#1 eCommerce Fulfillment
No More Hidden Costs and Missed SLAs From Your 3PL
ShipMonk

INTERVIEW

Ellen von Unwerth im Interview: "Models in schönen Kleidern machen für mich nicht unbedingt ein gutes Foto aus"

Sie startete ihre Fotografiekarriere ohne Ausbildung und entdeckte die junge Claudia Schiffer: Heute ist Fotografin Ellen von Unwerth aus der Modewelt nicht mehr wegzudenken. Mit VOGUE spricht sie über Veränderungen in der Branche.

VON KONSTANZE POPP

25. September 2025

Isa Foltin/Getty Images

Ellen von Unwerth im VOGUE-Interview über die Entwicklung von Fotografie und ihr aktuelles Projekt – die neue Kampagne von Catrice.

Ellen von Unwerth, die einst über ihre Karriere als Model den Weg in die Fotografie fand, gilt heute als eine der einflussreichsten Fotograf:innen unserer Zeit. Ohne klassische Fotografieausbildung prägte sie mit ihren charakteristischen Aufnahmen, die die Persönlichkeit der Models in den Vordergrund rücken, den Stil der letzten Jahrzehnte. Der Durchbruch gelang ihr, als sie die damals 17-jährige Claudia Schiffer und ihre Ähnlichkeit zu Brigitte Bardot entdeckte. Seitdem hatte sie nicht nur alle namhaften Persönlichkeiten vor der Kamera, sondern fotografierte auch für große Magazine wie "Vanity Fair", "Dazed & Confused" und natürlich VOGUE. Jetzt hat von Unwerth die aktuelle Kampagne von Catrice unter dem Motto "Own Your Gaze" festgehalten. Wir treffen die Fotografin zur Eröffnung der Ausstellung in den Räumlichkeiten des "Fotografiska"-Museums in Berlin, wo sie bis kurz vor Interviewstart begeistert die Gäst:innen fotografiert.

Ellen von Unwerth im VOGUE-Interview über Projekte, die ihr im Gedächtnis geblieben sind, und die Zukunft der Fotografie

VOGUE: Das Motto der Kampagne lautet "Own Your Gaze". Was bedeutet das für Sie?

Für mich heißt das, sich selbst darzustellen und dabei Spaß zu haben und sich frei zu fühlen. Das war auch die Grundidee der Kampagne: Die Models sollten sich selbst ausdrücken, unter anderem mit verschiedenen Accessoires, während ich mit meiner Kamera vor Ort war.

ANSEHEN

Die Elevator Boys machen sich bereit für Heidi Klums Halloween-Party | Getting Ready With | VOGUE Germany

Was waren die Herausforderungen dieser Kampagne?

Wir haben sehr detailreich gearbeitet, zum Beispiel mit einem kleinen Spiegel am Set. Das zu erfassen und dabei nicht selbst im Bild aufzutauchen, war auf jeden Fall eine Herausforderung. Aber Herausforderungen sind ja auch etwas Schönes, man hat Spaß und kann etwas Neues dazulernen. Für mich sind die Bilder auch keine klassischen Kampagnenfotos, sondern haben etwas Surrealistisches und rücken trotzdem die Persönlichkeit der Models in den Vordergrund.

Ein Motiv der aktuellen Catrice-Kampagne; fotografiert von Ellen von Unwerth PR

Google Ads

AM BELIEBTESTEN

MODE
Jumpsuits und Comeback der 50er: Diese 5 Trends für Frühjahr/Sommer 2026 zeigt Pra…
VON NUALA PHILLIPS

MODE
"Call my Agent Berlin": So hat Kostümbildnerin Sabine Keller die prägnanten Looks von Iris Berbe…
VON VALERIE SPECHT

BEAUTY-NEWS
Ich trinke meinen Matcha und Kaffee nur noch mit dieser ungewöhnlichen Pflanzenmilch
VON MARIA GOLDBACH

ANZEIGE

Was unterscheidet die Beautyfotografie von der klassischen Modefotografie?

Die Arbeitsweise ist eine ganz andere, wenn man hinter der Kamera steht. Man ist bei der Beautyfotografie deutlich intimer mit dem Model und das Licht muss genau passen, um das Make-up natürlich, aber auch künstlerisch einzufangen. Und auch einen spannenden Ausdruck zu bekommen, ist schwieriger, denn bei der Modefotografie hat man durch die Looks und die Bewegungsfreiheit mehr Raum für Storytelling. Aber beides hat seinen eigenen Reiz.

Was ist für Sie ein besonders fesselnder Beautylook?

Ich liebe Kabarett und das Berlin der 20er-Jahre, das ist meine Lieblingszeit und ich komme immer wieder darauf zurück. Diese Haare mit Fingerwaves, die dunklen Perücken und die schwarzen, leicht verschmierten Augen und rote Lippen. Ich sage immer, dass mein:e Make-up-Artist:in nur schwarzen Eyeliner und roten Lippenstift dabeihaben muss – das reicht mir schon.

Was ist besonders wichtig, um ein herausragendes Bild zu kreieren?

Ich habe für meine Shootings immer schon vorher eine Idee – ich liebe Storytelling. Ich bin auch nicht wirklich eine Studio-Fotografin. Posierende Models in schönen Kleidern machen für mich nicht unbedingt ein gutes Foto aus. Ein schönes Foto vielleicht, aber dann blättert man die Seite um und hat es vergessen. Ein gutes Foto kommt für mich zurück, weil man es immer wieder sehen will; man will es verstehen und aufsaugen. Meine Ideen sind oft von Filmen oder Schauspieler:innen inspiriert und eher spielerisch und spontan. Dann möchte ich, dass die Models ebenso spontan sind und beim Fotografieren aus sich rauskommen. Oft ist ein gutes Foto am Ende sogar eigentlich ein Fehler, weil man nochmal kurz abgedrückt hat, obwohl es eigentlich schon vorbei war. Wichtig ist immer, dass das Bild eine Geschichte erzählt.

Wie hat sich der Blick auf Frauen in der Fotografie in den letzten Jahren und Jahrzehnten verändert? Und wie hat das auch Ihre Arbeit beeinflusst?

Als ich angefangen habe, war die Zeit der Supermodels, von denen ich auch einige entdeckt habe – ich war eine der Ersten, die Claudia (*Schiffer, Anm. d. Red.*) und Naomi (*Campbell, Anm. d. Red.*) fotografiert hat. Dazu kamen Linda (*Evangelista, Anm. d. Red.*) und Christy (*Turlington, Anm. d. Red.*) Das war eine sehr glamouröse Zeit und die ganze Welt kannte diese Models, weil sie die Modewelt sehr bewegt haben. Heutzutage hat man diese großen Stars weniger. Natürlich gibt es auch heute bekannte Gesichter wie Gigi und Bella (*Hadid, Anm. d. Red.*), aber es ist trotzdem anders. Heute steht Diversity im Vordergrund und die Models müssen nicht mehr perfekt sein, stattdessen kommt es auf die Persönlichkeit an. In diesem Sinne hat sich für mich eigentlich nicht viel verändert, weil mir die Persönlichkeit der Models schon immer sehr wichtig war. Aber im Allgemeinen ist der Stil ein anderer: Zeitschriften sind weniger glamourös und stattdessen mehr *accessible*.

AM BELIEBTESTEN

MODE
Jumpsuits und Comeback der 50er: Diese 5 Trends für Frühjahr/Sommer 2026 zeigt Pra…
VON NUALA PHILLIPS

MODE
"Call my Agent Berlin": So hat Kostümbildnerin Sabine Keller die prägnanten Looks von Iris Berbe…
VON VALERIE SPECHT

BEAUTY-NEWS
Ich trinke meinen Matcha und Kaffee nur noch mit dieser ungewöhnlichen Pflanzenmilch
VON MARIA GOLDBACH

ANZEIGE

War es damals schwierig, sich als Frau hinter der Kamera in der Modewelt einen Namen zu machen?

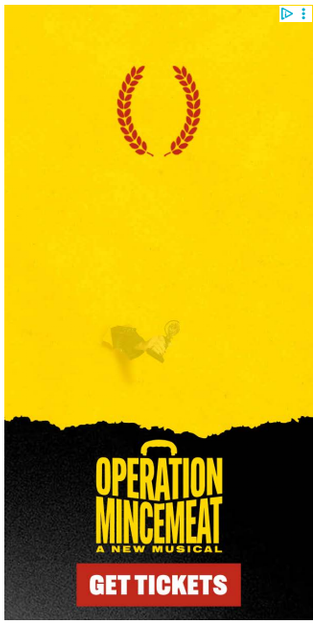
Für mich war es eigentlich nicht schwierig. Ich habe damals einfach die Kamera in die Hand genommen und mein Freund hat mir erklärt, wie sie funktioniert. So habe ich angefangen. Ich habe dann sehr schnell entdeckt, dass das genau das ist, was ich liebe und dass sich die Menschen vor meiner Kamera sehr befreit fühlen und aus sich herausgehen. Dadurch bin ich sehr leidenschaftlich geworden und habe mich richtig reingestürzt in die Fotografie. Aber eigentlich kam es ganz von alleine: Ich habe dann sofort angefangen, Kampagnen und auch Strecken für Magazine wie "i-D" oder "Interview" zu fotografieren, und natürlich auch für VOGUE. Es ging alles ganz schnell, weil ich damals einen anderen Stil hatte, *Snapshot Documentary* – das war zu dieser Zeit etwas ganz Neues. Viele haben es auch nicht verstanden, aber in der Modewelt hat es gepasst und die Menschen haben darauf reagiert. Obwohl die Fotografie natürlich damals wirklich von Männern beherrscht war, kann ich nicht sagen, dass es für mich schwer war. Ich habe meinen Stil entwickelt und ihn auch über die Jahre beibehalten. Und auch wenn die Zeiten sich ändern, gibt es trotzdem viele Leute, denen das weiterhin gefällt – und mir macht es immer noch unglaublich viel Spaß.

Sie haben den Fokus Ihrer Bilder von Anfang an auf starke Frauen gesetzt. War das eine bewusste Entscheidung?

Ich glaube, ich liebe einfach starke Frauen, weil ich auch selbst eine bin. (*lacht*) Für mich kann sich das in ganz vielen verschiedenen Facetten ausdrücken; es geht einfach um Menschen, die zu ihrer Persönlichkeit stehen und das vor der Kamera zeigen – das war mir immer wichtig. Eigentlich war das für mich nie wirklich eine Frage.

Sie haben früher selbst gemodelt. Beeinflusst diese Erfahrung Sie beim Fotografieren?

Tatsächlich war das sehr wichtig für mich, weil ich dadurch genau gewusst habe, was ich als Fotografin nicht tun will. Ich habe mich als Model nicht wirklich befreit gefühlt vor der Kamera; ich musste immer nur stillstehen und mal nach links und rechts gucken, obwohl ich immer lieber etwas Lustiges machen wollte. Als ich dann selbst angefangen habe, zu fotografieren, war es mir wichtig, mit meinen Bildern ein Stück Leben zu erfassen. Das hat mich sofort fasziniert. Ich kenne das Gefühl, sich vor der Kamera nicht wirklich wohl zu fühlen, und deswegen weiß ich auch, was ich in dieser Situation machen würde, und kann das dann auch an die Models weitergeben.



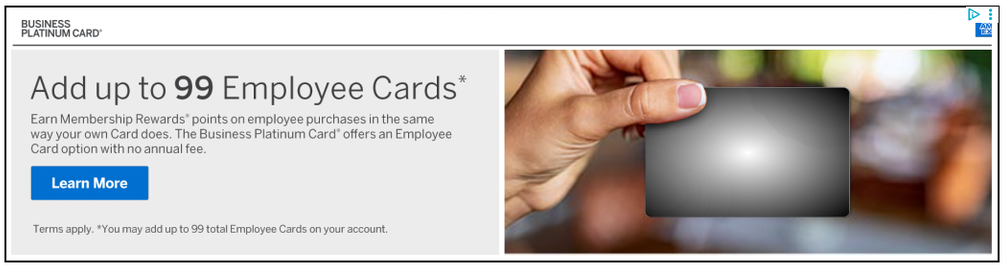
AM BELIEBTESTEN

MODE
Jumpsuits und Comeback der 50er: Diese 5 Trends für Frühjahr/Sommer 2026 zeigt Pra…
VON NUALA PHILLIPS

MODE
"Call my Agent Berlin": So hat Kostümbildnerin Sabine Keller die prägnanten Looks von Iris Berbe…
VON VALERIE SPECHT

BEAUTY-NEWS
Ich trinke meinen Matcha und Kaffee nur noch mit dieser ungewöhnlichen Pflanzenmilch
VON MARIA GOLDBACH

ANZEIGE

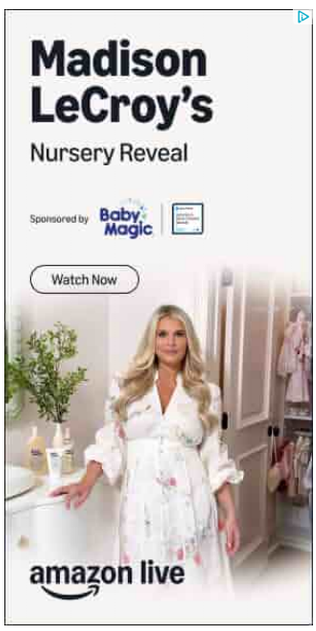


Gibt es ein Shooting, an das Sie sich besonders gerne zurückerinnern?

Da gibt es natürlich viele. Aber der Anfang meiner Karriere, als ich mit Claudia Schiffer geshootet habe, das war schon etwas ganz Besonderes, weil ich sie damals entdeckt habe, und auch ihre Ähnlichkeit zu Brigitte Bardot. Das war das erste Mal, dass ich so was überhaupt gemacht habe, und für Sie habe ich diesen Look kreiert. Dieser Erfolg, der damals daraus entstanden ist, ist ja immer noch relevant. Das finde ich Wahnsinn, dass auch junge Leute immer noch sagen, dass sie diese Bilder lieben. Ich finde es sehr schön, dass die Fotos Menschen noch immer beeinflussen und inspirieren.

Was denken Sie, wo der Trend für Modefotografie in der Zukunft liegen wird?

Damals wurden die Bilder vorrangig für Zeitschriften kreiert und weniger für Social Media. Früher gab es dafür riesige Budgets – wenn ich einen Elefanten haben wollte, war am nächsten Tag einer da, kein Problem. Heute gibt es weniger Zeitschriften und die Lage ist allgemein schwieriger. Fast alles wird nur noch für Instagram produziert und der Content muss immer schneller sein. Dazu kommt noch AI – ich denke, das wird die größten Veränderungen hervorbringen. Ich bin eher dagegen, aber muss auch zugeben, dass es toll aussehen kann. Aber am Ende sollte immer noch ein Mensch dahinter sein. Ich hoffe, dass die künstliche Intelligenz nicht zu viel übernehmen wird.



Mehr Themen auf VOGUE.de:

LESEN SIE MEHR

Bill Kaulitz im VOGUE-Interview: "Ich habe mir von Heidi abgeschaut, einfach mit Make-up ins Bett zu gehen."

"Mehr ist mehr" lautet das Motto von Bill Kaulitz. Im Interview mit VOGUE verrät der Sänger, welche Beauty-Tricks er sich von Heidi Klum abschaut und welche seiner Frisuren er heute nicht mehr tragen würde.

VON LAURA BURGER

LESEN SIE MEHR

Tired-Girl-Look: Das ist der angesagte Grunge-Trend für den Herbst 2025

VON JEANNE BALLION

LESEN SIE MEHR

Fotograf Ari Versluis im Interview: "Selbst die Menschen, die sagen, Mode wäre ihnen egal, kommunizieren damit"

VON ANN-KATHRIN RIEDL

Interviews | Fotografie | Fotograf:innen

VOGUE LESE-EMPFEHLUNGEN

Luisa Gaffron, Coverstar des zweiten VOGUE-Austria-Specials, über die Untrennbarkeit von Kunst und Politik

VON ALEXANDRA BONDI DE ANTONI

Kann die Rückkehr von Strenesse helfen, Deutschlands Platz in der Modewelt zurückzuerobern?

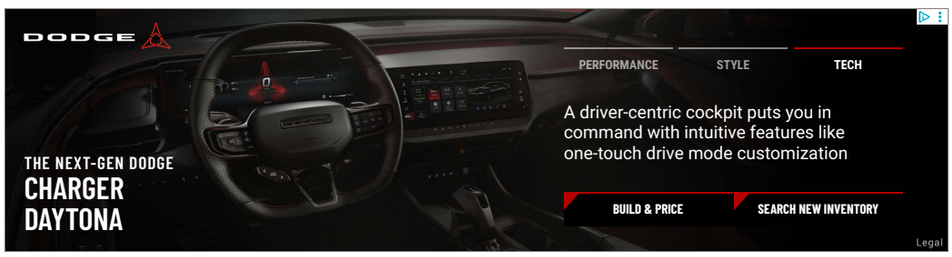
VON FATIMA NJOYA

Erika Mustermann wird 80: Drei Künstlerinnen interpretieren die Durchschnittsdeutsche zu ihrem…

VON KONSTANZE POPP

Édouard Louis über sein neues Buch: "Mein Bruder war homophob, misogyn und rassistisch"

VON LEILA HERRMANN



2025 Condé Nast Germany