Benz
Type: S-Klasse
Construction year: 2000
8 cylinders
4966 ccm
306 hp per 5600 r.p.m.
250 km/h

Mercedes-Benz
Type: SL 500
Construction year: 2001
8 cylinders
4966 ccm
306 hp per 5600 r.p.m.
250 km/h

Mercedes-Benz
Type: 300 SL
Construction year: 1954
6 cylinders
2996 ccm
215 hp / 158 kW
220-260 km/h

PHOTOGRAPHY

GUTSCHEIN-VOUCHER

Mit dem Erwerb des Buches erhalten Sie auf Wunsch viele der Automotivmotive auf CD-ROM.

Bitte kopieren Sie den Gutschein aus dem Buch heraus und senden ihn per Post oder Fax an uns:

Wir überlassen Ihnen dann kostenlos die neue Version unserer "Bilder auf CD" zum privaten Gebrauch. Für den werblichen oder kommerziellen Einsatz sollten Sie sich mit uns in Verbindung setzen.

René Staud Studios
Mollenbachstraße 3

71229 Leonberg

Tel: +49 (0)7152 - 97 99 30

Fax: +49 (0)7152 - 97 99 36

www.renestaudstudios.de

info@renestaudstudios.de

With the purchase of the book you receive on request many auto motifs on CD-ROM.

Please copy the voucher from the book and send it to us by mail or by fax. We would like to offer this newest version of our "Pictures on CD" free of charge, for your own personal use.

Please contact us for all of your commercial and advertising photographic needs.

Name / Name

Strasse / Street

PLZ / Postcode

Ort / Place

Telefon / Telephone

Fax / Fax

Laterna magica

© 2001 Verlag Georg D.W. Callwey GmbH & Co. KG,
Streitfeldstraße 35, 81673 München

© 2001 by Georg D.W. Callwey GmbH & Co, Munich.

All rights reserved. No part of this book may be reprinted, translated, filmed or electronically transmitted.

www.callwey.de

E-mail: buch@callwey.de

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Ein Titelsatz für diese Publikation

ist bei der Deutschen Bibliothek erhältlich.

ISBN 3-87467-783-4

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Englische Übersetzung: Balbier Lingua Service, Filderstadt

Umschlaggestaltung: René Staud Studios, Leonberg

Layout und Satz: OPUS Image Consult, Stuttgart

Litho, Druck und Bindung: Sommer Corporate Media AG

Printed in Germany 2001









