

Beruf Fotograf, Teil 5

KREATIVE AUFFRISCHUNG

INDIVIDUELL ZUM ERFOLG – OHNE WEITERBILDUNG LÄUFT NICHTS

Ohne Hilfe geht es nicht – wer den Beruf Fotograf ausübt, sollte sich unbedingt professionelle Unterstützung sichern. Ob Einzelberatung, Workshops oder sonstige Fortbildungskurse: Zum individuellen Erfolg gehört der ständige kreative Input einfach dazu.

Die „neutrale Position“ war es, die Roger Richter sich von einer persönlichen Beratung versprach. Er fand sie bei der Fotografie-Trainerin Dr. Martina Mettner. Werbefotograf Richter (www.roger-richter.de) saß, als es um die Ausstellung seiner privat entstandenen Indienbilder ging, vor einem riesigen Berg an Fotografien. „Hier benötigte ich einen Edelsteinspezialisten, jemanden, der treffsicher Kieselsteine von Diamanten unterscheiden kann.“ Auf diese Weise kam es zu einer kleinen Überraschung: Ein Bild, das der Fotograf bereits auf die Seite gelegt hatte, nämlich die ikonenhafte „Muslimische Frau mit Kind“, war plötzlich der Aufhänger der Ausstellung „Begegnung mit einer Madonna – Fotografien von Roger Richter“, die in Bonn und Wiesbaden zu sehen war. Zusammen machten sie erst einmal eine Bestandsaufnahme, denn „zu Fragen wie, Wo bin ich, wo komme ich her? kommt man im Alltagsgeschäft nicht“. Auch im Nachhinein war es „klug, dass jemand mit erweitertem Horizont filternd drüberschaut“, das bewahre davor, Kitsch, Plattitüden auszustellen, resümiert Richter, der zukünftig auch bei wichtigen

Präsentationen auf die Erfahrung Mettners zurückgreifen möchte. Die Soziologin Martina Mettner sammelte als Chefredakteurin und Herausgeberin von Fotozeitschriften und Ausstellungskatalogen mittlerweile über 20 Jahre Erfahrung in ihrem professionellen Umfeld. Auf diese greift sie in ihren Fortbildungsangeboten zurück. Sie vermittelt Fotografen vor allem im Einzelcoaching individuelle Entwicklungsmöglichkeiten, „ich möchte den Weg zu individuelleren, interessanteren Fotos weisen.“ Hierbei werden weniger technische Fragen besprochen, als vielmehr das Sehen geübt. Das fängt an beim Aufzeigen von Grundfehlern, vor denen Seiteneinsteiger wie Profis nicht gefeit sind („Reflexe in den Pupillen, Ellenbogen in Richtung Kamera, Aufnahmen in Richtung Nase“). Und mündet meist in intensiven Gesprächen über die Motivation des Einzelnen, warum er überhaupt fotografiert oder was er ausdrücken möchte. „Ich lasse mir immer zuerst die Arbeits- und Lebenssituation des Klienten schildern. Nur so kann ich inspirierende und praktikable Vorschläge für dessen weitere Arbeit machen.“

Die Devise des lebenslangen Lernens

Ihr fällt auf, dass sich „die meisten das Leben schwer machen, indem sie im Studio fotografieren, dabei hält die Realität eine riesige Fülle interessanter Materials bereit.“ Gerade Nicht-Profis befassen sich so ihre Erfahrung, gern mit technischen Fragen und Spielereien. Sie vergessen aber überwiegend, das Fotografieren bedeutet, Geschichten zu erzählen, Inhalte zu transportieren.

So riet sie etwa einem Arzt, Körper zu fotografieren, denn „Sie wissen doch, wie die aussehen“. Im Weg, Teilnehmer an ihr eigenes Potenzial heranzuführen, besteht darin, gemeinsam individuell passende Themen zu entwickeln und diese dann fotografisch umzusetzen. Man müsse viel frei für sich fotografieren, ohne kommerzielle Hintergedanken – „so frischt man sich kreativ auf, und schließlich sind gute Fotos die beste Eigenwerbung.“

Selbst bei Profis erlebt sie gerade im Bereich Mappenpräsentation und Web-Auftritt immer wieder „Kraut und Rüben“ – da müsse man fallweise Schwerpunkte herausarbeiten und die Bilder in eine sinnvolle Reihenfolge bringen.

Mettner ist der Überzeugung, dass die Devise des lebenslangen Lernens heute mehr gelte denn je. „Mit den technischen Möglichkeiten Schritt zu halten, ist für kommerziell arbeitende Fotografen notwendig. Allen, die das Fotografieren semiprofessionell betreiben, scheint das technische Aufrüst richtig Spaß zu machen“, beobachtet sie. Doch dab

komme die ästhetische Weiterbildung zu kurz.
„Noch schlimmer: Ganz vielen Fotografen fehlt überhaupt die mindeste Ahnung, wer was auf dem Gebiet schon geleistet hat, auf dem sie sich selbst tummeln oder tummeln wollen. Sie ignorieren damit ja nicht nur die bereits gesetzten Standards, sondern verzichten auch auf eine wunderbare Inspirationsquelle.“ Hier lohnt sich auch ein intensiverer Blick auf ihr Online-„Karriere-Tutorial“ (www.mm-photoconsulting.de), wo Mettner wichtige Anregungen und Informationen gibt.
Ein typischer Anfängerfehler vieler Seiteneinsteiger sei, dass sie denken, sie müssten das fotografieren, was alle fotografieren. Dabei sei das Gegenteil richtig: „Nur wer eigene visuelle Vorstellungen umsetzt und eine Art eigene Handschrift entwickelt, wird sich in diesem heiß umkämpften Markt durchsetzen.“

Eine Gratwanderung

Diese Erfahrung machen auch andere Fortbilder. Die Gratwanderung zwischen individuellem Ausdruck und professioneller Qualität ist der Knackpunkt, an dem letztendlich auch der fotografische Erfolg hängt. So bekommt Ulrike Häßler immer wieder die Frage gestellt: „Warum sieht man meinen Bildern an, dass ich Hobbyfotograf bin?“ Sie erarbeitet die Bildsprache – erst, wenn der „Profi-Touch“ verstanden worden sei, widmet sie sich der Technik. Die Diplom-Informatikerin arbeitet seit 1997 als Dozentin und Fachautorin. Über den Inhalt gelangt sie mit ihren Klienten schließlich zur technischen Umsetzung – ob Colormanagement, Bildbearbeitung oder der Aufbau von Bilddatenbanken, im Zentrum bleibt bei ihr immer der konkrete Auftrag oder Fotografenwunsch. In den Seminaren, die der Hamburger Fotograf Holger Roschlaub (www.roschlaub.com) u. a. beim Hamburger Medienbüro sowie am Institut of Design (www.ingd.de) gibt, steht realitätsnahe Produktion im Vordergrund. Er lässt die Teilnehmer ganze Strecken erstellen, wobei der Schwerpunkt nicht allzu sehr auf technischer Perfektion, sondern auf starker Bildaussage liegt. Dass „eine tolle Kamera die Fotos nicht wie von selbst macht“, sei eine Erfahrung, die gerade viele Amateurfotografen anfänglich machen müssen. Es schmerzt natürlich, wenn man teures Geld in seine neue Digitalausrüstung steckt und dann feststellen muss, dass Fotografieren immer noch schwierig ist. Zudem verlangt die digitale Fotografie ganz andere Fertigkeiten als die analoge. „Dazu gehört nicht nur das Erstellen von Farbräumen, der Umgang mit RAW-Dateien“, Roschlaub vermittelt vor allem, dass „Auge, Licht und Ausschnitt und die Konzentration auf das Wesentliche“ ein gutes Foto ausmachen.

Um die Teilnehmer an das Wesen der Fotografie heranzuführen, bringt er historische Bezüge und erarbeitet dann Fragen rund um das technische Equipment. Indem Roschlaub mit Beamer und Internetanschluss arbeitet, zeigt er Beispiele von Fotografen-Websites, kommentiert er Portfolios. Schließlich werden Werbekampagnen gezeigt und, ein gutes Training, wichtige Motive aus ihnen nachfotografiert.

Von der Fotoindustrie verführt

Wo die Laien eher technische Fragen haben, findet sich bei Profis eine gewisse Skepsis dem eigenen Können gegenüber: „Die haben schon so viel gesehen und fragen sich, ob ihre Fotos gut genug sind



Muslimische Frau mit Kind: Ein Bild, das der Fotograf Roger Richter bereits auf die Seite gelegt hatte, wurde dank Fotografie-Trainerin Dr. Martina Mettner der Auhänger einer erfolgreichen Ausstellung.

– oder warum nicht“, differenziert Roschlaub. Ähnliche Erfahrungen hat auch Fotografin und DGPH-Mitglied Jacqueline Esen gemacht, die vor allem online Fototrainings anbietet. „Die Leute kaufen, von der Fotoindustrie verführt, teure Digitalkameras und denken, dass sie damit einfach losknipsen können“. Doch dann hapere es meist schon zu Anfang: „Wie stelle ich meine Kamera ein?“ und „Was soll ich eigentlich fotografieren?“ gehören zu den Startfragen. Viele, so Esen, träumen davon, vom Fotografieren zu leben. Raten könne sie dazu zwar nicht direkt, „aber es gibt immer wieder Menschen, die das schaffen“, die nicht an dem „brutal harten Weg“ scheitern. Eine gute technische und inhaltliche Weiterbildung unterstützt diesen Weg sicherlich, sie ist auch für Profis mitunter unerlässlich. „Seit über 25 Jahren betreibe ich ein Naturbildarchiv“, erzählt Roland Günter, „ich arbeite für Zeitschriften wie GEO, gebe Bücher heraus und halte Diavorträge und Seminare im ge-

samen deutschsprachigen Raum.“ Vor zwei Jahren stieg der gelernte Förster auf Digitalfotografie um. Er wollte natürlich auch die Möglichkeiten des Printens mit einem modernen Tintenstrahldrucker nutzen. „Die Ausdrucke waren jedoch infolge von durch den Drucker verursachten Farbverfälschungen so miserabel, dass ich nach zahlreichen kostspieligen und nervenaufreibenden Versuchen die Freude am Drucken verlor und auf die Erstellung von Prints vollständig verzichtete.“

Von Gerhard Nehl, AKF-Trainer, erfuhr er in einem seiner Fotoseminare, „dass es von baslCColor eine Möglichkeit gäbe, mit geringem zeitlichen und technischen Aufwand Drucker zu kalibrieren, um genau dieses Farbproblem in den Griff zu bekommen“. Ihn verblüffte, welche hohe Druckqualität Tintenstrahldrucker auch der unteren Preisskala erreichen können – „vorausgesetzt, man hat das Farbproblem im Griff. Ich kann nun endlich zufrieden stellende Prints



Mohnbiene: Der international erfolgreiche Naturfotograf und Bienenexperte Roland Günter arbeitet für GEO und National Geographic. Er nutzt die Fortbildungsseminare des AKF.



Gerhard Nehl, AKF hilft bei Themen wie Colomanagement und Farbverständnis.



Dr. Martina Mettner vermittelt Fotografen individuelle Entwicklungsmöglichkeiten.

ohne lästiges und Zeit raubendes Ausprobieren erstellen und mich damit wieder der eigentlichen Aufgabe widmen, nämlich dem Fotografieren“, freut er sich. Gerhard Nehl vom AKF berichtet, wie er gemeinsam mit dem Naturfotografen, der vor allem durch seine GEO- und National Geographic-Arbeiten über die Mohnbiene international bekannt ist, dessen kompletten Workflow umstellte. Von analog nach digital und von DOS nach MAC. Für ihn sind die Themenbereiche „Colomanagement“ und „Farbverständnis“ zentral. Er fasst die Begriffe zusammen: „Colomanagement hat den Zweck, während des gesamten Arbeitsablaufs von der Aufnahme bis zur Ausgabe – sei es am Monitor, Drucker, beim Offsetdruck oder bei der Ausbelichtung – farbsicher zu arbeiten.“ Was das Farbverständnis betrifft, sei in der digitalen Fotografie die gewohnte Farbqualität der Fotos nicht gewährleistet. „Dies bedeutet gerade für professionelle Fotografen und ambitionierte Hobbyfotografen eine besondere Herausforderung, der nur durch fundiertes Farbmanagementwissen begegnet werden kann.“ Leider sei auch in Seminaren immer wieder festzustellen, dass selbst Referenten von Kameraherstellern dieses Thema völlig ignorieren oder es gar als unnötig abtun.

Der AKF (Arbeitskreis für Fotografie an weiterführenden Schulen in Bayern e. V.) bietet seine Kurse mittlerweile allen Interessierten auch außerhalb des Schuldienstes an. In kleineren Gruppen bis acht Teilnehmer und mit Unterstützung von Unternehmen wie dem Fotoindustrieverband, Adobe Systems, Canon Deutschland, Gossen, Profoto und vielen anderen bietet der AKF ein technisch orientiertes Fortbildungsprogramm, wie es in dieser Intensität kaum einer anderen Institution angeboten wird.

Was nichts kostet, ist nichts wert

Fotografen, ob Amateur oder Profi, die sich der künstlerischen Fotografie verschrieben haben, finden in den entsprechenden Fachverbänden wie BBK oder ver.di passende Fortbildungsmaßnahmen. So arbeitet sich mit dem Berliner BBK Bildungswerk die berufsständische Vertretung der Künstler ein hervorragendes Professionalisierungsforum gegeben. Es setzt sich mit regelmäßig erscheinenden Programmen für die Qualifizierung und Weiterbildung von Künstlern ein, denn insbesondere der nichtkünstlerische Teil der Tätigkeiten komme „bislang an den Unhochschulen zu kurz“. In ihm geht es nicht nur, aber zentral um die Existenz des Künstlers als Unternehmer. Durch den Einsatz praxiserprobter Dozenten möchte das Bildungswerk erreichen, dass wirtschaftliche Freiräume für das Kunstproduzieren überhaupt geschaffen werden. Hier ist die geeig-

nete Strategie für Künstler die Stärkung des Selbstbewusstseins, denn in der Arbeitswelt gilt nach wie vor: „Was nichts kostet, ist nichts wert.“ Auch Künstler werden von Kunden anders bewertet und behandelt, wenn sie ihre Leistung nicht für null oder mit Unkosten offerieren. Es fällt auf, dass es – nimmt man Martina Mettner einmal aus – äußerst wenige Angebote gibt, die sich den „Soft Skills“ wie Marketing, Selbstpräsentation und Öffentlichkeitsarbeit widmen. Es lohnt sich also, wenn man hier für sich Informations- und Fortbildungsbedarf sieht, über die Fachgrenzen hinaus zu schauen. So bietet beispielsweise das Münchner Projekt GUIDE (www.guide-muenchen.de) mit der Dozentin Claudia Kimich das Thema „Honorar- und Preisverhandlungen, Jonglieren mit eigenem Wert und Anderem“; auch Journalistenakademien und Freelens widmen sich in ihren Veranstaltungen dem Thema „Marketing“.

Mitunter hilft aber auch ein Griff ins Bücherregal: „Jetzt hab' ich mein Büro im Griff“ von Gitte Härter und Christine Öttl widmet sich aufgetürmten Ablagen, Listen mit unerledigten Aufgaben und E-Mail-verstopften Posteingängen, also dem „ganz normalen Chaos im Büro“.

Zurück im Fotografenalltag stellen sich vor allem Profis speziellere Fragen. Mit der Frage „Wo geht die Reise hin“ ging der Fotografentag der dju (ver.di) im Oktober 2006 an den Start. Ob Produktionsweisen, die Entwicklung der Persönlichkeitsrechte und ihre Auswirkungen auf die aktuelle Fotografie oder die vertraglichen und urheberrechtlichen Rahmenbedingungen journalistischer Fotografie, die Verträge von Verwertern und Veranstaltern: Alles ist derzeit im Wandel.

Noch gravierender werden zukünftige Entwicklungen von anerkannten Fotografen gesehen: Im „Freelens“-Magazin Nr. 24 des Vereins der Fotojournalistinnen und Fotojournalisten e.V. stellt Thomas Hoepker fest, dass der „fest angestellte Fotograf als pensionsberechtigtes Redaktionshaustier längst ein angestaubtes Modell“ sei und der „Foto-Video-graf“ sein Nachfolger. Doch wie geht Freelens damit um, bietet der Verein Workshops dazu an? Die Antwort kommt von Lutz Fischmann: „Gar nicht – weil wir nicht daran glauben, dass das die Zukunft im professionellen Fotomarkt ist. Wenn, dann machen das die Nachrichtenagenturen – aber eine Extra-Honorierung ist damit nicht zu erzielen.“ Der Wandel zu neuen Berufsbildern tut sicherlich weh – doch begegnen könnte man daraus resultierenden Frustrationen wohl nur mit permanenter Fortbildung und individueller Ausprägung.

Katharina Knieß (www.tipp-presse.de)

KURSE UND BERATUNG

www.akf-fotoschulung.de
www.bbk-kulturwerk.de
www.berliner-journalisten.com
www.berufsfotografen.com
www.eye-mind.com
www.fototrainer.de
www.freelens.com
www.ivent.de
www.lette-verein.de
www.medienbuero-hamburg.de
www.mm-photoconsulting.de
www.online-fotokurse.de
www.photomedienforum.de
www.roschlaub.com
www.verdi.de

LITERATURTIPPS

- Goetz Buchholz: Ratgeber Freie – Kunst und Medien, Verdi GmbH, ISBN 3932349067; www.ratgeber-freie.de
- Kathrein Weinhold: „Selbstmanagement im Kunstbetrieb, Handbuch für Kunstschaffende“, Transcript Verlag, ISBN 3-89942-144-2
- Olaf Zimmermann: „Medienarbeit und Marketing“, Atelier-Verlag, ISBN 3980313131
- Gitte Härter/Christine Öttl: „Einfach gut organisieren“, BW Bildung und Wissen Verlag, ISBN 3-8214-7648-6
- Joachim Kobuss: „Erfolgreich als Designer – Business gründen und entwickeln“, Birkhäuser Verlag 2007, ISBN 978-3-7643-8388-6 (www.birkhauser.ch, www.designersbusiness.de)



Weitere Infos und Links zur Serie finden Sie auf www.photographie.de

LETZTE FOLGE

Thema in Heft 3/08:
Der Schritt in die Öffentlichkeit:
Ausstellungen, Kunstvermittler und Auszeichnungen – worauf sie alles achten müssen.