





*Really Crazy Colors* är ett experimentellt projekt av Per Zennström i samarbete med make-up artisten Linda Sundqvist.

# NYFIKEN PER

*Ständigt nyfiken och inte rädd att prova nytt. För mode- och reklamfotografen Per Zennström är det mer än tomma ord.*



Bilder för *So Popular*, ett Berlin-baserat modemärke. Per Zennström har vid fotograferingen utgått från den klassiska filmen *Blow-up*.

# PROVAR NYTT

text \_\_\_\_\_ Carl Undéhn  
foto \_\_\_\_\_ Per Zennström



Det personliga projektet *White Noise* där Per Zennström har utgått från traditionella bilder för att sedan skapa en 3D-bild tillsammans med 3D-konstnären Torsten Weese.

**DET ÄR EN MOLNFRI** dag i Berlin. Solen strålar och gatukaféerna i det bland svenskar populära kvarteret Prenzlauer Berg är fulla redan tidigt på förmiddagen. Alla gäster med solglasögonen riktade mot skärmen på en laptop. Arbetsdag å la Berlin.

– Berlin är ju en stad full av start up-företag. Hur vet man om något fungerar eller inte? Det håller inte att sitta och planera i två år, man måste få ut det med en gång och jag är inte rädd för att testa,

säger Per Zennström och rör om i cappuccinon som just kommit in framför honom.

#### **GILLAR ATT VARA LÄTTFLYKTIG**

Han bor i den tyska huvudstaden sedan 2008 och för en nyfiken person som Per är det en passande miljö. Officiellt är han visserligen mode- och reklamfotograf med karriär sedan två decennier i både New York och Paris, men bara «fotograf» räcker inte för att beskriva



Per. Förutom att stå bakom kameran driver han en populär blogg, ger ut onlinemagasinet *11Horses*, gör video, samarbetar med nya modeföretag, föreläser och håller i workshops på fotoskolor i både Sverige och utomlands.

För att nämna några saker.

– Jag gillar att vara lättflyktig och kunna ändra på mig snabbt. »Kill your darlings» helt enkelt.

Att våga bryta upp och prova något nytt. Det är något han ständigt

kommer tillbaka till under vårt samtal. Och något som han både valt frivilligt och blivit tvingad till under sin karriär.

#### **NAOMI CAMPBELL VAR STAMMIS I STUDION**

Som så många andra började han som assistent åt andra fotografer. Det blev också ett par år på fotoskolan i Göteborg innan han hoppade av.

– Jag fick ett erbjudande om att bli assistent hos Björn Keller och



Så här såg det ut vid fotograferingen för *White Noise* där Per fotar modellen Marie ur olika vinklar för att sedan bygga ihop bilderna i ett 3D-program.



I studion under det experimentella projektet *Really Crazy Colors*.



Mode- och reklamfotografen Per Zennström är sedan 2008 bosatt i Berlin.

## »MAN SKA INTE LÅTSAS ATT MODEFOTOGRAFI ÄR NÅGOT ANNAT ÄN MODE-FOTOGRAFI. MAN SKA BLÄDDRA IGENOM TIDNINGEN OCH SEN TITTA PÅ NÄSTA. EFTER FEM MINUTER ÄR BILDEN BORTGLÖMD.« *Per Zennström*

det tackar man inte nej till. Han är en fantastisk influens på mig och vi satt mest och drack kaffe och snackade, säger han.

Något de ofta pratade om var hur viktigt det var att komma ut i världen och ta till sig nya influenser. Så Per flyttade till New York där han blev assistent hos modefotografen Steven Meisel.

Det var tidigt 90-tal och början på »The Super Model Era«. Naomi Campbell och andra var stammisar i studion och Per blev allt mer säker på vilken typ av foto han ville syssla med.

– Jag var attraherad av modefotografi redan från början för jag tyckte det fanns en sorts frihet där. Coola bilder också, så klart, men jag tror fortfarande att det inom mode finns en frihet som inte finns någon annanstans.

### GÄLLER ATT FÅNGA MOMENTET

Per talar gärna om modefotografi och håller workshops på temat för fotostudenter. För vad är egentligen bra modefotografi? Handlar det om att visa kläder, en känsla eller kanske en hel berättelse?

Svaret kan enligt Per kokas ned till en lika enkel som svärdefinerad princip: fånga det rätta momentet.

– I New York lärde jag mig att modefotografi inte handlar om kläderna, tekniken eller ljussättningen utan om »momentet«. Det måste helt enkelt se coolt ut.

Den där lilla extra kryddan i form av en blick eller rörelse som ger bilden liv och får den att sticka ut. Samtidigt är han väldigt tydlig med att man inte ska dra på för stora växlar och läsa in saker i bilderna som inte finns där.

– Man ska inte låtsas att modefotografi är något annat än modefotografi. Man ska bläddra igenom tidningen och sen titta på nästa. Efter fem minuter är bilden bortglömd, säger han och rycker på axlarna.

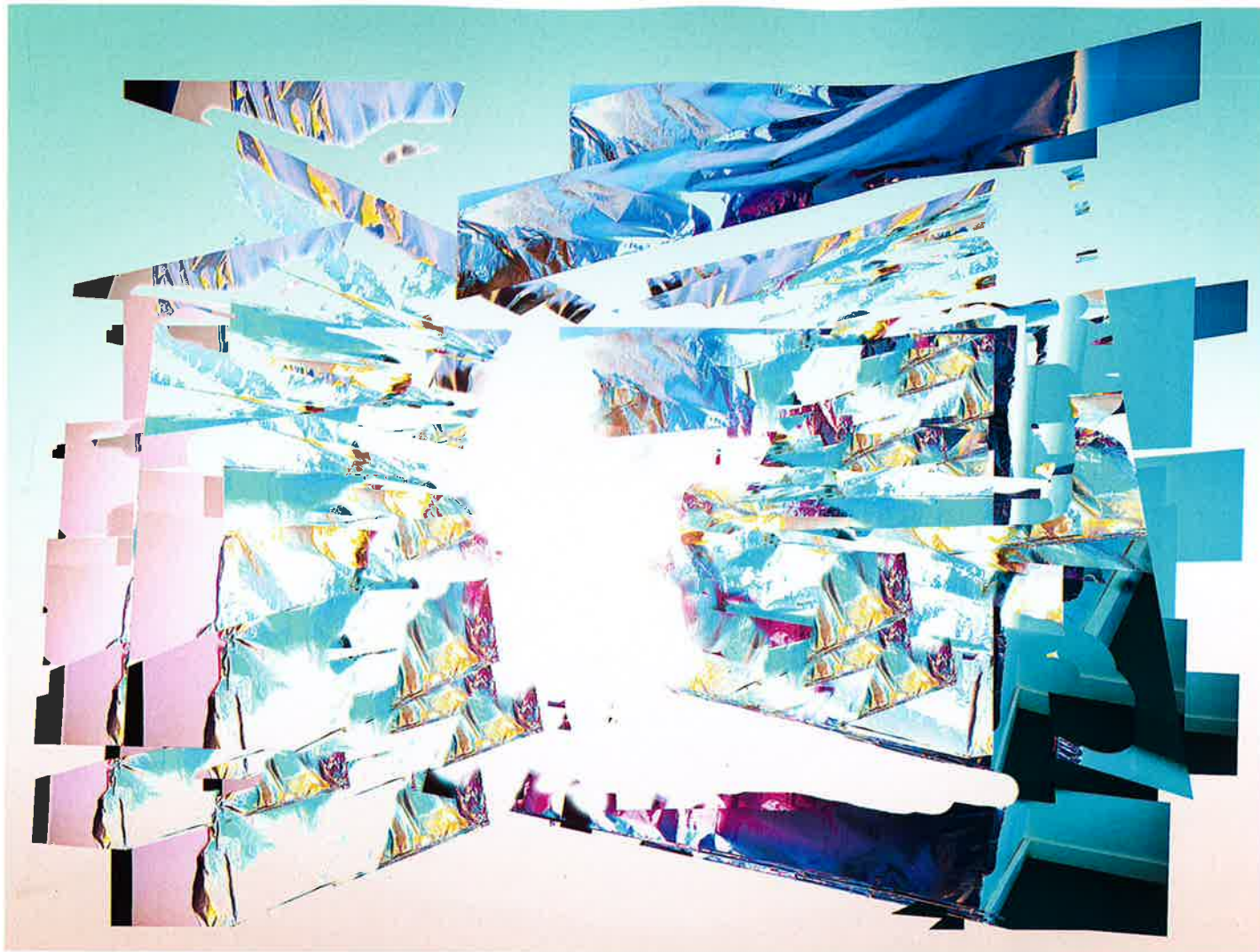
Därför tycker han heller inte att det är konstigt att förra säsongens bilder snabbt känns både gamla och fula. Det ligger ju i modets natur.

– Sen efter tio år kan det finnas ett värde i dem men då krävs det att de innehåller något tidlöst. Om det finns en klangbotten som är klassisk då kanske det funkar.









Med hjälp av aluminiumfolie och en hel del tid i Photoshop skapade Per bilder av det här slaget för en reklamkampanj.

## »JAG VÄXTE JU UPP MED IRVING PENN OCH KOMMER ALDRIG IFRÅN HONOM. SÅ JAG FÖRSÖKER GÖRA NÅGOT SOM ÄR KLASSISKT MODEFOTOGRAFI MEN ÄNDÅ SKRUVA TILL DET PÅ NÅGOT VIS.« Per Zennström

Med sina egna bilder vill han förena tidlöst modedefotografi med nya influenser och tekniker.

Till exempel har han testat att fotografera en modell ur många olika vinklar för att sedan låta ett program göra en digital 3D-modell av bilden.

Länge eftersträvade han också en naturlig känsla och jobbade noga med blixtljuset för att det skulle efterlikna mjukt norrljus.

– Men det måste gå fort vid en plåtning så kravet på att det skulle se naturligt ut fick jag släppa. När man plåtar levande modeller kan det där momentet man vill fånga gå förlorat om man pillar för mycket med ljuset.

### SPRETIGT OCH »EDGY ELEGANT«

Gemensamt för alla hans bilder idag är det spretiga, intensiva och nästan lite röriga bildspråket. Eller som Per själv väljer att kalla det: »Edgy Elegant«.

– Jag växte ju upp med Irving Penn och kommer aldrig ifrån honom. Så jag försöker göra något som är klassiskt modedefotografi men ändå skruva till det på något vis. »Edgy« helt enkelt.

Exakt vad det innebär är inte skrivet i sten. Med devisen »Så länge modellen ser bra ut...« öppnar han upp för att prova det mesta.

– Jag har till exempel en uppställning som jag kallar »fult TV-studi-

oljus«. Enkelt ljus som i en billig TV-serie. Men det blir ändå snyggt, säger han med ett leende.

Samtalet kommer återigen in på »Kill your darlings« och vikten av att kunna omformulera sig själv, sitt arbetssätt och sina bilder. Något Per var tvungen att göra fullt ut redan i början av sin karriär.

Efter några lärorika år i New York flyttade han till Paris för att där satsa på att bli modedefotograf.

– Jag landade och efter några veckor hade jag en agent och blev fotograf, säger han som om det vore den mest självklara saken i världen.

Han fotade kampanjer för märken som Dior, Absolut Vodka, Guy Laroche och Nina Ricci.

Det gick med andra ord bra. Nästan lite för bra skulle han upptäcka.

– Efter ett tag i Paris upptäckte jag plötsligt en dag att alla kunder var borta och med det alla jobb. De hade bara försvunnit.

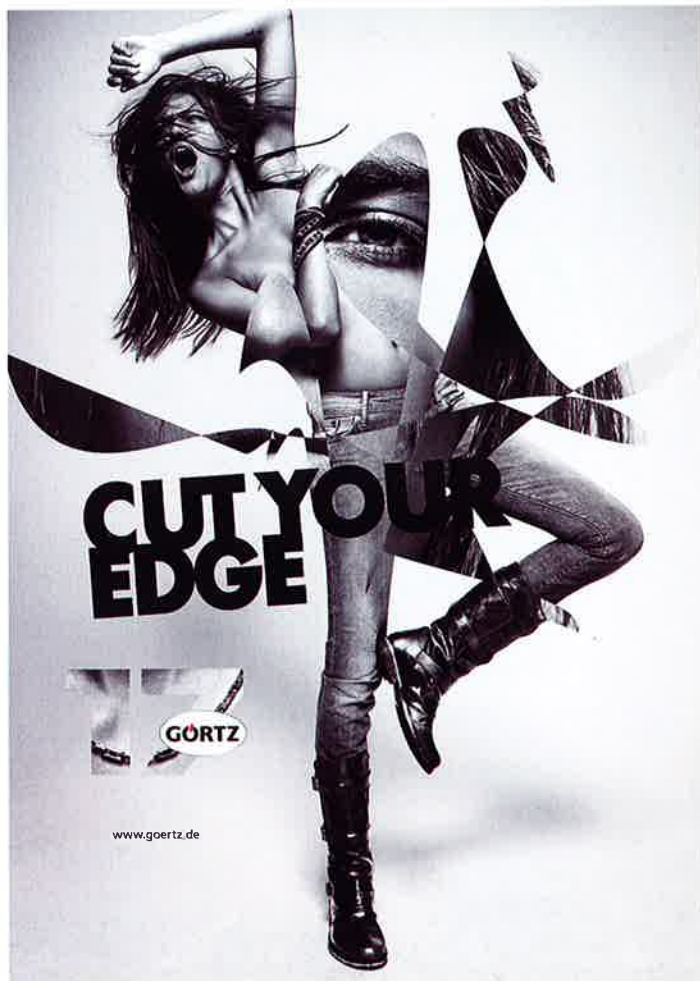
### STARTADE OM FRÅN BÖRJAN

Under de första åren i Paris hade jobben kommit, det ena efter det andra. Han beskriver det att de bara »landade i hans knä«. Utan att ge det någon större tanke utvecklades han både yrkesmässigt och konstnärligt. Han var het på marknaden men en dag var det stopp. Kunderna hade gått vidare till någon annan, ny fotograf.





Modellen Joelle Pforr fotograferad i ett hav av orkidéer för Quality magazine. Bilden är tagen på Ritz Carlton Hotell, i Berlin.



» JAG INSÅG ATT JAG VAR TVUNGEN ATT STARTA FRÅN BÖRJAN, RIKTIGT FRÅN »SCRATCH«. SÅ JAG BÖRJADE PLÅTA MED STUDENTER. « *Per Zennström*

# STEPHAN BOYA

Per gillar att jobba nära designers och vara en del i hela processen. Ovan en bild för modemärket Stephan Boya, till vänster syns reklambilder för Goertz och projektet Snowwhite.

– Jag insåg att jag var tvungen att starta från början, riktigt från »scratch«. Så jag började plåta med studenter och folk som just kommit ut från modeskolor. Och det var kanske det bästa som har hänt mig.

Omstarten gav honom perspektiv på vad det egentligen innebär att vara framgångsrik som fotograf.

– Man har ju fortfarande ambitionen att bli världens bästa fotograf. Men det handlar inte längre om att få plåta för franska Vogue utan andra saker. Även om man så klart alltid gärna jobbar för franska Vogue, säger han och skrattar.

## FASCINERAS AV NÄTKULTUREN

Idag gör han ibland större kampanjer igen, men fortsätter gärna att arbeta med mindre modemärken som är på väg upp. Han får då nästan rollen av en husfotograf och kan vara med och utforma ett märkes visuella stil.

– Jag gillar att jobba nära designers och jobba med dem långsiktigt. Då blir man en del i hela processen och kunden förvandlas mer till en partner. Det är inget som är låst till modéfotograf utan kan göras av alla fotografer.

Det hela har också att göra med Pers övertygelse om att det i dag inte räcker för en fotograf att bara kunna ta bilder.

– Som fotograf kan man inte bara se sig själv som en leverantör av ett hantverk längre. Ingen vet ju vad som funkar i dag när alla affärsmodeller är sönderslagna i och med digitalt, säger han och förklarar hur han fascineras av hela nätkulturen.

Den digitala revolutionen har inte bara ändrat vårt sätt att knäppa

och behandla bilder utan även vänt upp och ned på det mesta för hur en fotograf arbetar.

Som ung assistent fick han flyga business class när det var plåtning för redaktionellt material. Så ser branschen inte längre ut i dag, men Per är inte den som nostalgiskt påstår att det var bättre förr.

Med en bransch i omvälvning är »Kill your darlings« onekligen ett passande motto. Att inte vara rädd för att testa nya vägar, att fortsätta vara nyfiken. Och att se fördelar i förändringen.

– Det är mycket bättre nu och finns fler möjligheter. Visst, i dag säger man att »alla är fotografer« och det drabbar så klart oss som lever på att ta bilder. Men tänd hellre ett ljus än att förbanna mörkret. —



FOTO: CARL UNDBÄHN

## PER ZENNSTRÖM

**Ålder:** 52 år

**Uppvuxen:** I Stockholm.

**Bor:** Sedan 2008 i Berlin, innan det i New York och Paris.

**Bakgrund:** Studier vid Fotoskolan i Göteborg (ej avslutade).

**Utrustning:** Genom åren allt från Hasselblad, Pentax 67, Contax 645 (»min första kamera med autofokus. Plötsligt blev bilderna skarpa!«) och olika varianter av Canon EOS 1D. I dag mest Nikon D800 med olika objektiv.

**Aktuell med:** Ger ut onlinemagasinet 11Horses på plattformen [www.issuu.com](http://www.issuu.com). Driver bloggen [10horses.blogspot.com](http://10horses.blogspot.com).

**Hemsida:** [www.perzennstrom.com](http://www.perzennstrom.com)