

## KÜLT MARKA LEİCA FOTOĞRAF MAKİNESİNİN MARKA KONUMLANDIRMASI

Nüket GÜNDEŞ GÜZ<sup>1</sup>, Ş.Güzin ILICAK<sup>2</sup>

### Özet

Tüm dünyada 'kült marka' olarak bilinen Leica fotoğraf makinesinin marka konumlandırmasındaki başarısının incelenmesi amaçlanmıştır. Mitos (söylence) olma sürecinde markanın nasıl konumlandığı, bu konumlama alanının zaman içinde farklılaşan koşullara göre değişip değişmediği irdelenmiştir. Markanın bu bağlamda iletişim oluklarını kullanma biçimi ve kullanımlardan aldığı sonuçlarda, örnekler verilerek açıklanmıştır.

### Abstract

It was aimed to analyze the success of Leica's (worldwidely recognized as a 'cult brand') brand positioning. It's also about how the brand is positioned in the process of becoming a mythos(legend) and if the positioning field differs according to changing circumstances in time. The usage of communication guides and the results in this context is demonstrated with examples.

**Anahtar Kelimeler:** *Leica Fotoğraf Makinesi, Marka, Marka Konumlandırma, Leica Markası, Kült Marka*

‘Ramallah’ta sadece taş fırlatan çocuk göstermek isteyenler dijital kamera kullanır. Ancak bütün hikayenin resmini çekmek isteyen, orada neler olduğunu, çocuğun neden taş fırlattığını anlatmak isteyen Leica kullanır. Çünkü o sizinle daha içli dışlıdır

Gero Furchheim

### Giriş

‘Bazı fotoğraflarıma baktığımda kendi kendime ben bu adamı ya da kadını Tanrı’nın unuttuğu bir yerde buldum ve zaman ötesi bir şeyleri dondurdum diyorum. Bırakmadım, geçip gitmesine izin vermedim. Sanki özel bir an’ı onlar için yakalamak üzere oradaydım, sanki onlar beni seçmişlerdi.’ Boyner Holding’in Yönetim Kurulu Başkanı amatör fotoğrafçı Cem Boyner Leica fotoğraf makinesiyle çektiği fotoğraflardaki duygu yoğunluğunu bu anlatımla yansıtıyor. Amatör fotoğrafçıya, lise yıllarında armağan edilen bir Leica marka fotoğraf makinesi, an’ı yakalamak serüveninin en önemli yardımcısı olmuş.

Donmuş karelerle sokağın ruhunu yansıtan sokak fotoğrafçılığının babası Henri Cartier-Bresson ise ‘Leica benim gözümün uzantısıdır’ diyecek kadar Leica’yla kendini bütünleştirmiş, özdeşleştirmiş bir fotoğraf tutkunudur.

5 büyük savaş ve 50’ye yakın çatışmayla savaşın gerçeğini yansıtan profesyonel fotoğrafçı Andre Freidmann Capa’da ‘Eğer fotoğrafların yeterince iyi değilse, yeterince yakın değilse’ diyerek o dünyanın içine Leica fotoğraf makinesiyle girdiğini dostlarına her zaman altını çizerek anlatmıştır. Profesyonel ya da amatör ruhlu fotoğraf tutkunlarını aynı düşüncede birleştiren, bir mitosla yaşama duygusunu uyandıran, fotoğraf sanatını tarihini et-

<sup>1</sup>İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat Yönetimi Bölümü, 34156 Ataköy / İstanbul

<sup>2</sup>İstanbul Kültür Üniversitesi, İletişim Sanatları Bölümü, 34156 Ataköy / İstanbul

