

Seit 20 Jahren Werbefotografie europaweit

Dieser Artikel befasst sich mit der Geschichte der Fotografie und speziell mit dem Bereich der Werbefotografie.

Geschichte der Fotografie

Die Anfänge der Fotografie fallen in den Beginn des 19. Jahrhunderts, als die Kunst der Malerei nahezu perfekt war. Die frühe Fotografie war jedoch sehr eingeschränkt und damals noch kein denkbarer Ersatz für Malereien oder Zeichnungen. Dies lag an extrem langen Belichtungszeiträumen von bis zu acht Stunden, welche die Aufnahme von bewegten Motiven weitestgehend unmöglich machte. Aufgrund dessen waren anfangs gezwungenermaßen vor allem Landschafts- und Architekturbilder, Stillleben und Portraitbilder bevorzugte Motive. Zudem entsprach auch das damalige Auflösungsvermögen (Schärfe/Kontrast) bei weitem nicht unseren heutigen Ansprüchen. Drei Faktoren bestimmten die Entwicklung der Fotografie seit Mitte des 19. Jahrhunderts in besonderem Ausmaß. Dies waren der politische und soziale Aufschwung des Bürgertums, die steigende Ästhetik der Fotografien sowie die Möglichkeit der massenhaften Produktion. Erst durch die Senkung der Verkaufspreise und der Verkürzung des Belichtungszeitraums führten zum Durchbruch der Fotografie für die Massen. Der nächste große Fortschritt, war die Entwicklung der Farbfotografie Anfang des 20. Jahrhunderts. In den 50ern kam dann die Polaroid Sofortbildkamera auf den Markt, welche es erstmals ermöglichte das fotografierte Bild innerhalb von Sekunden in den Händen zu halten. Weiterhin folgte die Entdeckung und Herstellung von Digitalkameras, welche mittlerweile größtenteils die Analogfotografie abgelöst hat.

Werbefotografie

Die Werbefotografie ist ein relativ junges Genre, das sich in den 1950er-Jahren herausbildete. Das Ziel ist es, das Besondere der Ware herauszustellen und die Botschaft mittels eines fotografischen Bildes zu vermitteln. Werbefotografie ist demzufolge visuelle Kommunikation. In der Fotografie gibt es kaum einen anderen Bereich, in dem Ideenreichtum sowie die technische Umsetzung selbst sehr ausgefallener Motive so gefragt ist wie in der Werbebranche. Die richtige Inszenierung der Eigenschaften bzw. Vorzüge der Produkte benötigt viel Erfahrung, Fachwissen und Kreativität der Fotografen, aber auch entsprechendes technisches Equipment.

Vorstellung von Blue Studios

Die Firma Blue Studios wurde bereits 1993 von Dieter Sieg gegründet und wird seit 1997 zusammen mit Volker Warning geführt. Stets um Innovation bemüht, gehört das Fotostudio mittlerweile zu den führenden Unternehmen der digitalen Visualisierung in den Bereichen Foto, Film, Multimedia und digitale Reproduktion. Viele bekannte Firmenkunden vertrauen auf die Kompetenz und ausgezeichnete Qualität von Blue Studios. Zu ihren Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie Hyundai, VW, Pelikan, Philips, Blaupunkt und Continental. Das angebotene Leistungsspektrum umfasst fast alle Stilrichtungen der künstlerischen Fotografie. Zudem gehört Blue Studios inzwischen zu Europas Nr. 1 im Bereich Großformatscan.

Interview mit Frau Stefanie Michael

WUP: Was waren Ihre bisher interessantesten Aufträge?

Frau Michael: Das ist sehr vielschichtig und nicht wirklich einzugrenzen, weil wir so breit aufgestellt sind. Alles hat aber irgendwie seinen Reiz. Zum Beispiel war die Foodfotografie für die Eiskarte vom Zoo Hannover sehr interessant, da man dafür mit Foodstylisten zusammenarbeiten konnte. Aber beispielsweise sind auch Auslandsshootings für Autokampagnen oder Lkw-Bereiche wie bei Continental unglaublich spannend. Wir hatten schon so viele tolle und verschiedene Aufträge, dass ich mich nicht festlegen kann.

WUP: Wie sieht bei Ihnen ein durchschnittlicher Arbeitstag aus?

Frau Michael: Das kommt darauf an in welchem Bereich man arbeitet. Eine gewisse Routine spielt sich sicher in jedem Beruf ein, aber durch unsere vielen verschiedenen Kunden ist es doch sehr abwechslungsreich. Bei den Fotografen ist die Arbeit natürlich am abwechslungsreichsten, da sie viele sehr unterschiedliche Shootings haben und dafür immer wieder an andere Standorte reisen. Allerdings entstehen auch dabei routinierte Vorgänge, wenn beispielsweise bei einer Peoplefotografie mehrere Personen nacheinander abgelichtet werden müssen. Zudem kommen natürlich auch Büroarbeiten wie Rechnungen und Angebote schreiben, wobei sie durch die Assistenz der Geschäftsführung unterstützt werden. Die Arbeit in der Bildbearbeitung wird zwar "nur" am Schreibtisch erledigt, aber trotzdem haben die verschiedenen Motive unterschiedliche Ansprüche. Das Gleiche gilt für den Bereich Film. Natürlich steckt hinter allem das Basiswissen, das man abrufen, aber es ist trotzdem wichtig dies individuell anzupassen. Allgemein bin ich der Meinung, dass wir viel weniger Routine haben, als dies in anderen Berufen der Fall ist.

WUP: Wie viel Zeit und Aufwand wird in etwa benötigt bis das Endergebnis fertig ist?

Frau Michael: Das hängt ebenfalls sehr vom Auftrag ab. Bei einem Automotiv ist der Aufwand natürlich größer als bei Personen. Zum Beispiel muss das ganze Studio ordentlich und leer geräumt sein, es muss reingefahren werden, benötigt einen riesigen Lichtaufbau, wird von einem großen Team sauber gemacht und erst dann werden die Aufnahmen gemacht und danach bearbeitet. Bei Aufnahmen von einzelnen Personen hingegen wird ein Hintergrund aufgebaut und selbstverständlich deutlich weniger Licht benötigt. Zeitlich kann es, je nach Auftrag, bis zum fertigen Ergebnis zwischen einem Tag und Wochen dauern.

WUP: Wie unterscheidet sich Blue Studios von der Konkurrenz?

Frau Michael: Wir machen alles anders, als alle Anderen. Wir sind einfach sehr breit aufgestellt durch verschiedenste Arten von Shootings, Film, Bildbearbeitung und den Reproduktionsbereich. In jedem Bereich versuchen wir uns immer weiterzubilden und am Ball zu bleiben. Außerdem haben wir ein gut funktionierendes Team mit viel Eigeninitiative und bekommen immer wieder Antrieb und neue Impulse durch unsere Chefs.

WUP: Wie hat sich die Arbeit allgemein durch die digitale Fotografie verändert?

Frau Michael: Die Nachbearbeitung ist dadurch wesentlich leichter, günstiger effektiver und schneller. Aber auch das Fotografieren an sich hat sich verändert. Früher wurden teilweise noch Polaroids gemacht, um zu kontrollieren, ob alles passt. Das ist mit der digitalen Fotografie deutlich einfacher, da man direkt nachprüfen kann, ob bspw. die Lichtwerte richtig sind. Insgesamt war die analoge Fotografie zeit- und kostenintensiver.

WUP: Sind Sie auch ein Ausbildungsbetrieb?

Frau Michael: Ja. Wir bilden Fotografen und seit kurzem auch Mediengestalter bei uns aus. Momentan haben wir vier Auszubildende im Fotografenbereich und eine als Mediengestalterin.

WUP: Haben Sie Information über den weiteren Werdegang der ehemaligen Auszubildenden?

Frau Michael: Ich habe damals selbst meine Ausbildung hier gemacht, bin seit sieben Jahren dabei und leite jetzt die Bildbearbeitung. Die meisten ehemaligen Auszubildenden sind in einem Studio angestellt, entwickeln sich in dem Bereich weiter, studieren oder sind bereits selbstständig. Beispielsweise hat sich in Berlin unser damaliger Auszubildender Martin Diepold selbstständig gemacht und ist dort erfolgreich unterwegs.

WUP: Was erhoffen Sie sich für Blue Studios in den kommenden Jahren?

Frau Michael: Ich hoffe, dass es sich so weiterentwickelt wie bisher. Angefangen hat ja alles als Ein-Mann-Betrieb und mittlerweile sind wir 12 Personen. Da wir uns immer wieder weiterbilden und entwickeln, werden wir sicher auch weiterhin wachsen. Wir haben immer noch Kunden aus der Gründungszeit, aber es kommen stetig mehr dazu und jeder neue Kunde ist herzlich willkommen.

WUP: Vielen Dank für das interessante Gespräch.

Kontakt Blue Studios
Werbefotograf360
Blue Studios GmbH
Sandstr. 12
30167 Hannover

Tel: 0511 35 39 92 - 0
Fax: 0511 35 39 92 - 29
Mail: info@werbefotograf360.com
Web: www.werbefotograf360.com

Pressekontakt

Werbefotograf360

Herr Dieter Sieg
Sandstraße 12
30167 Hannover

werbefotograf360.com
info@werbefotograf360.com

Firmenkontakt

Werbefotograf360

Herr Dieter Sieg
Sandstraße 12
30167 Hannover

werbefotograf360.com
info@werbefotograf360.com

Die bluestudios GmbH sind ein seit 20 Jahren am Markt eingeführtes und stets um Innovation bemühtes Unternehmen der Medienbranche, dessen Betätigungsfeld neben der klassischen Fotografie zunehmend im Bereich der innovativen computergenerierten Darstellungstechniken liegt. Das Unternehmen ist hervorgegangen aus der Firma S&W Fotostudios GmbH, vormals Sieg Werbefotografie, die 1993 von Dieter Sieg gegründet wurde und von ihm seit 1997 zusammen mit seinem gleichberechtigten Partner Volker Warning geführt wird.

Anlage: Bild

