

KOLUMNE



Erfolg als Fotograf

DIE KOLUMNE VON SILKE GÜLDNER

FIT FOR FUTURE!

Gute Aussichten für junge Fotografen?

Die eigene Bildsprache zu entwickeln, gute fotografische Themen zu besetzen und Aufnahme- undameratechnik zu beherrschen sind wichtige Inhalte der fotografischen Ausbildung und eines Studiums. Entscheidend, ob sich ein Nachwuchsfotograf danach gut am Markt positioniert, ist allerdings das Wissen aus der Jobpraxis eines Fotografen. Wie wichtig dabei Kontakte sind und wie man sich gut vermarktet oder sein Honorar durchsetzt, wird den jungen Fotografen oft nicht erzählt.

Junge deutsche Fotografie ist dieses Jahr wieder in der Ausstellung „Gute Aussichten“ zu sehen. Hier zeigen Absolventen der Studiengänge Fotografie ihre juriierten Projekte. Mit dem Bewusstsein, dass dies „das Beste ist, was der Fotografen-Nachwuchs an deutschen Hochschulen zu bieten hat“, fragt man sich, was aus den jungen Fotografen später wird. In der Tat sind die ausgewählten Arbeiten spannend und sowohl technisch, fotografisch und inhaltlich auf sehr gutem Niveau. Bei einigen ist eine Reportage-artige Ausrichtung erkennbar, andere beschäftigen sich mit detailreicher Inszenierung. Alle haben ein starkes oder überraschendes individuelles Thema gefunden. Eine Garantie für einen gelungenen Einstieg in die angewandte Fotografie oder die Kunstfotografie bietet das trotzdem nicht.

In der Fotografie geht es bereits früh darum, Entscheidungen zu treffen. Sich zu fragen, welcher Weg zu einem passt. Eine gute kreative Auseinandersetzung mit fotografischen Themen reicht für die spätere Jobpraxis aber nicht aus. Wer vermittelt den jungen Fotografen, welche Themen nicht nur geeignet, sondern erfolgversprechend sind. Wie sie ein publikumsrelevantes Thema recherchieren und interessant abbilden.

Welche Rolle spielt die Auftragsrealität in einem Fotografie-Studium? Über Anwendungskontexte und Möglichkeiten wird selten gesprochen. Insiderwissen aus den Redaktionen und Werbeagenturen sind Nachwuchsfotografen in der Regel nicht geläufig. Dafür täte schon in der Ausbildung ein Perspektivenwechsel gut. Damit junge Fotografen sich aufgrund von Wissen und nicht aufgrund von Vermutungen für eine angewandte Richtung entscheiden können, ist es nützlich, ein Gespür für den Markt zu bekommen. Klar ist dabei aber auch, dass die kreative Profientwicklung durch zu viel „Marktrecherche“ dabei nicht ausgebremst werden soll, sondern unterstützt wird.

In den Redaktionen haben Nachwuchsfotografen gute Chancen auf erste Aufträge im Bereich Reportage oder Porträt. Durch die Zusammenarbeit

mit unterschiedlichen Magazinen kann ein junger Fotograf sein Portfolio ausbauen und seine Bildsprache entwickeln. Eine Werbeagentur hingegen hat andere Anforderungen an das Portfolio und den Leistungsumfang eines Fotografen, der für einen Auftrag angefragt wird. Oft gibt es Unsicherheiten und Berührungsängste, wie diese Kunden am besten angesprochen werden oder wer überhaupt der richtige Ansprechpartner in Agentur oder Redaktion ist. Kaum ein Fotograf hat gelernt, frei zu sprechen oder zu präsentieren. Und besonders zurückhaltende Charaktere haben mit der Selbstvermarktung ein Problem.

Junge Fotografen würden sehr davon profitieren, wenn neben fachlich-kreativen und technischen Inhalten verstärkt andere Skills vermittelt werden. Ohne aus einem Fotografen einen glatten Vertriebsprofi zu machen, können Persönlichkeiten gefördert werden, die im Markt der angewandten Fotografie bestehen und eine Verhaltenskompetenz für Selbstmarketing und Kommunikation besitzen. Die Ahnung von Projektentwicklung haben und die ein umfangreiches Briefing in einer verbindliche Kalkulation darstellen können.

Denn welchen Wert haben kreative oder künstlerische fotografische Projekte für ihren Urheber, wenn er damit mittelfristig nicht auch einen guten Lebensunterhalt verdienen kann?

Wenn Sie Nachwuchsfotograf sind und Bedarf an praktischen Skills haben, informieren Sie sich bei Verbänden für Profifotografen, wie zum Beispiel BFF oder Freelens, suchen Sie kollegialen Austausch mit erfahrenen Fotografen, die sich als Mentoren anbieten, oder besuchen Sie Foto-Conventions mit Speakern, die aus ihrer Jobpraxis erzählen, wie die „fit for future“ in Zingst. Und für eine individuelle Beratung kommt auch ein geförderter Gründercoaching, z. B. das der KfW, in Frage.

Und wie sind Ihre Aussichten?

Silke Guldner berät Fotografen und Kreative bei der richtigen Positionierung und Präsentation.

www.silkeguldner.de

FOTOTV

Dunkle Schönheiten

Ab sofort widmet sich FotoTV. einmal im Monat gezielt einem Themenschwerpunkt in der Fotografie und veröffentlicht hierzu zeitnah bis zu sieben Videos. In den kommenden Wochen liegt der Schwerpunkt auf den Themen Schwarzweiß-Fotografie und Langzeitbelichtung.

Joel Tjintjelaars SW-Langzeitaufnahmen von Architektur und Seelandschaften erhielten mehrere Auszeichnungen. In einer mehrteiligen Lehrvideo-Reihe vermittelt Joel FotoTV.Abonnenten seine Arbeitsweise. Mit dem Wanderlicht stellen Eberhard Schuy und sein Lehrmeister Wim Cox eine andere Art der Langzeitbelichtung vor und Mia Royal, deren Arbeitsweise im ProfFoto TV 1/2015 bereits zu sehen ist, zeigt düstere Beauty-Fotografie.



SEELANDSCHAFTEN FOTOGRAFIEREN

<https://www.fototv.de/seelandschaften-fotografieren>
In diesem Kurs fotografiert Joel Tjintjelaar eine Seelandschaft und führt durch den gesamten fotografischen Prozess von der Annäherung an das Motiv, zur Auswahl des Equipments bis hin zum endgültigen Foto.



SCHUY UND SEIN MEISTER

<https://www.fototv.de/schuy-und-sein-meister-1>
Auch hier spielt die Langzeitbelichtung eine große Rolle. Eberhard Schuy wird wieder zum Lehrling und trifft mit Wim Cox seinen ehemaligen Meister. Beide stellen eine alte Technik vor: das Wanderlicht.



DARK BEAUTY SHOOTING

<https://www.fototv.de/dark-beauty-shooting>
FotoTV. begleitet die Fotografin Mia Royal bei einem Shooting in ihrem Studio. Zusammen mit Model Ira Kusnezova und Styling Artist Fauve Lex wird eine Bilderstrecke mit düster anmutenden Beauty-Fotografien erstellt.