



# LEICA M9 TITAN

Design: Walter de'Silva

# INHALT

## CONTENT | 目次

PROLOG   PROLOGUE   プロローグ	14
<b>DER DESIGNPROZESS   THE DESIGN PROCESS   そのデザインプロセス</b>	<b>20</b>
EINE IDEE NIMMT FORM AN UND REIFT ZUM PRODUKT	22
AN IDEA TAKES FORM AND REACHES MATURITY IN A PRODUCT	32
ある思想がフォルムを持ち、製品となって結実	38
<b>INTERVIEW   INTERVIEW   インタビュー</b>	<b>64</b>
WALTER DE'SILVA IM GESPRÄCH MIT PROF. PAOLO TUMMINELLI	66
WALTER DE'SILVA IN CONVERSATION WITH PROF. PAOLO TUMMINELLI	68
WALTER DE'SILVAがPAOLO TUMMINELLI教授との会話の中で	70
<b>EINE ANALYSE   AN ANALYSIS   ある分析</b>	<b>72</b>
DIE LEICA M9 TITAN IM KONTEXT DES SCHAFFENS VON WALTER DE'SILVA	75
THE LEICA M9 TITANIUM IN THE CONTEXT OF THE CREATIVE WORKS OF WALTER DE'SILVA	84
LEICA M9 TITANIUMをWALTER DE'SILVAの創造のコンテキストで	89
<b>TRAGEKONZEPT   CARRYING AND HOLDING CONCEPT   革新的な携帯コンセプト</b>	<b>94</b>
<b>TECHNISCHE DATEN   TECHNICAL DATA   技術仕様</b>	<b>98</b>

# LEICA M9 TITAN: DER DESIGNPROZESS

LEICA M9 TITANIUM: THE DESIGN PROCESS | LEICA M9 TITANIUM:そのデザインプロセス

Walter de’Silva ist Autodesigner. Das macht ihn frei in der Art und Weise der Annäherung an die Tradition der Leica M. Er ergründet ihre Ergonomie und ihren Charakter und erkundet die Möglichkeiten, die dem Ensemble aus Funktion, Form und Material innewohnen. Dann macht es Klick. Die Gedanken ordnen sich, die Vision wird konkret, und der Weg zu einer atemberaubenden Interpretation der Leica M9 ist geebnet. Eine Rekonstruktion der Stationen des kreativen Prozesses.

Walter de’Silva is an automobile designer. This gives him complete freedom in his approach to the tradition of the Leica M. He gets to the roots of its ergonomics and character, and investigates the inherent opportunities of this ensemble of form, function and materiality. Suddenly, it clicks. His thoughts fall into line, the vision becomes an envisaged reality, and the way is paved to a breathtaking reinterpretation of the Leica M9. A reiteration of the phases of the creative process.

Walter de’Silvaはカーデザイナー。そのことが、ライカMの伝統への自由な接近を可能にしている。彼はその人間工学とキャラクターの根源を追求し、機能、フォルム、マテリアルのアンサンブルに内在する可能性を察知した。そのとき彼の中できらめくものがあった。考えはまとまり、ビジョンは具体化された。そしてLeica M9の息をのむような解釈への道がここに拓かれた。それは創造的プロセスの諸相の再構築。

# LEICA M9 TITAN: DER DESIGNPROZESS

Eine Idee nimmt Form an und reift zum Produkt.

Am Anfang war das Wort: Design. Ein viel zu gern und leider viel zu häufig missbrauchter Begriff. Denn mit all den gefälligen Dingen, die alltäglich als Designobjekte oder gar als Kunst zum Kauf angeboten werden, will Design nichts zu tun haben. Design ist eine Disziplin des Denkens und des Handelns, die, lange bevor Markt und Marketing erfunden wurden, den Menschen half, neue Wege zu gehen, Neues zu gestalten. Design ist Motor des gesellschaftlichen Fortschritts. Design endet nie, es ist weniger ein Ergebnis als ein Prozess, den man weder genau planen, noch auf ein bestimmtes Ziel hin steuern kann. Design ist undisziplinierte Disziplin. Es balanciert in spannender Beziehung zu allen anderen Wissenschaften: Es bekämpft sie, spielt aber gern mit ihnen mit. Es gehört dazu und ist gleichzeitig unabhängig.

Ohne Unabhängigkeit wäre Design nicht in der Lage, seine Funktion auszuüben. Die Geschichte der Leica liefert ein wunderbares Beispiel. Die 1914 von Oskar Barnack konstruierte Kleinbildkamera für die Firma Leitz aus Wetzlar sollte lediglich als Belichtungsmesser für Filmaufnahmen dienen. Erst mit der Anwendung wurde dem Erfinder das Potenzial offenbar, das in dem ungewöhnlich handlichen Gerät steckte, und er entwickelte es konsequent weiter, bis daraus, nach zehn Jahren und einem Weltkrieg, die Leica I wurde. Dieses Modell markiert zugleich den Abschluss eines Forschungsstadiums, das von der Ur-Leica über die diversen Varianten der O-Serie reicht, und den Beginn einer bis zum heutigen Tag andauernden Entwicklung. Auch alle seit 1954 entstandenen Leica M-Modelle sind als Elemente eines Designprozesses zu betrachten, der bei Leica nie endet. Einen ganz besonderen Stellenwert hat die Leica M9 Titan. Wenn man die Kamera in den Händen trägt, ist es wichtig, dass man nicht nur ihre Gestaltung, ihre Qualität und ihren Wert fühlt, sondern auch, dass man die Gedanken, die Ideen, schließlich den kreativen Prozess nachvollzieht, die zu diesem Ergebnis geführt haben.

Hier eine Manufaktur, wo feinstes Wissen in erlesene Produkte umgewandelt wird, die für ein Publikum bestimmt sind, die deren spezielle Attribute zu schätzen

weiß. Dort der Designchef eines der größten Konzerne der Welt – ein Mann, der mit seinem Handeln den Absatz von Millionen Fahrzeugen mitverantwortet. Als im Frühling 2009 Walter de’Silva von Leica gefragt wird, das Design des neuesten Digitalmodells nach eigenem Gusto zu interpretieren, treffen Bedacht und Impuls aufeinander. Eine explosive Mischung. Weil aber beide ein Verständnis für Mechanisches, ein Gefühl für Ästhetisches und nicht zuletzt ein tiefer Respekt füreinander verbindet, kracht es nicht. Stattdessen gewinnt das Projekt eine Eigendynamik, die zu einem ebenso selbstverständlichen wie unerwarteten Ergebnis führen sollte.

So wie damals Oskar Barnack mit der Erfindung der Ur-Leica quasi zwei Fliegen auf einen Streich schlägt, so hat Leica auch mit dem Engagement von Walter de’Silva ein doppeltes Ziel vor Augen. Nicht nur will man wissen, wie ein erfahrener Automobildesigner sich das Design einer Kamera vorstellt, sondern er soll auch ein Produkt entwerfen, das gefertigt werden kann, wenn auch nur in limitierter Auflage. Die Idee ist ein „Concept Car auf Basis der Leica M9“. Entsprechend formuliert das Briefing, in die Zukunft der Leica M Serie zu schauen und dabei alle verfügbaren Fertigungstechnologien anzuwenden. Was mit der Begegnung zweier Welten an einem Frühlingstag des Jahres 2009 beginnt, ist nicht nur unter der Perspektive der Designpraxis ein höchst spannendes Experiment.

Dem ersten Date folgt ein kontrolliert kreatives Chaos. Dass Walter de’Silva kein Fotograf ist, spricht sowohl für als auch gegen ihn: Frei von Vorurteilen kann er sich dem Mythos Leica annähern, dabei muss er aber schnell eine Sensibilität für das Produkt entwickeln. Er bespricht das Projekt mit Wolfgang Egger, Simona Falcinella, Carsten Monnerjan und Mark Shipard in seinem Münchner Designbüro und lässt sich als allererstes ein einfaches Formmodell aus grauem Harz bauen, das er stets mit sich trägt und womit er zu spielen beginnt. Weil die Grundkonstruktion nicht verändert werden soll, muss er mit dem Package, wie man in der Automobilindustrie die technische Grundlage eines Fahrzeugs bezeichnet, zurechtkommen. Form und Dimension der Leica M9 sind etwas ganz Eigenes:

größer als irgendeine Kompaktkamera, handlicher als eine Spiegelreflexkamera. Das graue Block verlangt und verdient Aufmerksamkeit. Bald macht es zwischen den beiden Klick. Es ist der Beginn einer Liebesgeschichte.

Mittlerweile arbeitet Walter de’Silva an Variationen über das Thema Leica M9. Zu diesem Zeitpunkt ist die neue Kamera noch nicht auf dem Markt, die Designer können somit frei mit der Identität des künftigen Serienmodells, das auf der bekannten Leica M8 basiert, spielen. Daraus resultieren, in der plakativen Sprache de’Silvas, „drei Milliarden Skizzen“ und fast so viele Modelle. Experimentiert wird mit neuen Grundformen und dem Vorhaben, die Ergonomie der Kamera zu erforschen. Am Grundriss werden die Variationen deutlich erkennbar: Neben dem traditionellen, symmetrischen Profil werden drei neue Themen getestet. Zwei davon sehen die Einführung eines asymmetrisch vergrößerten Griiffs auf der Auslöser-Seite vor, im dritten wird dagegen versucht, das zylindrische Profil beidseitig zu vergrößern.

In diesem Stadium besonders interessant sind einerseits die Versuche, mit vollmetallischen, feinstrukturierten Oberflächen die Materialität der Kamera zu zelebrieren, andererseits beeindruckt die Absicht, durch eine grafische Akzentuierung des Kontrasts zwischen hellen und dunklen Oberflächen die traditionelle Trennung zwischen Front und Rücken zu überwinden. Zu diesem Zeitpunkt wirkt aber das Ergebnis, das jeden anderen Kamerahersteller glücklich machen würde, noch allzu beliebig.

Egal, wie fein und präzise die Arbeit der Designer ist – die Leica lässt nicht mit sich spielen. Zu stark ist ihre Identität, zu eigenartig ihre Gestaltung – die ein halbes Jahrhundert lang rein funktionalen Prinzipien folgte und dem technischen Entwicklungsstand stets untergeordnet wurde. Innerhalb derart fester Prinzipien sich vertretbare Freiräume zu schaffen, stellt selbst Walter de’Silva vor eine Herausforderung. Das kleine Objekt zeigt seine wahre Größe.

Nun liegt es an Walter de’Silva, Größe zu zeigen. Sich einer Marke hingeben zu können. Einerseits ihre Faszination zu erkennen, andererseits ihre Kraft zu dulden. Weder zuzulassen, dass Hochmut Markenwert zerstört, noch dass Demut Kreativität vernichtet. Das zeichnet einen großen Designer heute aus. Die Revolution im Konzept de’Silvas soll darin bestehen, dass es gar keine Revolution gibt. Alles soll so bleiben wie es ist, und trotzdem soll alles besser werden – nicht hübscher, sondern nach vier Prinzipien verbessert: ergonomischer, präziser, logischer, stringenter. Walter de’Silva legt zufrieden seinen gestalterischen Ansatz fest. Genau in diesem Moment finden zwei Große zueinander. Walter de’Silva steht vor der Leica – und lächelt.

In etlichen Abstimmungsgesprächen mit Leica werden technische Details diskutiert. Auch der Vorstandsvorsitzende der Volkswagen AG, Martin Winterkorn, findet Zeit, um mit Walter de’Silva den Entwicklungsstand zu besprechen. Er weist auf wichtige Details der Konstruktion hin – wen wundert es, promovierte Martin Winterkorn doch am Max-Planck-Institut für Metallforschung und leitete später die technische Entwicklung von Audi und Volkswagen.

Dem unerfahrenen Betrachter könnte es nach dieser Parade von Möglichkeiten leicht schwindelig werden. Was ist nun besser? Im Automobildesign ist es üblich, nachdem man sich für eine gestalterische Strategie entschieden hat, diese in verschiedene Designlösungen zu deklinieren – mal bedachter, mal radikaler. Bevor man das endgültige Design verabschiedet, werden von einem und demselben Automobil, detailgetreu und im vollem Ausmaß glänzend, mehrere Versuchsmodelle gebaut und intern evaluiert. Häufig sind es nur kleine Details, die den Unterschied ausmachen, viele davon können beliebig kombiniert werden, jedes erfordert eine wohl überlegte Entscheidung. Denn von der richtigen Wahl hängt die finale Qualität des Designs ab.

Zum Jahresende 2009 erfolgt die Präsentation des Projekts gegenüber Leica. Nicht zufällig in Ingolstadt, der Heimat jener Marke des Volkswagen-Konzerns, für die Walter de’Silva nach eigener Einschätzung sein – bisher – schönstes Automobil entworfen hat. Wie ein neues Automobil wird die Leica M9 Titan bei Audi inszeniert: eine Ehre, die kaum einem anderen Fotoapparat jemals zuteil geworden sein dürfte. Der Moment ist besonders wichtig: Hier endet eine faszinierende Entdeckungsreise. Das Projekt geht in seine wichtigste und längste Phase.

Die Leica M9 hat ihren großen Charme auf den Designer ausgeübt, einmal wieder denkt er über die Prinzipien seines Tuns nach: Ergonomie, Präzision, Logik, Stringenz. Einmal wieder wird ihm klar, dass eine Weiterentwicklung des Designs mehr als nur die Oberfläche ankratzen muss. Frei von einem ästhetischen Urteil gilt das Design der Leica M, sofern man für Leica diesen Begriff überhaupt anwenden kann, als perfekt. Wie kann de’Silva die Leica M9 noch perfekter machen? Nur indem es ihm gelingt, ihre Einfachheit zu maximieren und ihre Handhabung weiter zu verbessern. Bisher hat er die Konstruktion und die Ausstattung der Kamera nicht in Frage gestellt. Nun stellt er sich zu jedem Detail Fragen, und er fragt die Leica-Ingenieure: Wozu ist was? Kann es auch anders gehen? Das sind die wichtigsten Fragen im Design, dieselben, die sich Oskar Barnack 1914 stellte.

Und dann, wie es zu Beginn einfach Klick machte, passiert es noch einmal. De’Silva betrachtet noch einmal den roten Punkt: das eingravierte Leica-Logo. Eine Ikone, die er mag. Denn als Automobilmensch liebt er es, seine Entwürfe, wenn sie vollendet sind, mit einem stillvollen Wappen zu schmücken. Wie der Duft einer Marke sein Inspirationsprinzip ist, so vervollständigt ein glänzendes Markenzeichen seine Arbeit. Also fragt er sich, wieso das Wappen der Leica M9 nicht in eine Achse mit dem Objektiv gesetzt werden kann. Weil dort seit 1954 das Beleuchtungsfenster steht, lautet die Antwort. Damit nicht zufrieden, fragt er nach, ob man sich nach über 50 Jahren nicht eine andere Lösung vorstellen könnte.

Ein gewöhnlicher Ingenieur würde eine solche Designerfrage mit einem glatten Nein beantworten: Es geht nicht. Nicht so die Konstrukteure bei Leica: Es ginge, lautet ihre Antwort, wenn man mit einer künstlichen Lichtquelle den Sucher beleuchten würde. Nach kurzer Erprobungszeit steht eine Lösung parat: Ein in die Deckkappe integrierter Mikroscheinwerfer aus Licht emittierenden Dioden macht das mittlere Fenster überflüssig und Platz für das Logo frei. Walter de’Silva gelingt eine wichtige Vereinfachung des Kameradesigns und die sichtbarste Design-evolution seit Einführung der Leica M3.



## Konzept 1 | Concept 1 | コンセプト1

Ein Schwung, der die Ebenen der Deckkappe verbindet, bringt Plastizität ins Spiel, ohne die Grundstruktur zu verändern.  
A graceful curve connecting the two levels of the top deck brings three-dimensionality without alteration of the fundamental structure. | トップカバーのレベルの違いを連絡する曲線が、可塑性を利用して基本構造の変更を回避。



## Konzept 2 | Concept 2 | コンセプト2

Kleines Detail, große Wirkung: Die Tragriemenöse ist zur Maximierung der Oberflächenglattheit in den Body integriert.

Small detail, enormous effect: The strap lug is integrated into the body to maximize the body's superficial smoothness. | 小さなディテールで大きな効果:表面を限りなくフラットにするために、ストラップの留め金をボディーと一体化。



## Konzept 3 | Concept 3 | コンセプト3

Das Thema Asymmetrie gewinnt an Relevanz: Die rechte Gehäusesseite wird als tragende Säule aus Metall konzipiert.

The concept of asymmetry gains relevance: The right end of the body is conceived as a supporting pillar in metal. | 左右非対称というテーマが重要性を獲得:右のボディーサイドを金属の柱として構想。



#### Konzept 4 | Concept 4 | コンセプト4

Eine Oberfläche komplett aus glattem Metall mit Betonung der Horizontalen durch eine dünne polierte Aluminiumplatte.

A surface composed entirely of smooth metal, with a horizontal emphasis enhanced by a thin plate of polished aluminum. | すべて、滑らかな金属でできた表面が、薄い金属の肌を活かしたアルミプレートにより水平の線を強調。



#### Konzept 5 | Concept 5 | コンセプト5

Eine Metallhaut umschließt die Kamera und verleiht ihr Monoblockcharakter, die Gestaltungselemente sind minimiert.

A metal skin enfolds the camera to lend it a monobloc character, the design elements are minimized. | 金属の外皮がカメラを包み、それに一体鑄造の性格を与えている。デザインの要素は最小限に抑えられている。

## LEICA M9 TITANIUM: THE DESIGN PROCESS

An idea takes form and reaches maturity in a product.

In the beginning was the word: Design. A much loved and, unfortunately, much too frequently misused expression. Because design has little to do with all the pleasing things of everyday life sold as design objects, or even as art. Design is an intellectual and active discipline that was invented long before markets and marketing and helped people to tread new paths and create something new. Design is the motor that drives social progress. Design never ends; it is less of a result than a process that can be neither precisely planned, nor steered towards a particular target. Design is an undisciplined discipline. It balances in an exciting relationship with all other sciences: It battles against them, yet loves to play in their game. It is a part of it all, yet simultaneously retains its independence.

Without this independence, design would be unable to fulfill its function. The history of the Leica is a wonderful example of this. The 35 mm camera constructed for Leitz, the company from Wetzlar, by Oskar Barnack in 1914 was actually only intended to be an exposure meter for movie film. The potentials of this extraordinarily handy device first became obvious to its inventor during use, so he developed the idea further until, after 10 years and a world war, the Leica I saw the light of day. This model simultaneously marked the completion of a research and development phase that led from the Ur-Leica prototype to the O-series and, ultimately, the beginning of a development process that continues today. All the Leica M models constructed since 1954 must also be considered to be parts of a perpetual Leica design process. The Leica M9 Titanium occupies an extremely significant place in this process. When you take the camera in your hands, it is not only important to perceive its design, quality and value, but also that you comprehend the thoughts, ideas and, ultimately, the creative process that have gone into its making.

On the one hand, a manufacturer with the ability to transform superior expertise into exquisite products for an audience that truly appreciates their special attributes. On the other, the chief designer of one of the world's leading companies –

a man whose hands and creative mind are instrumental in the sales of millions of automobiles. When Leica approached Walter de’Silva in spring 2009 with the idea of interpreting the design of the latest digital model as he saw fit, careful thought encountered impulsive creativity. An explosive formula. However, as both possess a comprehension of the mechanical, a feeling for the esthetic and, not least, a deep respect for one another, the possible explosion never took place. Instead, the project gathered a unique momentum that was to lead to an extraordinary and equally unexpected result.

In the same way that Oskar Barnack killed two birds with one stone with his invention of the Ur-Leica so many years ago, Leica’s engagement of Walter de’Silva similarly had two objectives in mind. Not simply the fascination of discovering how an experienced automobile designer envisages the design of a camera, but also the realization of a product that can actually be built, albeit in a very limited edition. The idea is a “concept car based on the Leica M9”. Correspondingly, the concept brief formulates the need to look into the future of the Leica M line of cameras and the use of all available manufacturing technologies. What began with the meeting of two worlds on a spring day in 2009 is an immensely exciting experiment, and not only from the standpoint of practical design.

The first encounter was followed by creative but controlled chaos. The fact that Walter de’Silva is no photographer is both a positive and a negative aspect: It means he can approach the Leica legend without any preconceptions while simultaneously rapidly developing a sensitivity for the products. He discusses the project with Wolfgang Egger, Simona Falcinella, Carsten Monnerjan, and Mark Shipard in his Munich design studio and, as a first step, has a simple mock-up model in grey cast resin built that he can constantly carry around and play with. As the basic construction may not be altered, he must make do with the package, as the technical basis of vehicles is called in the automobile industry. The shape and dimensions of the Leica M9 are quite unique: Larger than a typical compact

and handier than an SLR. The grey block demands and deserves his attention. They soon found common ground. And the love story began.

In the meantime, Walter de’Silva worked on variations on the theme of the Leica M9. At this point in time, the new camera had not yet been launched, so the designers could play around to their heart’s content with the identity of the future production model based on the familiar Leica M8. In the distinctive parlance of Walter de’Silva, the consequences were “three billion sketches” and almost as many models. The team experimented with new basic forms and got to the bottom of the camera’s ergonomics. On the drawing board, the variations were clearly visible: Three new design proposals were tested alongside the traditional, symmetrical profile. Two of these involved the inclusion of an enlarged, asymmetrical handgrip on the release button end, while the third proposed the enlargement of the cylindrical profile on both ends.

Particularly interesting at this stage were experiments in celebrating the materiality of the camera by means of all-metal, finely-structured surface finishes on the one hand and, on the other hand, the intention of overcoming the traditional dichotomy between front and back through graphic accentuation of the contrasts between light and dark elements. However, the results at this point, although a glorious sight for any other camera manufacturer, remained rather run-of-the-mill for a company such as Leica.

No matter how fine and precise the designers’ work may be, the Leica M is not particularly open to adventures. Its identity is too overwhelming, its established style is too unique – a style that has followed purely functional principles for half a century and has always taken second place to technical criteria. The creation of acceptable room for change in the face of such rigid principles is a challenge – even for designers of the caliber of Walter de’Silva. In this way, the small object reveals its true greatness.

So now, it’s up to Walter de’Silva to show equanimity. To surrender to a brand. To recognize and comprehend its fascination while simultaneously tolerating its greatness. Neither to permit pride to decimate established brand value, nor allow humility to destroy creativity. That is the sign of today’s greatest designers. The revolutionary aspect of de’Silva’s concept must be the fact that no revolution takes place. Everything must remain as it was, but everything must be better – not prettier, but improved in line with four principles: More ergonomic, more precise, more logical, and more stringent. At the very same moment, two greats meet. Walter de’Silva stands in front of the Leica and smiles.

The technical details are discussed with Leica at innumerable coordination sessions. Even Martin Winterkorn, the Chief Executive Officer of Volkswagen AG, finds time to discuss the progress with Walter de’Silva. He points out the essential details of the construction – no wonder, as Martin Winterkorn is a graduate of the Max Planck Institute for Metallurgy and later headed the technical development division at Audi and Volkswagen.



The five concepts entering the finals deserve an individual mention here.

**CONCEPT 1** is the closest to the original. A trained eye will notice the slight doming of the top deck and the ends. A graceful curve connects the two levels of the top and all unevenness is gently subdued. The ensemble appears more sculpted, but without any changes to the fundamental geometries. Quite the opposite, the leathering in a contrasting color emphasizes the classical, horizontal aspect of the Leica M series. The effect of de’Silva’s concept is refreshingly new, particularly in the version in micrometallic grey with red leathering.

**CONCEPT 2** abides strictly by the basic form, although the details are taken a decisive step further. De’Silva maximizes the smoothness of all surfaces: Instead of leather, the covering trim is now a flush inlay that allows the use of a variety of materials, such as carbon fiber. The impression that the camera is ensconced in a full-metal skin is highlighted by the engraving in typical Leica precision on the top deck. Here, a small detail makes the greatest difference: The mounting points for the camera strap are now invisibly integrated into the shell.

**CONCEPT 3** leads in the asymmetrical idea. In fact, de’Silva thought about the design of the Leica M9 and feels that it possesses an inherent asymmetry: The lens, the viewfinder, the bright-line illuminator, and the rangefinder windows are all positioned strictly according to technical dictates. He attempts to emphasize the excitement of this intrinsic feature by the creation of a bas-relief for the leathering that protects the camera on three sides. Sculpted from raw, smooth metal, the grip now dominates the overall composition. Another solution for the strap mounting points is suggested, once again as a bas-relief that integrates them invisibly into the camera body.

In **CONCEPT 4**, the designer plays with the form to create a classic-decorative design solution. The entire body shell is now in smooth metal throughout, whereby, in an esthetic analogy to the black and vulcanite version of the production model, it now appears resplendent in a single color: Either pure black or micrometallic grey. A thin plate in polished aluminum, inset between the body and the top deck, highlights the unique character of the construction. The surface finish serves as camouflage for the radical redesigning of the right-hand end. The slightly domed surfaces enhance the grip, while a blister extending from base to top illustrates the basic ergonomic principle.

**CONCEPT 5** goes by the name of “The Shell”. This is understood as a shell that embraces the camera body. This means that the familiar horizontal partitioning of the camera into base, body, and top deck is left behind. Only a lightly tapered blister remains to remind us of the original form: The Leica M9 now possesses monobloc character and appears to be cast in a single piece. From the outline, it can be noted in passing that the cylindrical cross section of the ends has been revised, and that the connection between the two parts of the shell has been sensibly re-devised as a mounting solution for the strap. To whatever degree this solution unnecessarily modifies the camera construction, it does however achieve the aim of reducing the elements of its design to a minimum.

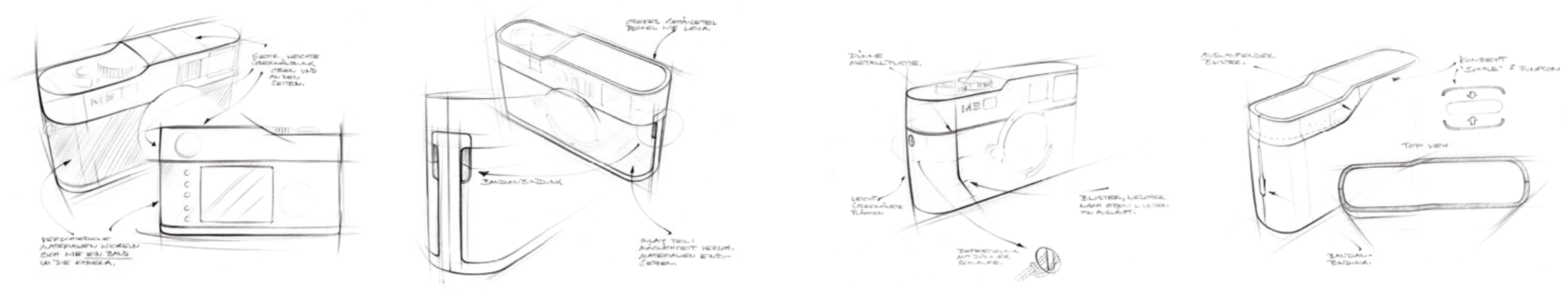
An inexperienced observer may feel dizzy after viewing this array of possibilities. What is then, in fact, objectively better? In the world of automobile design, after the acceptance of a design strategy, it is usual to decline the basic strategy in a series of design solutions – some diluted, some more radical. Before the final decision is made, several prototype models of one and the same vehicle are constructed in full-size, with every detail and resplendent in every way for in-house evaluation. Frequently, it is only the small details that make the difference. Many of these may be combined in many ways, and each requires a carefully considered decision – because, the ultimate quality of the design depends on the correct choice.

The presentation of the project to Leica took place at the end of 2009. By no means by chance in Ingolstadt, the home of Audi, the Volkswagen premium brand for which Walter de’Silva, in his own opinion, designed his – so far – most beautiful car. Just like a new car, the Leica M9 Titanium was dramatically presented by Audi: An honor that probably no other camera has ever experienced in this form. The moment is always decisive: The end of a fascinating journey into the unknown. The project enters its final and longest phase.

The immense charm of the Leica M9 has cast its spell over the designer. Once more, he lets the principles of what he has done run through his mind: Ergonomics, precision, logic, stringency. It is still clear to him that the development of this design means much more than just scratching the surface. Free from any esthetic judgment, the design of the Leica M, insofar as the term can be used in this context, is perfection itself. How can de’Silva improve the perfection of the Leica M9? Only when he succeeds in maximizing its simplicity and further improving its handling. So far, he has not questioned the camera’s construction and features. Now, he begins to question every detail and consults the Leica engineers: What does what? Can it be done in any other way? These are the essential questions of design, and the same questions Oskar Barnack asked himself in 1914.

And then, just like it clicked at the beginning, it happened again. De’Silva took another look at the red dot: The engraved Leica logo. He likes this icon because, as a man of automobiles, he loves to see his completed designs graced by a stylish and elegant badge. Just like the essence of a brand that is his inspiration, a bright and shining brand logo represents the ultimate completion of his work. So, he asks himself, why can’t the badge of the Leica M9 be set on the same axis as its lens. The answer – because that is where the window for illuminating the bright-line frames has been since 1954. Dissatisfied with this answer, he asks if after more than 50 years it might not be time to envisage a different kind of solution.

A typical engineer would answer a design question like that with a flat no: Can’t be done. But the constructors at Leica are another breed: It can be done, was the answer, if we illuminate the viewfinder frames with an artificial light source. After a short period of testing, the solution is at hand: An LED micro-spotlight integrated in the top deck removes the need for the window and makes room for the logo. Walter de’Silva succeeds in creating a significant simplification of the camera’s design and the most visible design revolution since the launch of the Leica M3.



In „drei Milliarden Skizzen“ erforscht Walter de'Silva jedes Detail der zukünftigen Leica M9 Titan.

Walter de'Silva investigates each detail of the evolving Leica M9 Titanium in "three billion sketches". | 「三十億のスケッチ」の中でWalter de'Silvaは、やがて製品化されるLeica M9 Titaniumの各ディテールを探求。

Themen und Konzepte kristallisieren sich heraus, werden wieder verworfen oder bis zur Perfektion ausgearbeitet.

Themes and concepts crystallize out, are discarded again or elaborated until perfect. | テーマとコンセプトが結晶化すると、それをさらに煮詰め、完璧になるまで作業は続けられる。





ファイナルには五つのコンセプトが残った。それを一つずつ説明したい。

コンセプト1は、シリーズモデルに最も近い。研ぎ澄まされた目があれば、トップカバーと側面の軽い湾曲構造が見えるはず。一つの弧が上部の二つのレベルを結びつけ、平坦でない部分はすべてソフトに取り除かれている。このアンサンブルは彫塑的なものであり、基本的なラインを変更する必要がない。反対に、コントラストカラーのレザーカバーが、Mシリーズのクラシックな水平性を主張している。特にマイクロメタリック・グレーとレッドのレザーカバーを使った亜種では、de`Silvaのコンセプトはフレッシュな印象を放っている。

コンセプト2は、基本形への首尾一貫した忠誠を崩していないが、ディテールで決定的な一歩を踏み出している。de`Silvaは上面の平坦性を最大化している。つまりレザー張りの代わりに平面的なインレイが見られるが、これはさまざまな素材、例えばカーボンファイバーの使用を可能にしている。カメラがソリッドな金属製の外皮で覆われているという印象は、ライカの特徴となっている精密さを備えた上部ボディパーツの彫り込みによって強調されている。ここでは細部が大きな違いを出している。サイドのストラップ接続部がフォルムに完全に一体化されているのだ。

コンセプト3は、左右非対称というテーマを使っている。de`Silvaは、M9デザインがそれ自体、非対称であるということ深く考察している。つまりレンズ、ファインダーの窓、発光機、距離計のすべての機能要素が、厳格に技術的原理によって配置されている。彼はバスレーフを使って、この緊張感を強調しようと試みている。これはカメラを三つの側面で保護しているレザーのために窪みとして機能する。光沢がありフラットな金属を彫琢すると、グリップだけが全体構造を支配するようになる。またストラップ接続部のために新たな方法を提案している。やはりバスレーフとして処理され、カメラのボディにシームレスに統合されている。



コンセプト4では、デザイナーはフォルムをいじっており、クラシックな装飾的デザイン手法を持ち込んでいる。ボディ全体は、滑らかな金属でできており、美的な面でシリーズモデルの黒色火山岩バージョンへの接近を試み、ユニークな色使いで輝きを与えている。完全にブラックにするか、マイクロメタリック・グレーを採用するかに選択の余地がある。構造的特殊性を強調するために、ボディとトップカバーの間に金属の肌を生かしたアルミニウムの薄板を使用している。表面の処理は、右サイドのラディカルな変容のカムフラージュとしての機能を持っている。軽く弧を描いた表面はグリップを改善するが、その一方で上下に走るプリスターは人間工学的な基本理念を強調している。

最後のコンセプトは、シャレードと名づけられている。これは、カメラボディの外皮となる金属の外殻と理解されるべきだ。それによってカメラには付き物のボトム、ボディ、トップカバーという水平分割が放棄されている。わずかに感じられるプリスターのみが、原構造のなごり留めている。こうしてM9は、一体鑄造の性格を獲得し、一つの鑄塊のような印象を与えている。見取り図では、その他に、側壁のシリンダーのプロフィールに手が増えられており、また両方の表皮パーツがストラップ接続部の機能を備えるように工夫されているのがわかる。このプランは、カメラの構造を不用意に変更することを回避しようとしており、デザインの要素を最小限に抑制するという目標を達成している。



経験の浅い観察者には、このように並べ立てられた後では、たくさんの可能性のために軽い眩暈を覚えることがあるかもしれない。ではいったい、何がベターな選択なのか？ カーデザインでは、デザイン上の戦略を決定した後に、それにさまざまなデザインのオプションを与えるというのが普通だ。例えばより慎重になったり、よりラディカルになったりと。最終的デザインを決定する前に、一つの自動車から、ディテールを忠実に再現し、フルスケールで輝く、複数の実験モデルが内部で評価される。ほんの小さなディテールの違いでも、違った印象を与えることは珍しくなく、そのようなものの多くは、任意にコンビネーションされる。そしてどんなものであれ、計算し尽くされた上での決断を必要とする。それは、デザインの最終的なクオリティは、適切な選択に左右されるからだ。

2009年末には、ライカに対してプロジェクトのプレゼンテーションが行われた。それがインゴールシュタットで行われたのは偶然ではない。ここはVolkswagenグループが誇るブランドの故郷であり、Walter de`Silvaはこの企業のために、彼の評価によれば、これまでで最も美しい自動車をデザインしてきたのだ。新しい自動車と同様、Leica M9 TitaniumはAudiで演出されている。これは、他の写真機には、これまで味わうことの許されなかった栄誉なのだ。この瞬間は非常に重要である。つまり魅惑的な探検の旅はここに終わったのだ。そしてこのプロジェクトは、最も重要で、最も長い段階へと歩みを進める。

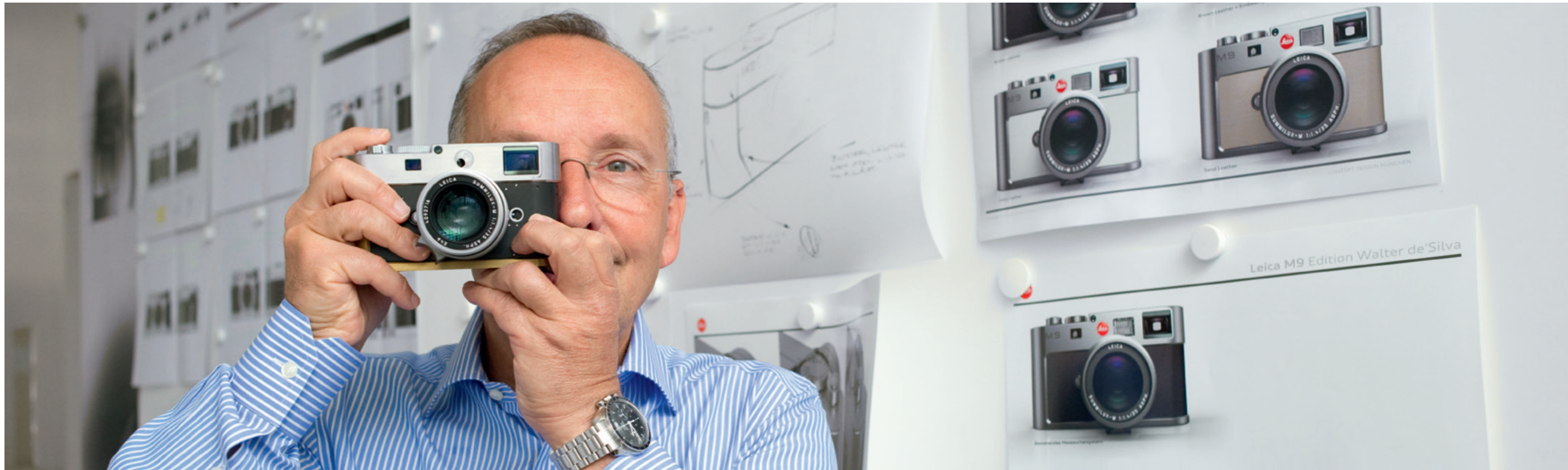
Leica M9は、その大いなる魅力でこのデザイナーを魅了したが、今度は、彼が自分の行為の原理について熟考する番となる。それは人間工学、精度、論理、説得力。そのデザインの再構築とは、表面を多少いじる程度では済まされないという認識を彼は持った。ライカMのデザインは、このデザインという概念をライカに適用できる限りにおいて、美的判断とは無関係に完璧なものとみなされているのだ。その完璧なLeica M9をde`Silvaはどうやってさらに完璧なものにできるのか。それは、そのシンプルさを最大化し、その操作性をいっそう改善することと同義なのだ。これまで彼は、このカメラの構造と装備に疑問を呈したことはなかった。今やそのディテールを問題とし、彼はライカの技術陣に次のような質問を投げかけた。何が何のために？ 他の選択肢はあり得ないのか？と。これはデザイン



において非常に重要な問題であり、オスカー・バルナックが1914年に立てた問題と同じものだ。

そして、はじめに単純にカチッと来たように、もう一度それが起こったのだ。de`Silvaはもう一度、その赤いポイント、つまり刻み込まれたライカのロゴに目を向けた。これは彼の好きなシンボルだ。なぜなら自動車人である彼は、自分のデザインを、それが完成した瞬間には、スタイリッシュな紋章で飾るのを好むからだ。ブランドの香気が彼のインスピレーション原理になっているのと同様に、光り輝くブランドマークが彼の仕事を完成させる。したがって彼は自問する。なぜM9の紋章は、レンズの軸上に置かれていないのだろうか。その答えは、1954年以来、発光機の窓がそこにあったから。しかし彼はその答えに満足せず、あれから50年以上たった今、他の解決策は考えられないのかと問いただしてみた。

普通の技術者だったら、その類のデザイン上の質問には、それは不可能です、と簡単に否定することだろう。しかしライカの製作者は、そんな単純な技術者ではなかった。その答えはこうだった。もし人工光源でファインダーを照らすことができたら、それも可能だ、と。短い実験期間が過ぎると、一つの解決策が出された。発光ダイオードを備えたマイクロ発光機をトップカバーに統合すれば、中心部にある窓は不要になり、そこにロゴをつける場所が確保できる。Walter de`Silvaは、カメラデザインの大きな単純化に成功し、M3の導入以来最大のデザイン革命を成し遂げた。



Walter de'Silva legte besonderes Augenmerk auf die Perfektionierung der Frontansicht der Leica M9.  
Walter de'Silva paid particular attention to perfecting the frontal aspect of the Leica M9 Titanium. | Leica M9 Titaniumのフロントのルックスを完璧なものにすることにWalter de'Silvaは拘った。



„Zu Beginn haben wir Dutzende von Modellen entworfen, auf der Suche nach der Grenze zwischen Identität und Evolution.“  
 “At the start of the project, we developed dozens of models in the search for the boundary between identity and evolution.” | 「まず私たちは数ダース分のモデルをデザインしました。アイデンティティと進化の境界を求めてね」



„Schnell wurde klar, dass weder Grundform noch Geist der  
 Leica M9 zur Disposition gestellt werden dürfen.“  
 “It was pretty soon clear that the Leica M9 would not be making  
 itself available in terms of either its basic form or its spirit.”  
 「Leica M9の基本フォルムも、その精神も、意のままになるも  
 のは何もないということがすぐに明らかになりました」



„Wir haben jedes Detail analysiert und versucht, alles wieder so zu komponieren, dass jene Disharmonien, die in einem von der Technik geprägten Produkt unvermeidbar sind, minimiert werden.“

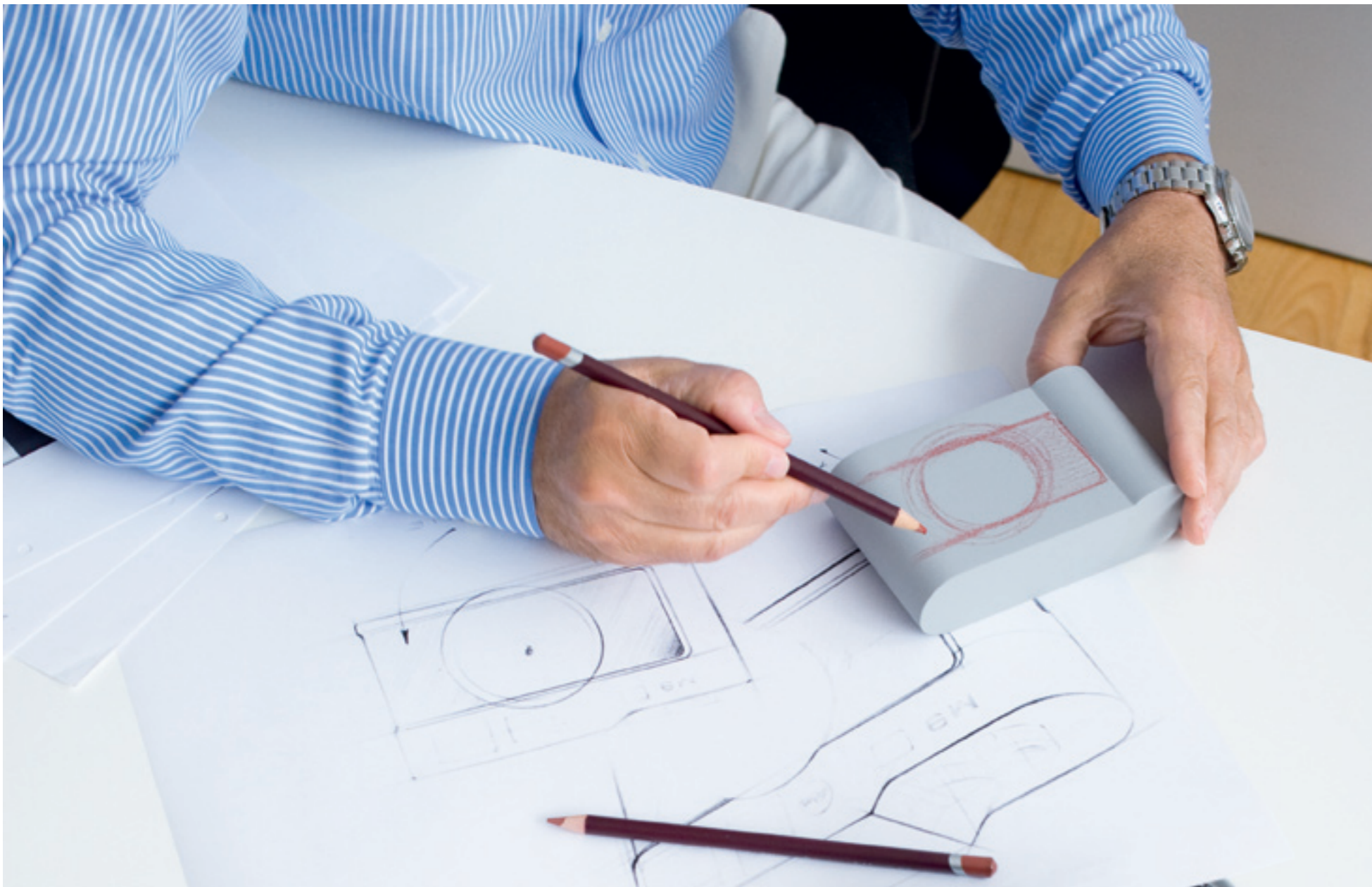
“Without touching the fundamental form, we analyzed every part and detail and attempted to recompose everything in a way that minimizes the disharmonies unavoidable in a product defined by technology.”

「私たちは、すべてのディテールを分析し、技術を特徴とする製品では避けられない不協和音を最小限に抑制できるように再構築を試みました」



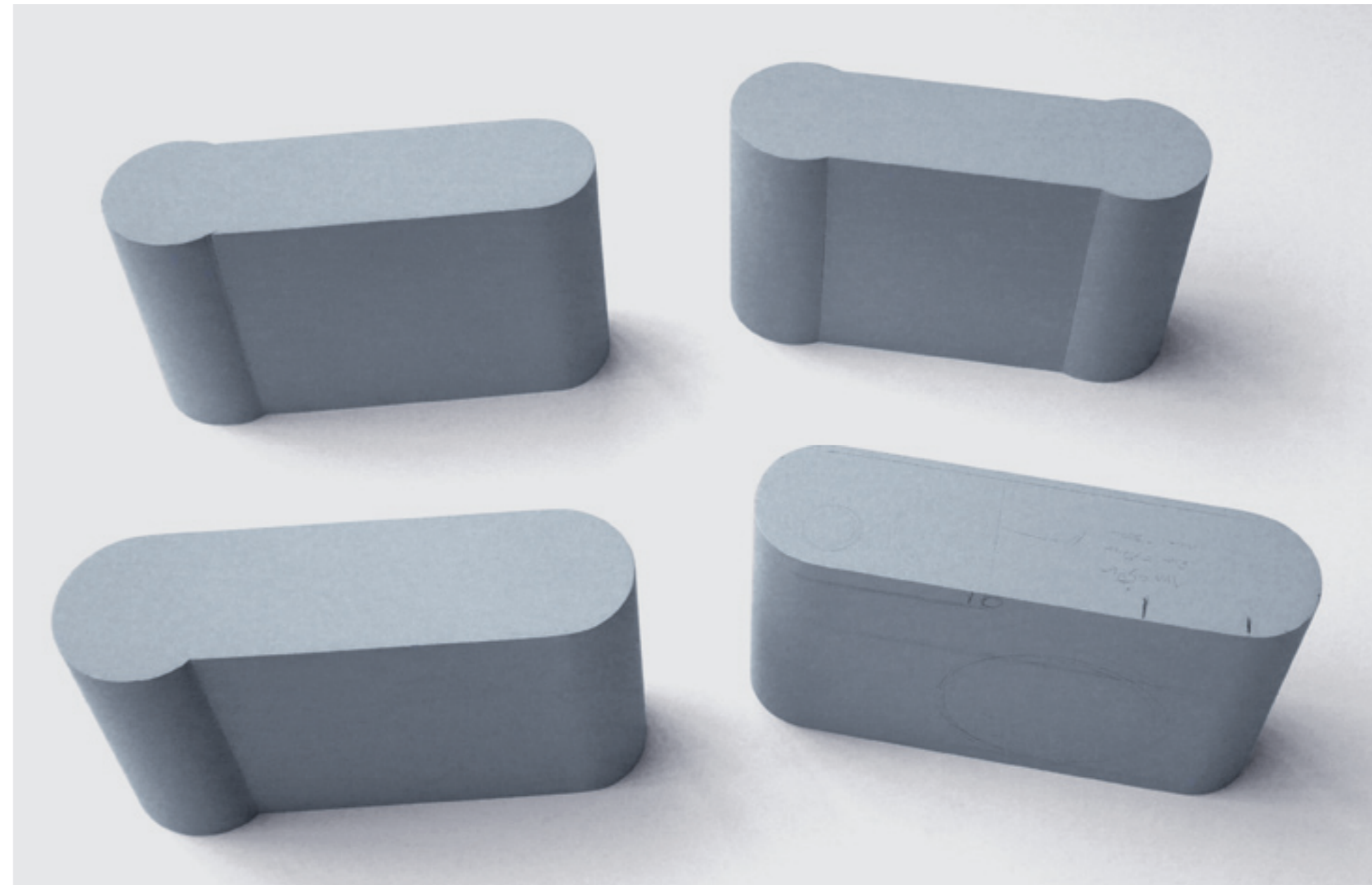
„Das besondere Erbe von Leica war uns ebenso eine Inspirationsquelle wie unsere Innovationskraft im Automobildesign.“

“Here, the unique heritage of the Leica was a source of inspiration equal to that of our innovative powers in automobile design.” | 「ライカの特別な遺産は、私たちのカーデザインでのイノベーションに匹敵するインスピレーションの源泉でした」



Um kreative Konfrontation mit der Spannung zwischen Form und Funktion geht es im Auto- wie im Kameradesign.

The creative confrontation with the exciting relationships between form and function applies equally to automobile and camera design. | カーデザインでもカメラデザインでも、フォルムと機能の緊張関係にクリエイティブに向き合うことが重要。



„Zunächst habe ich mir ein Formmodell bauen lassen. Damit habe ich gespielt, bis ich mich in das Objekt verliebt habe.“

"I first had a mock-up model of the Leica M9 built. Then I played with it until I fell in love with the thing." | 「私はまず、自家用に形状モデルを作らせました。そしてその対象物に惚れ込むまで、もてあそびました」





„Ich wollte die Menschen ermutigen, diese so wertvolle Kamera immer mit sich zu tragen, sie täglich zu nutzen ...“  
 "I wanted to motivate people to carry this so valuable camera with them at all times and use it on an everyday basis ..." | 「私は、人がこの価値あるカメラをいつも持ち歩き、毎日使うように仕向けたかったのです..」

„... So kam die Idee der Fingerschleife und des Schulterholsters, denen wir genauso viel Aufmerksamkeit geschenkt haben wie dem Design der Kamera selbst.“  
 "... This brought up the idea of the finger loop and the shoulder holster we paid just as much attention to as the design of the camera itself."  
 「..そうしてフィンガーループとショルダーホルスターの発想が浮かびました。ここにはカメラのデザインと同じだけ神経を使いました」





„Für mich repräsentiert das Projekt Leica M9 Titan eine faszinierende Entdeckungsreise in einen deutschen Industrie-Mythos.“  
 "For me, the Leica M9 Titanium project represents a fascinating exploration of a German engineering legend." | 「私にとってこのLeica M9 Titaniumプロジェクトは、ドイツの産業神話への心躍る発見の旅です」



Simona Falcinella schlägt Walter de'Silva Ledervarianten vor. Seit der Zeit bei Alfa Romeo arbeiten die beiden zusammen.  
 Simona Falcinella suggests leather styles to Walter de'Silva. The two have worked together since their time at Alfa Romeo. | Simona Falcinellaは、Walter de'Silvaにレザーのバリエーションを提案。二人はAlfa Romeo時代から作業をともにしてきた。



Frühe Entwürfe der Leica M9 Titan, allesamt noch mit Beleuchtungsfenster.

Early prototypes of the Leica M9 Titanium, all still featuring the bright-line illuminator window. | Leica M9 Titaniumの初期の構想、どれにもまだ発光機の窓がついている。



„Auf Anhieb störte mich die Platzierung des Leica Logos: Weder schön zentriert, noch richtig asymmetrisch“, sagt Walter de’Silva. Für die Lösung dieses Designproblems entwickelten Leicas Ingenieure eine Idee: Anstelle des traditionellen Beleuchtungsfensters sollten LEDs im Innern des Gehäuses ...

“I was immediately bothered by the position of the Leica badge: Neither nicely centered, nor properly asymmetrical”, said Walter de’Silva. Leica’s engineers worked out an idea for the solution of this design problem: The installation of LEDs inside the body as an alternative to the traditional illuminator window ...  
「一目見て、ライカのロゴの位置が引っかかりました。つまりきれいにセンタリングされていませんし、非対称というわけでもない」とWalter de’Silvaは言う。このデザイン上の問題を解決するのにライカの技術陣は一つのアイデアを押し出した。これまでの発光機の窓の代わりにLEDをボディに内蔵したら...

... für die Illumination der Leuchtrahmen sorgen – „eine echte Innovation und konsequente Vereinfachung des Leica M9 Designs.“ In permanentem Austausch mit den Designexperten von Audi, Mark Shipard und Carsten Monnerjan (von rechts), setzte das Projektteam von Leica dieses Konzept in die Tat um. Von links: Dipl. Ing. Siegfried Möller (Projektleiter), Dipl. Ing. Oliver Zielberg (Kamera-Entwicklung), Ingrid Hönigsmied (Produktmanagerin Accessoires und Verpackungen), Stefan Daniel (Bereichsleitung Produktmanagement). Nicht im Bild: Andreas Schwarz (Optikentwicklung), Björn Dietzler (Produktmanager Sonderserien).

... for the bright-line frames – “a real innovation and a decisive simplification of the Leica M9’s design“. In a constant exchange with the Audi design specialists, Mark Shipard and Carsten Monnerjan (from right to left), the Leica project team transformed the concept into reality. From left to right: Dipl. Ing. Siegfried Möller (Project Manager), Dipl. Ing. Oliver Zielberg (Camera Development), Ingrid Hönigsmied (Product Manager Accessories and Packaging), Stefan Daniel (Director Product Management). Not shown here: Andreas Schwarz (Optical Development), Björn Dietzler (Product Manager Special Editions).

..ブライトフレームの照明が可能になる。「Leica M9デザインの真のイノベーションにして一貫した単純化」。Audiのデザインエキスパート(右から:Mark Shipard, Carsten Monnerjan)との間で行われた度重なる意見交換の中で、ライカのプロジェクトチームはこのコンセプトを実行に移した。左から:Siegfried Möller(Leica M9 Titanシニアプロジェクトマネージャー)、Oliver Zielberg(カメラ開発)、Ingrid Hönigsmied(プロダクトマネージャー、アクセサリおよびパッケージ担当)、Stefan Daniel(1 プロダクトマネージャー、ライカMシステム担当)。その他のスタッフ:Andreas Schwarz(光学系開発)、Björn Dietzler(プロダクトマネージャー、特別シリーズ担当)。





„Um das Erlebnis der Leica M9 Titan zu gestalten, haben wir eine Schatulle konzipiert, deren Öffnung einer Zeremonie gleicht.“

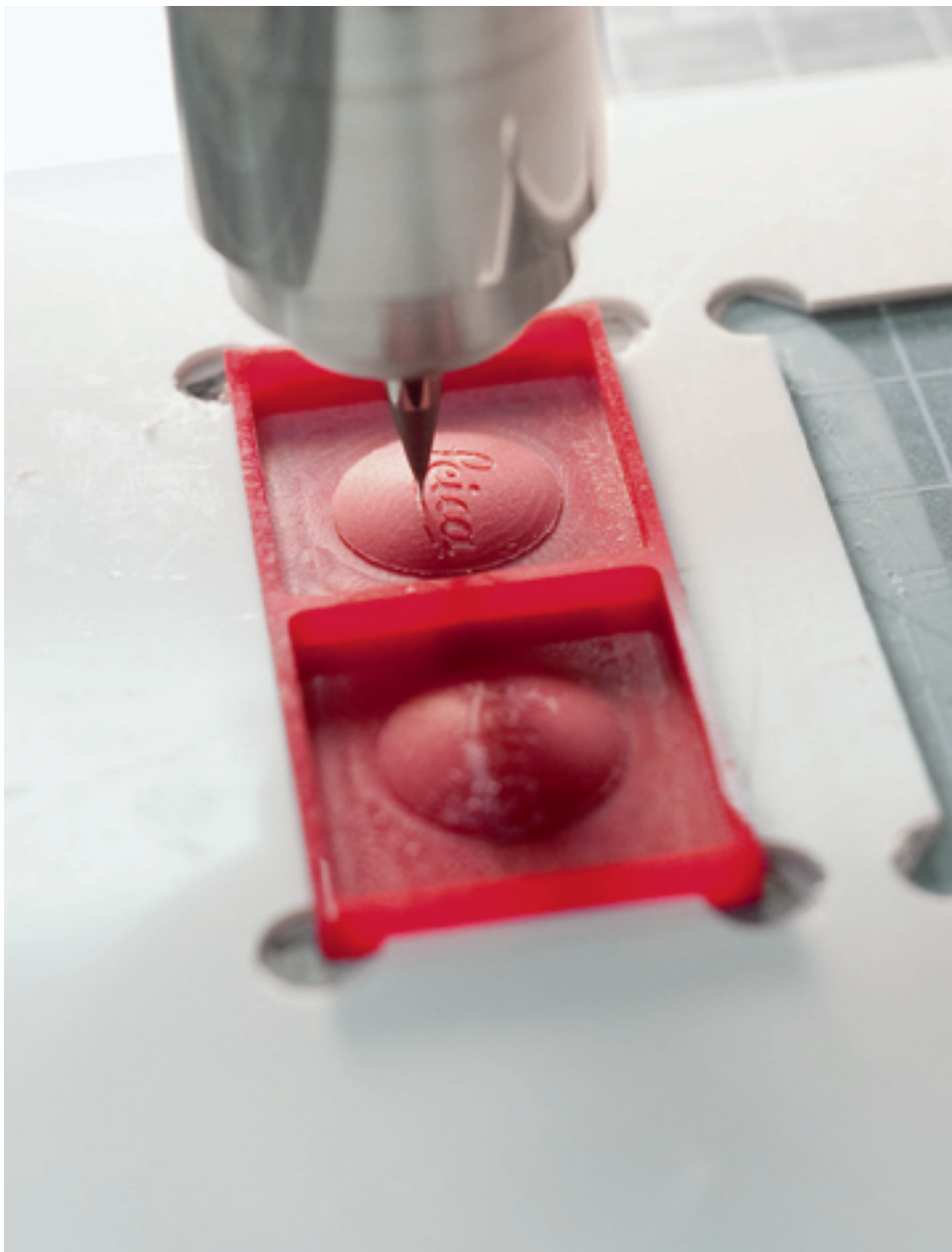
“To dramatize the M9 Titanium experience, we conceived a box that makes the act of opening it like a ceremony.” | 「Leica M9 Titaniumの経験を具体的なものにするために、私たちは宝石箱をデザインしました。これを開けることは一種のセレモニーです」



„Design bedeutet nicht, hier und da etwas Schönes zu machen, sondern überall Störungen zu vermeiden.“

“Design doesn't mean making something pretty or prettier here and there - but rather the avoidance of interferences, wherever they may occur.”

「デザインとは、どこそで美しいものを造り出したということではなく、いたるところで邪魔なものを回避したということなのです」



Auch das Leica Logo ist ein kleines Kunstwerk: Zunächst wird per CNC-Fräsmaschine die konvexe Fläche aus der roten Acrylglasplatte herausgearbeitet und dann der Schriftzug dort eingraviert. Per Hand erfolgt nun das Auslegen des Schriftzugs mit weißem Epoxydharz. Nach dem maßgenauen Ausfräsen der runden Logo-Form folgt nun wieder Handarbeit: Damit seine Oberfläche schön glänzt, wird jedes einzelne Logo sorgfältig poliert.

The Leica logo badge is also a miniature work of art: The convex surface is first cut from a sheet of red perspex by a CNC machine, and then the logogram is engraved into it. In the next step, the logogram is inlaid by hand with white epoxy resin. Following the precise machining of the round logo badge, it's time for manual craftsmanship again: Each single logo is now painstakingly polished and buffed by hand to ensure a perfect gloss finish.

ライカのロゴも一つの小さな芸術作品。まずCNCフライス機で赤いアクリル樹脂プレートから中高の平板が製作され、そこに文字が刻印される。ここでは、ホワイトのエポキシ樹脂による文字列の設置は手作業で行われる。円形のロゴのフォルムが寸分の狂いもなく削り出されると、またも手作業が待っている。その表面が美しく輝くように、ロゴは一つ一つ注意深く磨かれる。





Exklusive Verpackung für einen exklusiven Inhalt: Die Schatulle für die Leica M9 Titan wird in einer Manufaktur im Schwarzwald aus hochwertigster Feinkartonage und edlen Überzugmaterialien in traditioneller buchbinderischer Verarbeitung gefertigt. Das Öffnen der Schatulle erfolgt durch Auseinanderziehen der symmetrischen Hälften. Die Einlage, in der Kamera und Objektiv ruhen, ist mit einem in Leica Rot gehaltenen Alcantara bezogen und lässt sich über zwei Schlaufen herausheben, um an die darunter liegenden Zubehörteile zu gelangen.

Exclusive Packaging for Exclusive Contents: The box for the Leica M9 Titanium is fabricated from finest quality card by a specialist company from the Black Forest and is covered with highest quality materials in a traditional bookbinding process. The box is opened by pulling its two symmetrical halves apart. The inner compartment, in which the camera and lens are laid, is lined with Alcantara microsuede in Leica Red and can be lifted out by two ribbon loops to reveal the accessories enclosed beneath it.

高品位な中身のために高品位なパッケージ。Leica M9 Titanのケースは、シュヴァルツバルトのある工房で、高品位な厚紙と高級カバー素材を使用して、伝統的な製本技法で作製されている。この宝石箱は、左右対称の半分を外すことで開かれる。カメラとレンズが鎮座する台座は、ライカレッドのアルカンタラでカバーされ、二つのつまみをつかんで取り出すと、その下にはアクセサリ類が収められている。

Ein außergewöhnliches Projekt hat ein außergewöhnliches Produkt hervorgebracht: die Leica M9 Titan.  
An extraordinary project has culminated in the birth of an equally extraordinary product: The Leica M9 Titanium.  
非凡なプロジェクトが非凡な製品を生み出した。それが Leica M9 Titanium。

