

PICTA



Wissen für Bildprofis | Ausgabe 2/2014

Themen-
Special
LEARN
& STUDY

**VISUELLE
KOMPETENZ**

erwerben
und erhalten

**ERFAHRUNG
ZÄHLT:**
Kommentare und
Lebensläufe

Große Übersicht: Wo lernt man was?

Studiengänge und Ausbildungsmöglichkeiten rund
ums Thema Bild in Deutschland, Österreich und der Schweiz

INHALT

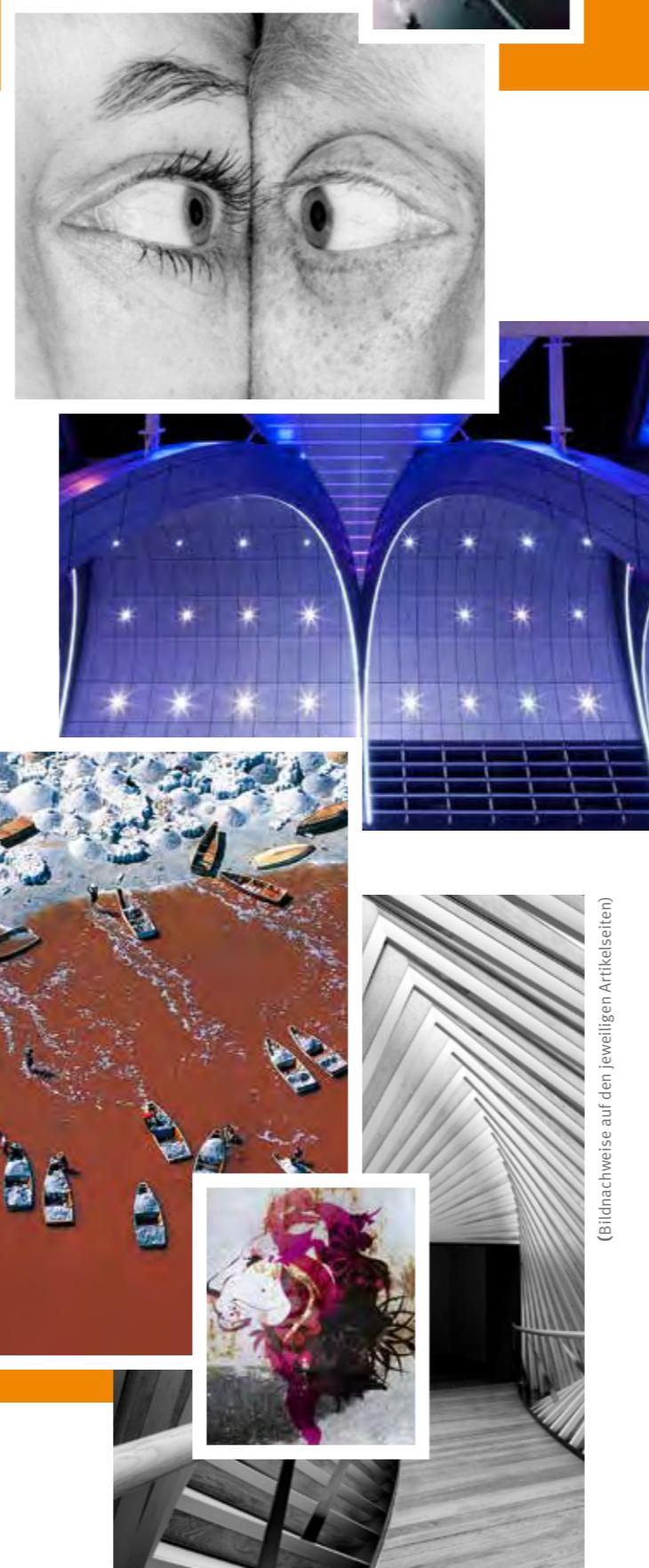
LEARN & STUDY

- 4 **UNGLAUBLICH GEBILDET** Berufsbilder, die in dieser Ausgabe näher beleuchtet werden
- 6 **ARBEITSUMFELD BILDAGENTUR** Kommunikation und Können zählen
- 8 **MIT SOZIALKOMPETENZ ZUM SALES DIRECTOR** Karriere auf Umwegen
- 10 **FACHANGESTELLTE FÜR MEDIEN- UND INFORMATIONSDIENSTE** (M)ein Traumberuf?
- 12 **BILDWISSENSCHAFTEN ALS STUDIEN- UND FORSCHUNGSBEREICH** Visuelle Kompetenz für das digitale Zeitalter
- 21 **STUDIENGANG ILLUSTRATION** Die HAW Hamburg bietet deutschlandweit die einzigen staatlichen Bachelor- und Masterstudiengänge
- 24 **VISUAL STORYTELLING ALS FÜGUNG DER POSTMODERNE** School of Creative Arts
- 29 **ICH WÄRE SO GERNE ... BILDREDAKTEUR!** Ostkreuzschule für Fotografie in Berlin
- 32 **STARFOTOGRAF HELGE STRAUSS** Fotografen müssen ihr Handwerk beherrschen – Fotodesign an der Akademie Deutsche POP
- 37 **IT'S ALL ABOUT THE PICTURE!** Bildreakteurin, Galeristin und Dozentin Ute Noll kennt viele Facetten und kümmert sich um den Nachwuchs
- 42 **DER ERSTE JOB** Zwischen Befristung und freier Mitarbeit
Arbeitsrecht für Berufsanfänger
- 46 **EIN FESTIVAL FÜR DIE AUGEN** Beobachtungen zum Lumix-Festival 2014 plus Festivalkalender
- 49 **STEIGEN SIE IN DEN RING!** Lehrangebote des MedienCampus Bayern
- 54 **LEHRGANG „NACHDENKEN ÜBER FOTOGRAFIE“** Eine Initiative der Niederländischen Fotografen-Fachschule
- 58 **WEITERBILDUNG IST ESSENZIELL, UM MIT DEM WANDEL SCHRITT ZU HALTEN** Seminarreihen und Inhouse-Schulungen
- 62 **WO LERNT MAN WAS?** Große Studiengangsübersicht

ABSTRAKTES

Formen, Farben, Linien und spannende Strukturen sind im Großen und im Kleinen zu finden: Details von Lebensmitteln oder aus der Natur, dynamische Perspektiven und architektonische Besonderheiten sorgen im Bild festgehalten für eine einzigartige Faszination. Dass die Schönheit oft im Abstrakten und in der grafischen Inszenierung liegt, zeigen die Bilder in dieser Ausgabe.

Unser Titelbild von laif:
Fotograf Edward Keating ist Pulitzer-Preis-Gewinner, arbeitet regelmäßig für Time, „W“ und das New York Magazine. Seit über 30 Jahren hält er Alltag, Architektur und Leben im Big Apple fest – wie hier zu sehen auch im Guggenheim Museum.



(Bildnachweise auf den jeweiligen Artikelseiten)

picture-alliance · Stephanie Pilick

EDITORIAL

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

welche Menschen sind es eigentlich, die die Bildbranche zu dem machen, was sie ist? Sieht man sich auf Verwerterseite, Anbieter- und Produzentenseite etwas genauer um, trifft man häufig auf Redakteure, Art Buyer und Fotografen, die einen nicht ganz alltäglichen Werdegang haben. Was alle verbindet, ist die Freude an dem schönen Produkt Bild, an der Einzigartigkeit der Motive und an den Glücksgefühlen, die sich einstellen, wenn man einmal wieder das ganz besondere, perfekt passende Foto entdeckt hat.

Wir haben uns für diese Ausgabe erneut mit einigen Profis – und solchen, die es gerade werden – unterhalten und widmen dieses Special komplett dem Thema Aus- und Weiterbildung. Welche vielfältigen Möglichkeiten gibt es, in die Bildbranche einzusteigen? Welche Berufsbilder sind in diesem Umfeld verschwunden und welche dagegen neu entstanden? Haben Quereinsteiger realistische Chancen? Worauf legen potenzielle Arbeitgeber Wert? Wie kann man auch als routinierte Fachkraft weiter Kompetenzen aufbauen, bei neuen Trends am Ball bleiben und sich so sein Arbeitsleben attraktiv gestalten?

Als besonderen Bonus für alle Berufseinsteiger beinhaltet diese PICTA eine umfassende und sehr umfangreiche Übersicht potenzieller Studiengänge rund ums Bild. Wir waren bei der Recherche selbst erstaunt, welch zahlreiche Möglichkeiten mittlerweile in Deutschland, Österreich und der Schweiz für diesen Fachbereich existieren, und bieten zudem auch eine europaweite Übersicht über dieses Themenfeld – eine Zusammenstellung, die in dieser Form einzigartig ist und die wir auch in Zukunft noch weiterwachsen lassen wollen.

In diesem Sinne: Lesen Sie, lernen Sie! Und haben Sie weiterhin viel Vergnügen an dem wunderschönen, emotionalen und vielseitigen Produkt, mit dem Sie jeden Tag zu tun haben dürfen – dem Bild.

Herzlichst
Ihr/Ihre

ALEXANDER KOCH
Chefredakteur
& Justiziar des BVPA



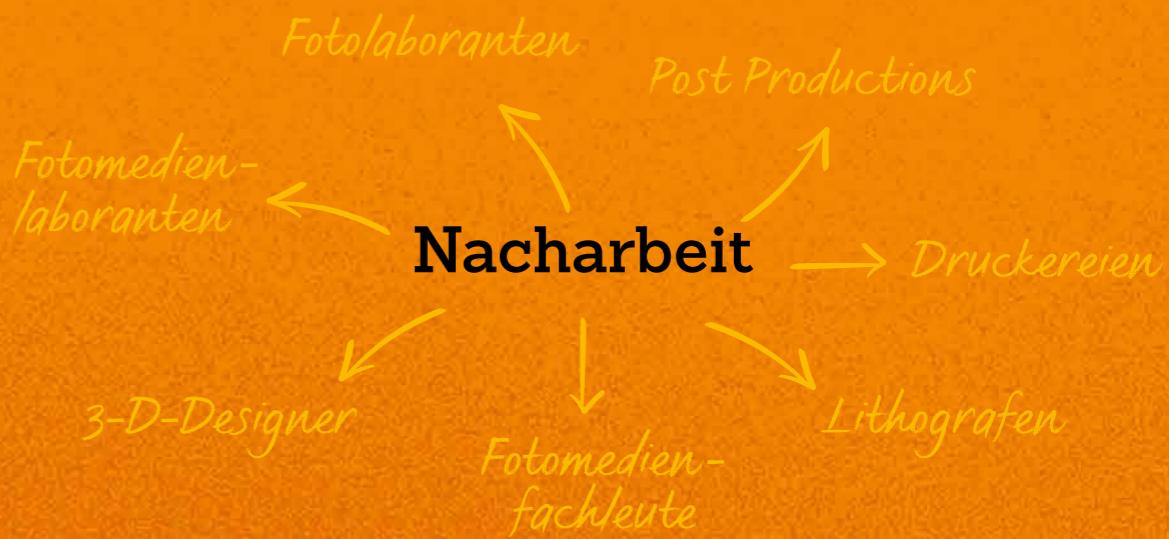
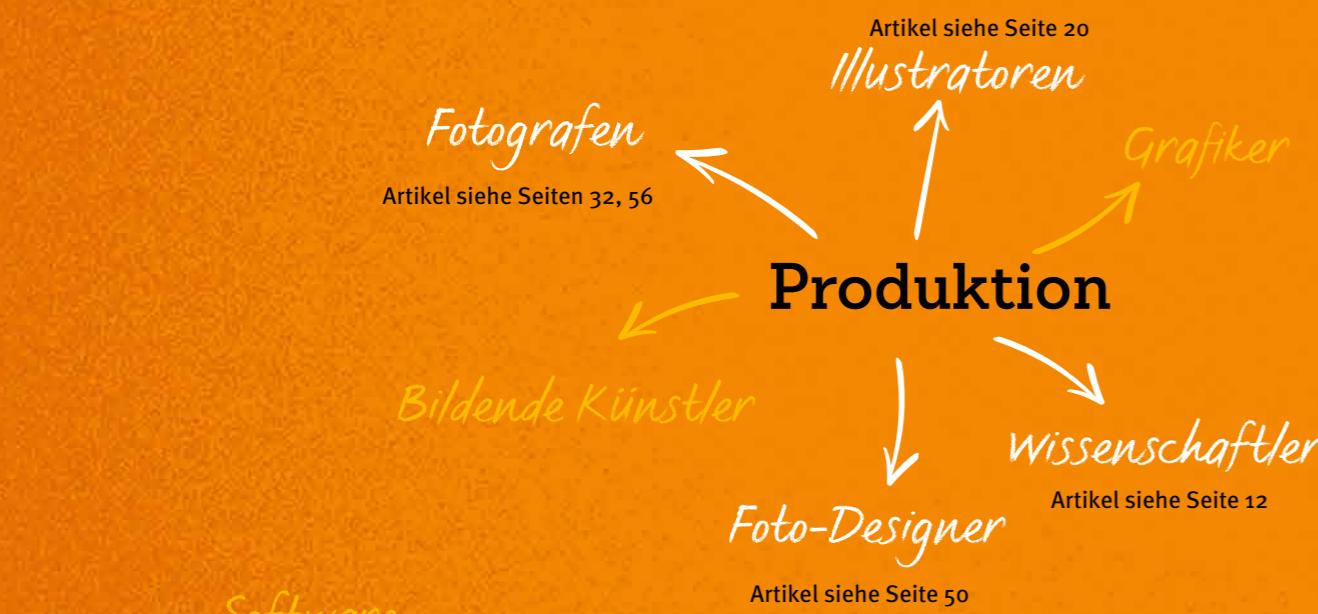
BEATRICE WANEK
Chefin vom Dienst



Wir freuen uns über Meinungen und Anregungen: pictamagazin@bvpa.org

UNGLAUBLICH GEBILDET!

WIR SIND VIELE: Mehr Berufsgruppen, als man denkt haben tagtäglich mit Fotos und Illustrationen zu tun und sorgen dafür, dass Bilder gesehen werden. Welche wir davon in dieser Ausgabe ausführlicher beleuchten, zeigt dieses Schaubild.



Arbeitsumfeld Bildagentur:

KOMMUNIKATION UND KÖNNEN ZÄHLEN

Bildagenturen, Contentproduzenten und Medienvertriebe bieten vielschichtige Berufszweige, die am Ende alle einen gemeinsamen Nenner haben: Sie dienen der Veröffentlichung der Bilder. Doch wie stark haben sich die Anforderungen und Möglichkeiten in Agenturen in den letzten Jahren verändert, mit welchen Qualifikationen kann man in diesem Umfeld heute punkten?

Ein Gespräch mit Nicole Kroesen, Director Marketing & Communication, StockFood GmbH

Im Rückspiegel sind die Entwicklungsschritte und drastischen Veränderungen in Fotoagenturen am deutlichsten zu erkennen: Vorbei sind die Zeiten, in denen Fotografen Negative lieferten, diese von Fotolaboranten ausbelichtet wurden, anschließend von einem Archivar händisch katalogisiert und nach einem ausgeklügelten System eingesortiert wurden – um die Bilder dann bei jeder passenden Kundenanfrage herauszusuchen und als Dia zu verschicken. Was 1979, im Gründungsjahr von StockFood, zum Arbeitsalltag gehörte, spielt heute nahezu gar keine Rolle mehr. Auch die damit verbundenen Berufsbilder existieren mittlerweile in der klassischen Form nicht mehr. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Durch die Digitalisierung, veränderte Vertriebsformen und die permanent steigende Bilderflut sind völlig andere Tätigkeiten und Spezialisierungen gefragt. Das schlägt sich natürlich auch in den beruflichen Werdegängen unserer Mitarbeiter nieder.

Bei StockFood bildet man grundsätzlich Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste (FaMI), Kaufleute für Bürokommunikation und Kaufleute für

Marketingkommunikation aus. Derzeit liegt der Schwerpunkt auf den Kaufleuten, denn Kommunikation und Kaufmännisches Verständnis sind heute unabdingbare Faktoren für ein modernes Medienunternehmen. In der Berufsschule werden zwar gute theoretische Grundlagen vermittelt, es bleibt aber letztlich der Agentur überlassen, die Azubis auch tatsächlich fit für die Praxis zu machen. Insbesondere geht es darum, Fach- und Handlungskompetenzen für das Agen-

perfekt und den Auszubildenden auch tatsächlich einsetzbar.

Neben Bildredakteuren mit oder ohne journalistischen Hintergrund und Vertriebsfachleuten, die in Fotoagenturen arbeiten, gibt es natürlich noch einen großen zusätzlichen Arbeitsbereich, der in Bildagenturen heute absolut unverzichtbar geworden ist: Bei StockFood wird ein großes Team an IT-Spezialisten beschäftigt, das

„Fachkompetenz zählt manchmal mehr als der richtige Studienabschluss.“

turgeschäft und die Projektarbeit zu entwickeln. Dazu gehören beispielsweise das Arbeiten unter Zeitdruck oder in interdisziplinären Teams, ausgeprägte Serviceorientiertheit, der Umgang mit unerwartet auftretenden Hürden im Projektablauf und deren Bewältigung sowie die Fähigkeit, mit wechselnden Fragestellung und Anforderungen umzugehen und auch in turbulenten Phasen den Überblick zu behalten. Erst diese Komponenten machen die Ausbildung

sich aus Informatikern, Webentwicklern und Datenbankspezialisten zusammensetzt, ohne die das Foto-Business gar nicht mehr funktionieren würde. Der entsprechende Ausbildungsberuf hierfür wäre der Fachinformatiker für Systemintegration bzw. der Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung. Bei insgesamt rund 60 StockFood-Mitarbeitern in den Büros in München, Kennebunk/Maine (USA) und London kommt noch ein anderer, wesentlicher Faktor zum Tragen:

Durch ein weltweites Netz an Partneragenturen ist der Food-Spezialist in fast 80 Ländern und auf allen Kontinenten vertreten – Englisch ist deshalb nahezu in allen Bereichen täglich im Gebrauch und damit ein absolutes Muss für die Mitarbeiter, denen aus diesem Grund auch kostenlose interne Englischkurse angeboten werden, um ihre Sprachkenntnisse kontinuierlich zu vertiefen.

Bei Neueinstellungen wünscht man sich von den Kandidaten 100 Prozent Begeisterung für Fotografie und die abgedeckten Themen in Kombination mit großer Affinität zu neuen Medien. Gesucht werden smarte, wissbegierige, aufgeschlossene, flexible und

gut organisierte Teamplayer, die Fachausbildungen vorweisen können. Gute Chancen haben dennoch auch Quereinsteiger, wenn sie durch ihr Know-how in Spezialbereichen, Begeisterung für die Materie und einen interessanten Werdegang gut ins Team passen. Gerade weil die Berufsbilder immer mehr zersplittern und auch Personal für Bereiche ohne klare Fachstruktur oder klassischen Ausbildungsberuf gesucht wird, zählen hier oft Fachkompetenz, die Leidenschaft für das Bild und das Interesse für Food und Lifestyle mehr als der richtige Studienabschluss. ▲



NICOLE KROESEN

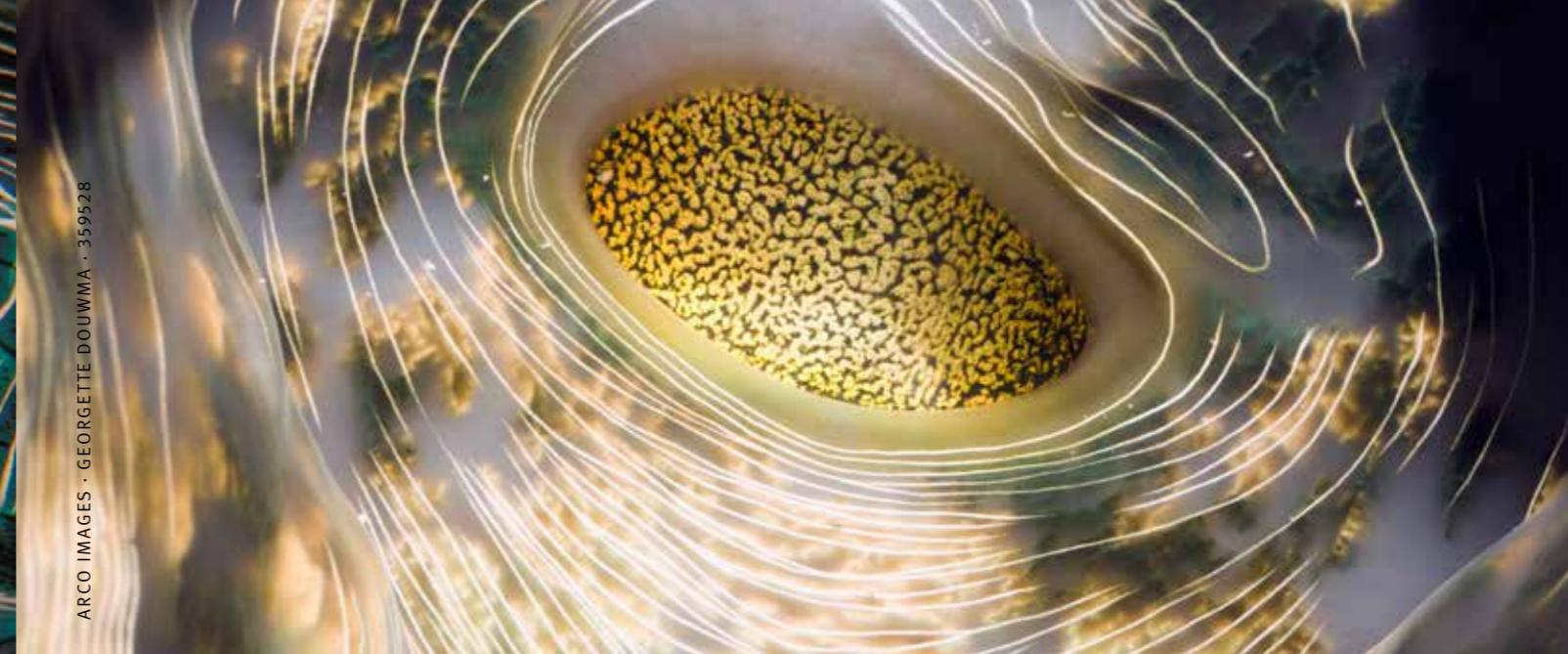
Director Marketing & Communication StockFood GmbH
www.stockfood.com

StockFood gehört zur Unternehmensgruppe CulinArts Holding GmbH, die mehrere Medienunternehmen mit dem Fokus Food und Lifestyle in den drei Bereichen Produktion, Vertrieb und Verlagswesen bündelt.

www.culinarts.com



STOCKFOOD · ADRIAN MUELLER · 11171266



Mit **Sozialkompetenz** zum Sales Director

Dirk Schacht, Sales Director beim Online-Werbenetzwerk plista in Berlin, gelang vor einigen Jahren durch eine Umschulung zum FaMI der Einstieg in die Medienwelt – Erfahrungen eines Quereinsteigers.

Wie würdest du in zwei Sätzen (oder drei Worten) deinen beruflichen Werdegang beschreiben? Karriere mit Umwegen!

Welche Qualifikationen konntest du vor deinem Wechsel in die Medienwelt vorweisen? Waren diese in irgendeiner Weise auch nach dem Branchenwechsel hilfreich? Ich hatte bis zu dem Zeitpunkt in diversen Stationen im sozialen Bereich gearbeitet. In der Altenpflege, aber auch in einer Einrichtung für geistig behinderte Erwachsene, wo ich unter anderem auch eine Werkstatt geleitet habe. Aus der Zeit habe ich sehr wichtige Dinge mitgenommen, die mir in meiner beruflichen Laufbahn durchaus geholfen haben: Erfahrung in der Teamarbeit, der souveräne Umgang mit Stress und Extremsituationen, das Anleiten und Fördern von Mitarbeitern – um nur ein paar zu nennen. Einige Zeit habe ich in diesem Um-

feld auch in den USA gearbeitet, sodass ich zusätzlich meine Englischkenntnisse perfektionieren konnte, was mir beruflich immer wieder sehr geholfen hat.

Ein paar Worte zur Umschulung: Dachtest du sofort, das wäre das Richtige für dich? Was war deine persönliche Motivation? Da ich viele Leute in meinem persönlichen Umfeld hatte, die etwas Kreatives gemacht haben, wollte ich gerne für mich etwas finden, was im weitesten Sinne kreative Arbeit mit einer Business-Komponente verbindet, und exakt auch an dieser Schnittstelle arbeiten, weil mich eben beides gleich stark interessierte. Die Beschreibung des FaMI bzw. die Ausbildungsinhalte waren genau das, was ich spannend fand: Von Photoshop über Webdesign und HTML bis hin zu BWL und Marketing war genau die Bandbreite an Themen geboten, die ich suchte.

Aus der Theorie in die Praxis – wie ging es weiter? Warst du durch die Ausbildung gut vorbereitet auf das, was dann kam? Ich denke die Vorbereitung auf die Praxis war in Ordnung, hätte aber besser sein können. Ich habe ja schon während der Umschulung als Praktikant bei Getty Images gearbeitet und bin dort danach auch übernommen worden. Dort war zu der Zeit schon alles voll digitalisiert. Es gab schon keine physischen Fotos und Archive mehr, sodass es nicht weiter schlimm war, dass dieser Aspekt in der Ausbildung eher stiefmütterlich behandelt wurde. Allerdings habe ich in der Ausbildung einfach Praktiker aus Agenturen vermisst, die einem dort etwas über das „echte Leben“ im Mediengeschäft erzählen. Sich allerdings mit den digitalen Möglichkeiten und Begriffen gut auszukennen, hat mir in der Praxis sehr geholfen.

War die Tatsache, dass du Quereinsteiger warst, irgendwie hinderlich? Wodurch konntest du besonders punkten? Dass ich ein Quereinsteiger war, habe ich nie als hinderlich erlebt, eher im Gegenteil. Ich war zwar neu in der Branche, hatte aber schon Berufserfahrung und etwas von der Welt gesehen und war vielseitig interessiert, hatte also keinen „Branchen-Tunnelblick“. Dadurch konnte ich mich immer schnell und ohne Berührungsängste in verschiedene Themen hineinarbeiten. Das half mir auch ab 2006 bei meinem Wechsel zu Corbis, zunächst war ich dort als Teamlead für das Verlagsteam tätig und ab 2008 als Sales Director verantwortlich für den gesamten Vertriebsbereich „Verlage“.

Was kannst du bei Kollegen, die einen klassischeren Ausbildungsweg hinter sich haben, beobachten? Wo liegen die Vor- und die Nachteile für beide Varianten? Der Vorteil eines klassischen Ausbildungsweges ist ganz bestimmt, dass eine tiefere und detaillierte Auseinandersetzung mit den einzelnen Themen stattfindet, man danach in bestimmten Bereichen tatsächlich Spezialist ist, was man sich bei meinem Ausbildungsweg nach der eigentlichen Ausbildung zusätzlich erarbeiten muss. Allerdings entwickelt und verändert sich die Medienbranche – gerade in den letzten 15 Jahren – rasant schnell. Viele Dinge sind

tatsächlich für alle Beteiligten Neuland, ob klassisch ausgebildet oder Quereinsteiger – wobei hier die Quereinsteiger aus meiner Sicht einen leichten Vorteil haben, da sie oft flexibler sind und vielleicht oft weniger einer „reinen Lehre“ oder gewissen Standards nach- und anhängen, da sie diese nicht in derselben Intensität gelernt und verinnerlicht haben. Ich glaube, es braucht für ein

Hier denke ich, wird das Fachwissen bezüglich Fotografie, Verlagswesen und spezieller Kundenbedürfnisse immer weniger relevant, denn der Fokus liegt auf dem reinen Online-Verkauf und flexiblen Zahlmodellen. Auf der anderen Seite kann in den Bereichen News, Sport, Entertainment oder auch bei der Vielzahl von Spezialanbietern durch Fachwissen absolut gepunktet

„Viele Dinge sind für alle Beteiligten Neuland – egal, ob klassisch ausgebildet oder Quereinsteiger.“

nachhaltiges und erfolgreiches modernes Medienunternehmen Mitarbeiter aus beiden Ausbildungshintergründen und die Offenheit, gegenseitig voneinander zu lernen.

Wohin wird sich der Markt entwickeln? Welche Qualifikationen sind für die Zukunftsfähigkeit im Arbeitsmarkt unerlässlich? Ich sehe in der Bildbranche zwei verschiedene Bereiche, die von der Qualifikation her unterschiedliche Ausrichtungen haben: einerseits die Generalisten im Stockfoto-Bereich, früher war dieses Feld hauptsächlich von Getty und Corbis besetzt, heute gibt es hier schon deutlich mehr Microstock-Angebote und e-Commerce.

werden. Enthusiasmus und Interesse an einem Fachbereich sind hier wichtiger als das reine Verkaufstalent. Fachwissen wird im Gegenzug auf Verlagsseite immer weniger, daher ist hier die Beratungsleistung durch Spezialisten essenziell. Übergeifend gilt mit Sicherheit: Die Offenheit für Neues und Anpassungsfähigkeit an die schnelle Veränderung der Märkte sind wichtig, da sonst ganz schnell der Anschluss verpasst werden kann. ▲

Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste

(M)ein Traumberuf?

Fachangestellter für Medien- und Informationsdienste – eine Berufsausbildung, die viele Bereiche abdeckt und neue Möglichkeiten eröffnet. Was die FaMIs erwartet, welche Perspektiven sich bieten und was Interessantes hinter dem so nüchternen und langen Berufsbegriff steckt, weiß ich nach drei abwechslungsreichen Jahren jetzt genau. Wie waren die drei Jahre? Vielseitig, interessant, abwechslungsreich, spannend – und ich hatte eine Menge Spaß.

Den praktischen Teil meiner Ausbildung absolvierte ich bei der Bildagentur mauritius images in Mittenwald. Auf dem Programm stand der Durchlauf durch alle Abteilungen. Vom Bildeinkauf im Art Department bis hin zum Bildverkauf, vom Marketing bis zur Buchhaltung konnte ich alles kennenlernen. Es war sehr interessant, den kompletten „Lebenszyklus“ eines Bildes zu beobachten. Ich lernte, was bei der Nutzung eines Bildes beachtet werden muss und welche Rechte eine Rolle spielen – und vor allem, was ein gutes Bild auszeichnet. So wird man Profi in Sachen Bild! Schulungen zu den Themen Datenschutz, Bildrechte etc. gehörten ebenfalls zum Ausbildungsplan. Natürlich gibt es neben dem praktischen Teil der Ausbildung auch einen theoretischen. Dieser fand für mich in der Berufsschule für Medienberufe in München statt. Fächer wie Medienanalyse, Medienerschließung, Beruf & Branche, Kundenservice, Medienmarketing und viele mehr standen auf dem Stundenplan. Zwei Wahlfächer pro Jahr wurden uns zudem angeboten. Das-

Leben in München habe ich auch sehr genossen, das Miteinander in Berufsschule und Wohnheim und auch einmal weg von Zuhause sein, waren prägende Erfahrungen.

M eine Schule, mein Ausbildungsbetrieb und die „Leonardo da Vinci Organisation“ haben es mir ermöglicht, während der Ausbildungszeit ergänzend an einem 2-monatigen Praktikum in Schweden teilzunehmen. Insgesamt waren wir 9 FaMIs, die diese einmalige Chance nutzten. Ich war bei der Presse (Boras Tidning) und dort durfte ich fotografieren (einige meiner Bilder wurden sogar veröffentlicht), Redakteure zu Interviews begleiten und einen eigenen Artikel über die Zeit in Schweden schreiben. Es war großartig, auf diese Weise ein Land mit seinen Menschen und deren Kultur kennenzulernen. Wer so eine Chance bekommt, sollte sie auf jeden Fall nutzen!

D urch meine FaMI-Ausbildung habe ich mir einen sehr guten Grundstein im Medienbereich gelegt, auf dem man aufbauen kann. Und das habe ich auch vor. Ich werde nach München gehen und dort eine Weiterbildung zur Mediengestalterin machen, um wieder Neues zu lernen und noch mehr Wissen zu sammeln. Natürlich gibt es in jeder Ausbildung Höhen und Tiefen, Themen, die einem mehr oder weniger Spaß machen, aber der Beruf des FaMI wird mir viele Türen öffnen und mich meinem zukünftigen „Traumberuf“ einen Schritt näherbringen. Er ist als klassischer Aus-

bildungsberuf definitiv eine gute Grundlage, um in der Medienbranche Fuß zu fassen.



LINA KAISER



STOCKFOOD · HERBERT LEHMANN · 11081900

ANZEIGE



 **interfoto**
www.interfoto.de

geschichte
kultur • natur
prominente • reise
unterhaltung • kunst
ereignisse • militaria
wissenschaft • literatur

Bildwissenschaften als Studien- und Forschungsbereich

VISUELLE KOMPETENZ

für das digitale Zeitalter

Die digitale Medienrevolution stärkt das Bild als Wissensspeicher und Kommunikationsinstrument unserer globalisierten Gesellschaft – eine Dynamik, die professionellen Umgang mit Bildern fordert. Von der Bildanalyse komplexer kultureller, ökonomischer und politischer Dimensionen über die Sammlung und digitale Archivierung von Bildmaterial bis hin zur Vermittlung im Ausstellungskontext reicht heute das Anforderungsprofil an Menschen, die mit Bildern arbeiten. Zusätzlich zu dem quantitativen Anstieg visueller Medien erforschen die Bildwissenschaften die qualitativen Eigenheiten des Bildlichen

mehr als Tausend Worte. Information, Erfahrung und Erkenntnis werden in unserer gegenwärtigen Wissensgesellschaft, in noch nie dagewesem Ausmaß, durch Bilder erzeugt und mit diesen kommuniziert. Zugleich hegen wir eine unveränderte, vor dem Hintergrund von Bildmanipulation und Datenflut tendenziell steigende Skepsis gegenüber dem Bild als Abbild und Beleg. Bilder stellen nicht nur Wissen dar, sie generieren durch ihren Gebrauch eigenständige Denkformen mit wissensgenerierendem Eigenwert. Der Wandel im Umfang und die Einsicht in die Macht der Bilder unterstreichen die Notwendigkeit einer spezialisier-

plinäre Fragestellungen aus kunst- und kulturtwissenschaftlichen, sozialen, medien-technischen und praktischen Zusammenhängen. Im Diskurs um das eigenständige Vermögen von Bildern, Wissen zu erzeugen, zu reflektieren und Verstehen zu fördern, beschäftigen sie sich mit objektiven und subjektiven Bildern, den wahrnehmbaren materiellen Bildern und den inneren mentalen Bildern.

Das Department für Bildwissenschaften unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Oliver Grau ist eine international vergleichslose Institution für Forschung

„Information wird in noch nie dagewesem Ausmaß durch Bilder erzeugt und mit diesen kommuniziert.“

in der Produktion, Distribution und Rezeption von Wissen. Bilder stellen Bedeutungen ohne notwendige verbale Übersetzung her, sie erschließen sich dem Menschen nicht als logisches Problem der Sprache, wirken direkt auf Wahrnehmung und Emotion und entwickeln eigene Dynamiken des Erkennens und Erinnerns – Bilder sagen eben

ten und eigenständigen Weiterbildung in diesem Bereich.

Die Bildwissenschaften bieten hier die notwendige Orientierung, um den Herausforderungen der gegenwärtigen Medien- und Bildrevolution gegenübertreten zu können. Bildwissenschaften bearbeiten transdiszi-

plinäre Lehre zu allen Formen von Bildern, und zugleich der einzige Studienort im deutschsprachigen Raum, der sich dezidiert dieser Aufgabe stellt. Das Department folgt in Forschung und Lehre einer inter- und transdisziplinären Ausrichtung, die besonderen Wert auf die Verbindung von Theorie und Praxis legt und Antworten >

Süddeutsche Zeitung Photo

Der besondere Augenblick

Reportage



www.sz-photo.de

Seien Sie anspruchsvoll.

Süddeutsche Zeitung

› auf die heute alle Bereiche unserer Gesellschaft und Kultur durchdringende Revolution der Bilder gibt. Bildwelten aus Kunst, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft werden analysiert und ihre Entstehung, Erschließung und Bewahrung erforscht. Gestärkt wird der innovative Ansatz des Departments durch enge Verbindungen zur Praxis, die sich insbesondere durch die Entwicklung neuartiger Bild- und Videodatenbanken sowie die Entwicklung führender Verfahren der Digitalisierung und Langzeit-erhaltung von Bildbeständen auszeichnet.

Von besonderer Bedeutung für die bildwissenschaftliche Forschung und Lehre am Department für Bildwissenschaften ist die ca. 30.000 Blätter umfassende druckgrafische Sammlung des Stifts Göttweig, die vom Department für Bildwissenschaften inhaltlich erschlossen und digital archiviert wird. Der größte Teil des Graphischen Kabinetts stammt aus der Barockzeit und umfasst Werke von deutschen, niederländischen, italienischen, französischen und englischen Meistern.

Die Bestände des Göttweiger Graphischen Kabinetts wurden im Sommer 2002 in das Zentrum für Bildwissenschaften integriert. Das Archive of Digital Art (ADA) ist eines der international umfassendsten und bedeutendsten Dokumentationsarchive der zeitgenössischen digitalen Kunst. Durch die Zusammenarbeit mit renommierten Medienkünstler/innen bietet das Archive of Digital Art (ADA) einen umfassenden Überblick über die immersive, tele-matische, genetische und interaktive Kunst unserer Zeit. Das erste vom FWF – Wissenschaftsfond, der zentralen Einrichtung zur Förderung von Grundlagenforschung in Österreich, unterstützte Projekt an der Donau-Universität Krems markiert für die Medienkunstforschung in den Bildwissen-



schaften einen Durchbruch. Die postgradual und berufsbegleitend organisierten Studiengänge bauen auf der Forschungsarbeit auf, sind international einzigartig und vermitteln in Zusammenarbeit mit den renommiertesten Forscher/innen und den Profis der internationalen Bildmärkte einen fein justierten Mix aus praxisorientierten Fähigkeiten und Theoriewissen. Bildproduzenten und Bildproduzentinnen aus Fotografie, Bildredaktion und Design, Bildbewahrer/innen aus Ausstellungswesen, Archiven und Bibliotheken und Theoretiker/innen aus den (Kultur-)Wissenschaften kommen am Department für Bildwissenschaften zum gemeinsamen Studium zusammen.

Studierende erwerben praktisches und theoretisches Wissen zu Entstehung, Funktion und Wirkung von Bildern, entwerfen Praxisprojekte zur Bildarchivierung und Ausstellungsvermittlung und entwickeln mit der Graduierung zum Master of Arts Medienkompetenzen auf wissenschaftlichem Niveau. ›



MAG. THOMAS VEIGL

ist Kultur- und Medienwissenschaftler und Studiengangleiter des Masterprogramms in Bildwissenschaften am Department für Bildwissenschaften der Donau-Universität Krems.

MASTERSTUDIENGANG BILDWISSENSCHAFT

Das Masterprogramm in Bildwissenschaft richtet sich insbesondere an Personen aus Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen wie Museen, Archiven und Bibliotheken sowie aus den Bereichen Fotografie, Journalismus, Bildredaktion, Werbung und Pressestellen. Darüber hinaus sind Absolventen jeglicher Disziplinen angesprochen, die im Umgang mit visuellem Material Schlüsselkompetenzen zur weiteren Karriereentwicklung erwerben möchten oder sich beruflich mit Bildmaterial befassen. Voraussetzungen für die Teilnahme sind ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Bachelor) oder eine einschlägige berufliche Qualifikation mit mehrjähriger Berufserfahrung.

Die Studierenden erwerben von international ausgewiesenen Fachexperten und Facherpertinnen heute wesentliche Bild- und Medienkompetenzen sowie professionellen Umgang mit visuellem Material. Im Umgang mit historischen Kunstmedien bis zu digitalen Bildwelten aus Wissenschaft und Popularkultur gewinnen sie ein wissenschaftlich fundiertes, praxisorientiertes und historisch vergleichendes Wissen über Bilder und Bildinformationen und erhalten eine maßgeschneiderte Weiterbildung.

In der Studieneingangsphase „**Visuelle Kompetenzen (CP)**“ werden disziplinäre Zugänge aus Kunstgeschichte, Bildphilosophie, Medienwissenschaft, Wahrnehmungspsychologie und Gestaltung diskutiert, Bildwelten aus Kunst, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft analysiert und Grundlagen der Bildwissenschaften praktisch erlernt. Das „**Digitale Sammlungsmanagement (CP)**“ bietet einen umfassenden Einstieg in die Welt der digitalen Erfassung, Erschließung und Langzeitarchivierung von Bildmaterial. Für das „**Exhibition Development (CP)**“ erlernen die Studierenden die Grundlagen der Ausstellungsentwicklung und des Projektmanagements sowie praxisrelevantes Wissen um Finanzierung, Copyright und Leihverkehr. Die Fachvertiefung „**Fotografie (CP)**“ behandelt Theorie und Geschichte sowie die digitale Zukunft der Fotografie als zentrales Medium bildwissenschaftlicher Diskurse. Fotografie wird als künstlerische Ausdrucksform sowie als historisches und sozialwissenschaftliches Dokument diskutiert. Ferner wird auf Erwerb von allgemeinen Managementkompetenzen und von Know-how am Bildmarkt Wert gelegt.

Das Studium schließt mit einer Masterthese ab. www.donau-uni.ac.at/bildwissenschaft



KOMMENTAR „Zwischen Betriebswirtschaft und künstlerischer Arbeit.“

Ein Erfahrungsbericht von Mag. Gregor Kallina M.A. zum Studiengang „Bildwissenschaft“

Zwischen 2009 und 2011 studierte ich den Masterlehrgang Bildwissenschaft an der Donau-Universität in Krems. Aus den hier wählbaren Semestermodulen hatte ich mich für Visuelle Kompetenzen, Fotografie und Digitales Sammlungsmanagement entschieden.

Mein Werdegang in Ausbildung und Beruf war zuvor eher wirtschaftlich orientiert. Seit meinem Abschluss der Wirtschaftswissenschaften in Wien arbeite ich bei einer österreichischen Großbank, momentan als Projektmanager im Bereich Real Estate. Neben meiner hauptberuflichen Tätigkeit war ich zwischen 2011 und 2013 Mitorganisator



© GREGOR KALLINA

den. Ich wollte neben meiner wirtschaftlichen Ausbildung eine akademische hinzufügen, die meiner kreativen Interessenlage und Tätigkeit entspricht.

Während der Ausbildung besonders interessant war für mich das Modul Fotografie, da hier ein guter Überblick über Fotohisto- rie im Verbund mit Fototheorie geboten wurde. Die aktuelle Rezeption von Fotografie, kommerziell wie künstlerisch, ist nur in einem historischen wie theoretischen Kontext möglich. Man versteht besser, wie Bilder heute „gesehen“ werden, und kann daher gezielter zu Konzepten der Kuratierung, aber auch zu Aktivitäten der Kunstvermittlung und der Kunstvermarktung Stellung beziehen bzw. selbst entsprechende Aktivitäten professioneller gestalten. Ebenso hilft es, fotografische Projekte konsistenter zu konzipieren.

Die Vermittlung des letzten Standes wissenschaftlicher Forschung zum Thema Bild erfolgt umfassend durch die den besten Experten ihres jeweiligen Fachgebietes. Sie bereitet auf die Anwendung des in diesem Lehrgang vermittelten Wissens innerhalb einer betriebswirtschaftlichen Organisationsstruktur vor, sei es beispielsweise in einer Bildredaktion oder in einem musealen Betrieb.

Der Lehrgang bietet diese betriebsorganisatorischen Aspekte ebenso, beispielsweise durch Vermittlung von Projektmanagement-Skills. Mit den Modulen Digitales Sammlungsmanagement und Ausstellungsmanagement als Teil des Lehrgangportfolios ist auch der gesamte Masterlehrgang auf die Vermittlung akademischer Inhalte

zur Praxisanwendung ausgerichtet. Das ist meiner Meinung nach auch der Anspruch, der an ein postgraduales Programm zu stellen ist.

Hier liegt meiner Ansicht nach auch das Optimierungspotenzial. Wünschenswert wären weitere Projektarbeiten, die die vermittelten Inhalte noch mehr in einem praktischen organisatorischen und betrieblichen Umfeld anwenden, um eine noch bessere Balance zwischen Theorie und Praxis zu schaffen. Da die besten Kapazitäten während des Lehrganges vortragen, könnte beispielsweise auch der jeweilige Betrieb der Vortragenden für Projektarbeiten verstärkt genutzt werden. Nicht zuletzt geht es auch darum, den Studierenden durch eine betriebliche Einbindung Möglichkeiten zu bieten, ein Netzwerk für ihre künftigen Ambitionen aufzubauen. Auf den ersten Blick könnte man mich als „Quereinsteiger“ bezeichnen, jedoch vor dem oben beschriebenen Hintergrund der Einbettung der Inhalte in einen Betrieb relativiert sich das. Insofern kann ich auch jedem mit betriebswirtschaftlichem Background diesen Lehrgang empfehlen. Man bringt schon ein essenzielles Rüstzeug mit und kann dieses noch mit neuen Inhalten ergänzen.

Insgesamt möchte ich sagen, dass die Entscheidung für den Masterlehrgang Bildwissenschaft für mich sehr positiv war. Weniger im Sinne einer „Karriere“ in einer Kulturorganisation, sondern mehr als wichtige fachliche Basis für persönliche Projekte. ▶

<https://www.grexpix.at>

KOMMENTAR „Ein Studium. Nicht schon wieder.“

Das war mein erster Gedanke, als ich erfuhr, dass ich im Rahmen meines Volontariats bei Süddeutsche Zeitung Photo ein Masterstudium absolvieren sollte.

Nach dem Abitur wollte ich Fotografin werden. Um diesen Traum zu verwirklichen, nahm ich mir ein Jahr, um zwei Praktika bei Fotografen zu machen. Schnell war klar: Das ist nichts für mich. Meine Liebe zum Medium Fotografie und der Nebenjob im Fotostudio waren zwar geblieben, ich entschied mich aber, einen Magister in Politikwissenschaften zu machen. Nebenfächer Neuere Deutsche Literatur und Kunstgeschichte. Die Kunst war mir hier etwas zu trocken, abgeschlossen habe ich trotzdem. Dann das Volontariat in der Bildagentur Süddeutsche Zeitung Photo. Eine perfekte Symbiose aus meiner Leidenschaft für die Fotografie und meinem Interesse an Zeitgeschichte und Politik. Dann eben auch noch ein Masterstudium in Niederösterreich.

Schnell habe ich gemerkt, dass diese Weiterbildung nicht zu vergleichen war mit dem, was ich in verdunkelten Hörsälen der Abteilung Kunstgeschichte an der Uni erlebt habe. Keine Dias wurden von rechts nach links geschoben, keine formalen Bildanalysen im Sinne von „... der Betrachter lässt seinen Blick entlang der Kleiderfalte ins Bild schweifen ...“. Vielmehr erwarteten mich vier Semester Abwechslung. Ich wählte die Kurse „Visuelle Kompetenzen“, „Digitales Sammlungsmanagement“ und „Fotografie“. Das vierte Semester wurde auf die Vorbereitung der Masterthese verwendet. In jeweils drei Präsenzwochen wechselten die Themen und Vortragenden schnell. Phi-

losophische Ansätze und wissenschaftliche Erkenntnisse wurden diskutiert, Dozenten erzählten aus ihrem alltäglichen Umgang mit Fotografie und Datenbanken in verschiedenen Arbeitsfeldern wie Bibliotheken, Bildagenturen, Archiven, Sammlungen und Unternehmen. Best Practice, Anleitung, Exkursionen, Kamingespräche und immer Platz für eigene Erfahrungen und Anschauungen. Da sich das Studium an Personen richtet, die selbst mit diesen Themen im Beruf zu tun haben, konnte die Theorie auch immer mit eigenen Arbeitsschwerpunkten verbunden werden. Datenbanken mussten evaluiert werden, eigene Projektarbeiten geplant oder Theorien verstanden werden. Meine Masterthese habe ich über den Bildemarkt in Deutschland geschrieben und so wichtige Erkenntnisse für meine alltägliche Arbeit in einer Bildagentur gewonnen.

Wer Interesse am Umgang mit Fotografie in verschiedenen Berufsfeldern hat, sein praktisches Wissen mit Theorie und Erfahrung untermauern möchte und ein berufsbegleitendes Studium sucht, ist hier folglich genau richtig. ▶



Cinzia Gianni, SZ Photo



© GREGOR KALLINA



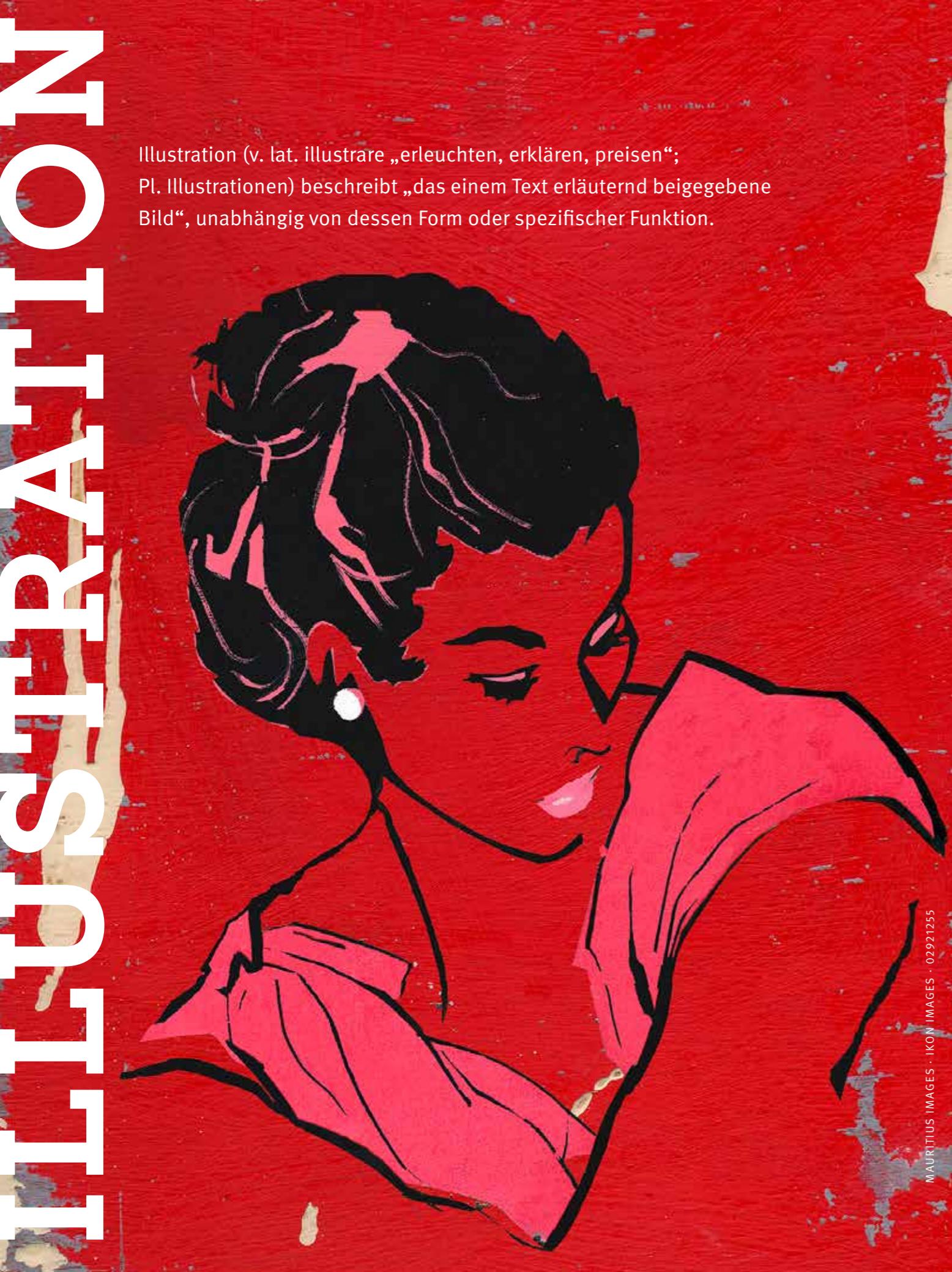


Illustration (v. lat. *illustrare* „erleuchten, erklären, preisen“; Pl. *Illustrationen*) beschreibt „das einem Text erläuternd beigegebene Bild“, unabhängig von dessen Form oder spezifischer Funktion.

Studiengang ILLUSTRATION

An der HAW Hamburg werden deutschlandweit die einzigen staatlichen Bachelor- und Masterstudiengänge im Fach Illustration angeboten. Welchem Wandel dieser Fachbereich unterworfen ist, was neue Techniken ermöglichen und welchen Schwerpunkten sich Studenten hier widmen können, erklärt Professor Reinhard Schulz-Schaeffer, Leiter des Studiengangs.

Mit der Digitalisierung der Medien hat sich auch das Aufgabengebiet der Illustration und die Art und Weise, wie Illustrationen entstehen und verarbeitet werden, grundlegend geändert. Neben den klassischen künstlerischen Techniken sind zahlreiche neue, digitale Darstellungstechniken entstanden, die innovative Ästhetiken ermöglichen. Aber auch klassische Beschränkungen, die vor allem durch die Reproduktion nötig waren, sind heute kein Thema mehr. Eine Ölmalerei auf großer

jedoch rein virtuell entstehen. Es gibt von ihnen nur Reproduktionen in den klassischen und neuen Medien. Wie sich unser Verständnis von Bildern verändert, wenn das Original verzichtbar wird, ist inzwischen auch zu einer zentralen Frage in der Illustration geworden.

Dreidimensionale Arbeiten werden in 3-D-Programmen aus zahlreichen kleinen Skulpturen zusammengesetzt, die mit dem gleichen Erfahrungshintergrund wie die klassi-

„Illustration ist eine Kunst der Interpretation von Wirklichkeit und die Kunst der Übertragung von Erfahrung in eine fiktive Erzählung.“

MAURITIUS IMAGES · IKON IMAGES · 02921255

Leinwand lässt sich ohne Probleme noch im nassen Zustand digital reproduzieren und als Illustration drucken.

Professionelle Mal-, Zeichen- und 3-D-Programme sind Werkzeuge, die mit jeder Weiterentwicklung ästhetische Fragen aufwerfen. Sie eröffnen neue Sichtweisen und bieten Raum für praktisch-künstlerische Forschung und Entwicklung. Mit ihnen schaffen die Studierenden Malereien und Skulpturen, die zwar handgemacht sind,

sche handgeformte Skulptur entstehen – nur dass zusätzlich noch eine hochkomplexe Software beherrscht werden muss. Der Lohn dafür ist eine täglich wachsende Bibliothek an Formen. Weil die Modelle editierbar bleiben, stehen sie jederzeit für neue Szenarien zur Verfügung.

Aber auch inhaltlich entwickelt sich die Illustration weiter. Die Autorschaft rückt immer mehr in den Fokus der Tätigkeit. Grafiknovenllen, Kinderbücher, Sachbücher,

aber auch Apps, Spiele oder interaktive Webseiten werden von den Illustratorinnen und Illustratoren als Autoren entworfen und umgesetzt. Die Konzeption umfangreicher Werke ist längst fester Bestandteil der Lehre. Bachelor- und Masterarbeiten werden regelmäßig von Verlagen ausgewählt und veröffentlicht.

Illustration ist eine Kunst der Interpretation von Wirklichkeit und die Kunst der Übertragung von Erfahrung in eine fiktive Erzählung. Die visuelle Interpretation ist eine originäre Leistung, die anhand von fiktiven Projekten oder in Kooperationen mit Verlagen und Organisationen in realen Auftragssituationen trainiert wird. In dem Illustrationsstudium werden kontinuierlich neue Stilistiken entwickelt, die Gegenwart auf einem hohen ästhetischen Niveau widerspiegeln. Interpretation und Stilistik, Inhalt und Form sind die entscheidenden Qualitäten, die im Studium vermittelt werden.

**Die große Herausforderung:
Print vs. Online**

Jedes neue visuelle Medium bietet auch Chancen für die Illustration. Sie ist – analog zum Text – das Instrument, Wirklichkeit zu interpretieren. Eine grundlegende menschliche Notwendigkeit für unser Verständnis von der Welt. Dass die Illustration in den sozialen Netzwerken ihren Platz einnimmt, >

Fortsetzung Studiengang Illustration

› überrascht also wenig. Dort wird geschrieben und gezeichnet, gemalt und fotografiert.

Mit dem Wandel der Medienwelt entstehen neue Berufsfelder, auf die sich die Studierenden durch ein individuell gestaltetes Curriculum vorbereiten können. Das Studium bietet zahlreiche Wahlmöglichkeiten. Die Studierenden können ihren Interessen folgen und die Inhalte frei kombinieren. Neue Themen, wie zum Beispiel die interaktive Illustration, Computerspiele oder Graphic Recording, werden kontinuierlich in die Lehre integriert.

Es ist längst üblich, dass die Arbeiten digital abgegeben werden – ganz gleich, ob sie analog oder digital entstanden sind. Die digitale Nachbearbeitung, gemischte Arbeitsabläufe oder rein digitale Herstellungstechniken beschleunigen die Arbeit und lassen Raum für kurzfristige Änderungen. Text-Bild-Beziehungen lassen sich auch wesentlich komplexer organisieren, wenn digitale Werkzeuge verwendet werden. Die Infografik mit ihren aktuellen Themen wie Datenjournalismus oder Newsgames ist ein gutes Beispiel dafür. Im klassischen Bilder- und Sachbuch ist die digitale Arbeitsweise ebenso normal geworden wie im Comic oder in der Illustration für interaktive Anwendungen auf Tablets.

Welche Illustration passt zu welchem Medium?

Kein Medium erzwingt einen bestimmten Stil. Es gibt jedoch je nach Medium bevorzugte Zeichen- und Malwerkzeuge. Illustrationen, die Texte enthalten, Infografiken oder informative Illustrationen müssen flexibel bleiben. Redaktionelle Änderungen sind bis kurz vor Druck üblich. Vektorprogramme bieten mit ihrer auflösungsunabhängigen

Technologie eine hohe Flexibilität. Elemente können vergrößert werden, Texte bleiben editierbar. Das digitale Arbeiten bietet sich an, weil mithilfe der Ebenenfunktion Text und Bild getrennt werden. Beschriftungen können so ohne Eingriff in die Bilddaten verändert werden.

Buchillustration hat traditionell ihren ästhetischen Schwerpunkt in den analogen Techniken, der Comic hat traditionell einen Schwerpunkt in der Zeichnung. In der

ellen Interpretation von Erkenntnissen mit künstlerischen Mitteln. Der Schwerpunkt Belletristische Illustration legt seinen Fokus auf die Kinderbuchillustration und Editorial Illustration befasst sich mit der Illustration von Artikeln und Texten in Presse, PR und Präsentationen.

Ein reiches Angebot an Kunstmodulen vermittelt künstlerische Grundlagen und schult das künstlerische Verständnis. Das wird mit Zeichnen, Malen, computergestütztem Ex-

„Mit dem Wandel der Medienwelt entstehen neue Berufsfelder, auf die sich die Studierenden durch ein individuell gestaltetes Curriculum vorbereiten können.“

Lehre werden solche Zuordnungen gezielt hinterfragt. Mit den Projektarbeiten suchen die Studierenden in jedem Studienschwerpunkt nach neuen Wegen.

Grundvoraussetzungen für das Studium

Voraussetzung für das Studium der Illustration an der HAW Hamburg ist eine hervorragende künstlerische Eignung. In einer mehrtagigen Aufnahmeprüfung, der eine Mappenbewerbung vorausgeht, werden die talentiertesten Bewerberinnen und Bewerber ausgewählt. Nur dreißig Studienplätze können jedes Jahr vergeben werden. Im Bachelorstudiengang Illustration werden vier Studienschwerpunkte angeboten. Comic und Bilderzählung befasst sich mit seriellen Bilderzählungen in unterschiedlichen Medienformaten. Die informative Illustration, Infografik und Wissenschaftsillustration vermittelt die Fähigkeit der visu-

periment, Creative Writing, Siebdruck, Holzschnitt, Radierung und Lithografie erreicht. In den zugehörigen Laborkursen lernen die Studierenden die handwerklichen Techniken. Theoretische Lehrangebote vermitteln neben dem schriftlichen wissenschaftlichen Arbeiten theoretische Kenntnisse und Fähigkeiten in der Kunst- und Designgeschichte, der Dramaturgie, Philosophie und der Bildwissenschaft.

Im Department Design werden die Kunst-, Labor- und Theoriekurse für alle künstlerischen Studiengänge parallel angeboten. So entsteht ein hochdifferenziertes Angebot, aus dem sich die Studierenden ein individuelles Studium zusammenstellen können.

Das Bachelorstudium umfasst 210 Leistungspunkte und ist für sieben Semester ausgelegt. Anschließend können sich die Absolventinnen und Absolventen auf einen

Masterstudienplatz des Teilstudiengangs Illustration bewerben. Dieses Masterstudium dauert drei Semester und umfasst 90 Leistungspunkte. Absolventen eines künstlerischen Studiengangs können sich für die Studienschwerpunkte bewerben. Während im Bachelorstudium ein Wechsel zwischen den Studienschwerpunkten erwünscht ist, wird im Masterstudium ein Schwerpunkt konzentriert vertieft. Im Masterstudium werden die Studierenden auf die Selbstständigkeit vorbereitet. Sie sollen alle Kompetenzen erwerben, um sich erfolgreich als freiberufliche Illustratoren behaupten, oder eine Führungsposition in einem Verlag oder einer Institution übernehmen zu können. ◀



PROF. REINHARD SCHULZ-SCHAEFFER
Leiter des Studiengangs Illustration an der HAW Hamburg



STUDIENANGEBOT ILLUSTRATION AN DER HAW HAMBURG

Fakultät Design, Medien Information (DMI), Department Design

An der HAW Hamburg werden deutschlandweit die einzigen staatlichen Bachelor- und Masterstudiengänge im Fach Illustration angeboten. Für beide Studiengänge bieten wir drei Studienschwerpunkte an. Die Studierenden können zwischen Buchillustration, Medienillustration und Informativer Illustration wählen. Der Studienschwerpunkt Buchillustration befasst sich mit Kinder- und Jugend- und Erwachsenenbuchillustration, in der Medienillustration werden Editorial Illustration, Bilderzählung, Comic und Animierte Illustration gelehrt und die Informative Illustration entwickelt Konzepte und Illustrationen für Sachbuch, Fachbuch, lehrt die Infografik und Wissenschaftsillustration.

www.haw-hamburg.de/ba-illu



Visual Storytelling als Fügung der Postmoderne

EINE KURZGESCHICHTE DER KOMMUNIKATION

Als wir vor ungefähr drei Millionen Jahren begannen, uns Gedanken über die Welt zu machen, verspürten wir das Bedürfnis, unsere Erkenntnisse zu kommunizieren. Die ersten Versuche, Wahrheiten und Sinn zu deuten, stellten unsere Vorfahren bildhaft in Höhlen, später an Tempelmauern und in Pyramiden dar. Die seit viertausend Jahren andauernde Entwicklung von komplexen Sprachen, Rheto-

Philosophie und die Massenmedien und, noch wichtiger, durch die „Social Media“. Wir sind im vollen Kreis wieder dort angekommen, wo Kommunikation anfing. Und nicht nur Gestalter beschäftigen sich mit dem Thema. Eine aktuelle, neuwissenschaftliche Studie zeigt, dass wir bildhafte Information 60-mal schneller als Texte verarbeiten. Die Pop-Kultur beschert uns eine nicht enden wollende Flut an unterhaltsamen Impressionen, die Globalisierung strebt nach Kommunikation jenseits der lokalen, sprachlichen Idiosynkrasie und die

der Begriff gerade in der modischen Agentursprache etabliert, beschreibt er eine Entwicklung, die mindestens schon 50 Jahre zu beobachten ist. Können wir uns mittlerweile eine Welt vorstellen, in der wir nicht hauptsächlich bildhaft kommunizieren?

Wir verbringen ein Drittel unseres Wachseins mit Tagträumen und Selbstgesprächen: Unser Verstand ist geradezu süchtig nach Erzählungen. Seitdem Marketing das „Behavioural Targeting“ entdeckt hat, reden wir ständig über „Storys“. Storys lassen viel Raum für Interpretation und wenn wir dabei eine emotionale Bindung erstellen können, werden unsere grauen Zellen in Dopamin marinert. In der Gestaltung von erzählerischen Inhalten ist jede Wahrnehmung immer im Kontext einer Geschichte zu verstehen. Wir überlegen, wann die Klimax passieren soll, wie wir unseren Call-To-Action gestalten, wer die Protagonisten sind und wie wir mit ihnen in einen Dialog treten. Die Bildgestaltung ist nicht länger eine geflüsterte Geschichte, die sich allmählich dem Betrachter offenbart, während er nachdenklich vor einem Bild verweilt.

SELFIES UND DIE DEMOKRATISIERUNG DER BILDERWELTEN

Die massenmediale Bombardierung wurde aber überraschenderweise von sozialen Netzwerken überholt. Seit Gutenbergs Druckerpresse blieben die Massenmedien >

„Die Bildgestaltung ist nicht länger eine geflüsterte Geschichte, die sich allmählich dem Betrachter offenbart, während er nachdenklich vor einem Bild verweilt.“

rik und Typografie können wir im Nachhinein aus heutiger Sicht als kurzes Intermezzo wahrnehmen, wenn wir die allgegenwärtige und urmenschliche visuelle Tradition betrachten, auch wenn das Textliche (und die Intertextualität) aus der Kommunikation und als Speicher für Wissen nicht wegzudenken ist.

Zeitraffer zum Ende des zweiten Millenniums: egal ob „Iconic Turn“ (Gottfried Boehm), „Pictorial Turn“ (W. J. T. Mitchell) oder „Imagic Turn“ (Ferdinand Fellmann), das Bildhafte feiert seinen Siegeszug durch die

SCHOOL OF CREATIVE ARTS

(Studiengänge Medien- und Kommunikationsdesign, B.A. / Film und Fernsehen, B.A.)

Medien- und Kommunikationsdesign (B.A.) Studienrichtungen:

Animation · Mediendesign · Interaction Design · Game Design · Media Design (engl.)

Der Studiengang Medien- und Kommunikationsdesign bildet die Schnittstelle von multimedialem Design, Produktionsmanagement und Technik. Das breit gefächerte und interdisziplinäre Studium vermittelt in sieben Semestern inklusive Praxis- und Auslandssemester je nach Wahl der Studienrichtung theoretisch-methodische Grundlagen der visuellen Kommunikation sowie gestalterisches und technisches Know-how zur Erstellung von Layouts, Bildern, Grafiken, Multimedia, Games und Animationen. Ob als Grafikdesigner, Animation Artist, Game Designer oder Interface Designer – immer sind konzeptionelles Denken und gestalterische Kreativität gefragt. Studienrichtungen sind: Animation, Game Design, Interaction Design und Mediendesign.

Abschluss Bachelor of Arts

Studiendauer 7 Semester inkl. 1 Auslandssemester

Studienstart Wintersemester

Studienort München, Stuttgart, Köln, Hamburg, Berlin, Mailand

Aufnahmebedingungen

Hochschul- oder Fachhochschulreife, Eignungstest und persönliches Gespräch, künstlerische Arbeitsproben.

Ausführliche Infos unter: www.macromedia.de

ANZEIGE

BLAU
IST DAS NEUE ROT!
COMING 2015

berlin picture gate
bpg

HOTLINE
030 2327 5541

Fortsetzung Visual Storytelling als Fügung der Postmoderne

› ein Privileg der wenigen, die sich die Investition für Produktion und Vervielfältigung leisten konnten, bis soziale Netzwerke eine Waffengleichheit schufen. Je nach Statistik laden wir circa 350 bis 400 Millionen Bilder täglich allein auf Facebook hoch. Wir

wenn die Story in Echtzeit generiert wird, je nachdem, wonach man gerade sucht oder was man „liked“? Und was bedeutet das alles für professionelle Fotografen und Bildgestalter? Der breitere Kontext ist hier wichtig. Wenn man sich von der trendigen Ter-

Architektur und Industriedesign im letzten Jahrhundert entfernt sich Kommunikationsdesign vom Handwerklichen und dehnt sich aus, um angrenzende Bereiche wie zum Beispiel Spatial Experience, Data-Journalismus und Motion Design in sich zu vereinen, allgemeiner und wissenschaftlicher zu werden. Mittlerweile und in Zukunft noch verstärkter wird es darum gehen, Kommunikation zu gestalten, und nicht darum, etwas zu kommunizieren. Damit die nächste Generation von Designern für zukünftige Herausforderungen gewappnet sein kann, ist der Schwerpunkt universalistisch: Wir müssen in erster Linie vielschichtige Erlebnisse gestalten, die wertvolle Inhalte mit strategischen Zielen und sozialer Verantwortung verbinden.

„Mittlerweile und in Zukunft noch verstärkter wird es darum gehen, Kommunikation zu gestalten, und nicht darum, etwas zu kommunizieren.“

schwimmen nicht nur in einer von Massenmedien produzierten Bilderflut, sondern jeder von uns verursacht dazu noch eine kleine, persönliche Bilderflut. Um uns herum strudeln Bilderströme aus unzähligen Quellen, jeder davon will gesehen und beachtet werden. Soziale Netzwerke untergraben die traditionelle Relevanz (oder doch Wichtigkeit?) der Masse (ja das Privileg der Massenmedien), indem sie unsere Abneigung gegenüber Fremdbestimmung, also Werbung, mit einer unmittelbaren Nähe zu unseren „Friends“ und deren Erzählungen verbinden.

Die nächste große Revolution im Netz steht kurz bevor: Semantic Web. Nach sozialen Netzwerken (Web 2.0) sollen alle Inhalte nach Willen des W3C inhärent verständlich werden (Web 3.0). Das bedeutet, dass Maschinen (oder die Algorithmen, die das Internet durchsuchen, kategorisieren oder organisieren) die Inhalte auch ohne unsere Interpretation richtig verstehen, interpolieren und vernetzen können. Aus den Millionen von bildhaften Erzählungen, die jeden Tag produziert werden, werden neue „Meta-Storys“ entstehen. Wie sieht „Visual Storytelling“ aus,

minologie verleiten lässt, kann man zu dem Schluss kommen, dass „Visual Storytelling“ jetzt in aller Munde ist, weil es sich um eine neue Methode oder Strategie handelt. Das ist es aber nicht. Es geht um mehrere konvergierende Paradigmenwechsel.

**DAS NET IST TOT –
LANG LEBE DAS NEUE NET**

Erstens: Als Kommunikationsdesigner werden wir uns verstärkt mit Plattformen befassen, nicht mit einzelnen Inhalten. Wir werden netzwerkunterstützende Lösungen entwickeln, damit alle am Storytelling teilnehmen können. Die Liste von Beispielen ist jetzt schon endlos: von Instagram und Spotify über Salon.io bis ghosts.org. Zweitens: Wenn wir als Kommunikationsdesigner dann doch Inhalte gestalten werden, wird es sich dabei um komplexe, zeitlich ausgedehnte Erlebnisse handeln: die Marke als Story, die Kampagne als Story, die Webpräsenz als Story.

Das führt dazu, dass unser Beruf im Wandel ist. Sicherlich ist das Know-how unverzichtbar, mit Typografie, Bildkomposition und Vordruck umzugehen. Aber genau wie

SILVIO BARTA
Professor für
Interaction Design



© INGA SOMMER

128.916 real madrid 8.458 klaus wovereit
5.272 krise ukraine 3.380 meryl streep 5.759
commerzbank 29.503 nico rosberg 4.368
museum of modern art new york 1.343
günter grass 6.805 nasa 21.048 namibia
6.272 braunbär 7.356 flüchtlingslager 4.130
andrea berg 90.868 urlaub 1.495 sumo
8.161 regenwald 2.928 martin winterkorn
6.805 queen elizabeth II

28.113.621 a l l e b i l d e r

imago
a l l e b i l d e r

28.113.621 Bilder online verfügbar (Stand 1.7.2014)
www.imago-sportfoto.de / www.imago-stock.de

Die Fotoindustrie in Zahlen

Ca. **1.500 Fotos**

werden täglich durchschnittlich
bei der Fotoagentur laif runtergeladen

Über **98.000 Fotos**

wurden bei World Press Photo 2014 eingereicht

8.000 Fotos

Fast „Blende 2013“ vor, einem bundesweiten Leser-Fotowettbewerb von
50 Zeitungen, bei denen knapp **80.000 Fotos** eingegangen waren

Über **800.000**

Instagram-Fotos gab es
auf Twitter und Tumblr allein von Hurricane Sandy

Ca. **23.000**

Fotos erhält der Stern an einem ereignisreichen Tag

21.006 Fotos

wurden 2014 beim Deutschen Jugendfotopreis eingereicht

Ich wäre so gerne ... **BILDREDAKTEUR!**

Für bildaffine Menschen, die nicht als Fotografen tätig werden wollen, sondern gerne organisieren, recherchieren und editieren, also im Hintergrund agieren, liegt kein Berufsbild näher als das des Bildredakteurs. Doch wie schafft man hier den richtigen Einstieg? Nadja Masri von der Ostkreuzschule für Fotografie in Berlin erklärt, wie's funktioniert.

Bilder sind etwas Wunderbares! Sie sprechen eine universelle Sprache und erreichen jeden in wenigen Sekunden – Menschen auf der ganzen Welt, unabhängig von Alter, Bildungsstand und Kulturkreis. Gleichzeitig kann heute jeder fotografieren und Bilder zur Verfügung stellen; wir leben im Zeitalter der Informationen und der Bilder – das ist Segen und Fluch zugleich.

Wie managen wir die tägliche Bilderflut? Viele arbeitende Bildredakteure sind Quereinsteiger oder ehemalige Fotografen, die über „learning by doing“ zu ihrem Beruf gekommen sind – und machen einen guten Job. Doch der Markt hat sich sehr verändert und es ist wichtiger denn je, gute Bildredakteure auszubilden. Ein grundsätzliches Interesse für Visuelles und ein guter Blick für Qualität und das Besondere sind nach wie vor Voraussetzung für diesen Beruf, jedoch muss man heute über viel mehr Skills als diese verfügen.

Wie hat sich der Markt verändert? Früher waren die Fundorte für gute Bilder überschaubar. Man hatte bestimmte Fotografen, Agenturen und Archive, mit denen man gerne zusammenarbeitete, verfolgte die bekannten Fotopreise, ging auf Fotoausstellungen sowie auf einige wenige Fotofestivals im Jahr, wo man Fotografen und Kollegen traf. Heute gibt es immer

mehr und neue Quellen für gute Bilder: unzählige Fotografen, Fotowettbewerbe und -stipendien, Fotofestivals und Fotobücher. Dazu kommen Online-Magazine, Blogs, soziale Netzwerke, Fotoplattformen wie Instagram u.a. Eine sehr spannende Zeit, in der man immer wieder Juwelen entdecken kann. Es scheint aber gleichzeitig fast unmöglich, den Überblick zu bewahren und ständig auf dem Laufenden zu bleiben. Der Druck, nichts zu verpassen, ist enorm! Dazu kommen häufig ein Kosten- und Zeitdruck. Aus diesem Grund ist es extrem wichtig, als Bildredakteur gut organisiert zu sein und eine brauchbare Struktur für die eigene Arbeit zu entwickeln.

Hinzu kommt: An Bildredakteure, die online arbeiten, sind andere Anforderungen gestellt als an ihre Kollegen im Print. Nicht immer können dieselben Bilder, die in der Zeitung oder im Magazin gedruckt werden auch online verwendet werden. Sei es aus Budgetgründen oder weil ein einseitiges Bild in einer Zeitschrift, das online nur noch in Briefmarkengröße gezeigt werden kann, derart nicht funktioniert. Damit das Online-Angebot spannend bleibt, müssen die Inhalte regelmäßig und häufiger erneuert werden. Eine Slideshow, in der ein Bild nach dem anderen folgt, ist anders editiert als eine Strecke für ein Magazin, in dem mehrere Bilder unterschiedlicher Größe auf einer Seite miteinander korrespondieren

und einander ergänzen sollten.

Was macht einen guten Bildredakteur aus? Wir brauchen heute also visuelle Experten, die artikuliert über Bilder sprechen können, die effektiv und effizient arbeiten, die rasch aus den Unmengen an Bildern die guten von den schlechten unterscheiden können, die wissen, wo man schnell gute Einzelbilder und Geschichten zu verschiedenen Themen in unterschiedlichen Genres und Stilen findet, die einen Fotografen, egal wo auf der Welt, ausfindig machen und beauftragen können. Bildredakteure sollten sich außerdem mit Bild-, Persönlichkeits- und Urheberrecht auskennen und gerade im Journalismus ethische Richtlinien kennen, um Glaubwürdigkeit und Authentizitätsansprüche zu garantieren. Schließlich sollten Bildredakteure mit Online-Medien vertraut sein, das heißt Content-Management-Systeme beherrschen und am besten auch noch über multimediale Kompetenz verfügen. Ein guter Bildredakteur ist ein Experte für Bilder, aber eben auch ein Redakteur, der inhaltlich und konzeptionell denkt. All das zu vermitteln, ist das Ziel der Ostkreuzschule für Fotografie, eine der wenigen Institutionen, die Bildredakteure ausbilden.

Was bietet die Ausbildung an der Ostkreuzschule für Fotografie? In dem Studium werden unter anderem aktuelle >



GLOWIMAGE · BEYOND FOTO · 0223688BL

wegzudenken ist, realisieren die Bildredakteure jedes Jahr unter der Leitung von Betty Fink, Leiterin Agentur Ostkreuz, und Maik Reichert Multimedia-Stücke.

Im Sommer 2013 kam als ein weiteres Projekt das „OKS-lab“, der Fotoblog der Ostkreuzschule, dazu. Die Bildredaktionsklasse 2013/2014 hat den Blog entwickelt und konzipiert, eine Redaktion gestellt mit dem sogenannten Blogger vom Dienst, einer Schlussredaktion und einem Community Management. Nach ca. 100 Beiträgen wurde der Blog 2014 an den nächsten Jahrgang übergeben. Der Blog ist eine optimale Plattform, um redaktionelles Arbeiten zu lernen und sich in unterschiedlichen Funktionen auszuprobieren.

Zusammen mit dem theoretischen Wissen werden durch die Projekte Fotobuch, Multimedia-Stück, Blog, Organisation eines „Shooting Day“ mit anschließender Slideshow-Präsentation und einem ganztägigen Portfolio-Review – Letztere sind Kooperationen mit den Fotografie-Studenten der OKS – eine große Bandbreite sowohl im analogen wie im digitalen Bereich abgedeckt.

Sehr wichtig ist der Praxisbezug, das heißt, das Gelernte wird stets und ständig in verschiedenen Projekten angewandt und vertieft. Das geschieht beispielsweise in dem jährlich produzierten Fotobuch „New York Edited“, das in Kooperation mit den Absolventen des „Documentary Photography and Photojournalism Program“ des International Center of Photography in New York entsteht. Die Bildredakteure selektieren und editieren die Geschichten, legen die Reihenfolge fest, texten und layouten mit professioneller Unterstützung. Da eine gewisse Online-Kompetenz nicht mehr

Wie sind die Berufsaussichten? Es ist kein Geheimnis, dass es den Medien schon

besser ging. Doch es gibt einen Bedarf an guten Bildredakteuren, das merken wir an den Anfragen nicht nur für Praktikanten sondern auch für Trainee-, Volontär- und Redakteursstellen. Die Absolventen der OKS arbeiten u.a. bei: Cicero, Der Spiegel, Die Zeit, Dummy, Favorite Pictures, Fluter, KircherBurkhardt, Roba Images und Studio Andreas Wellnitz. ↗

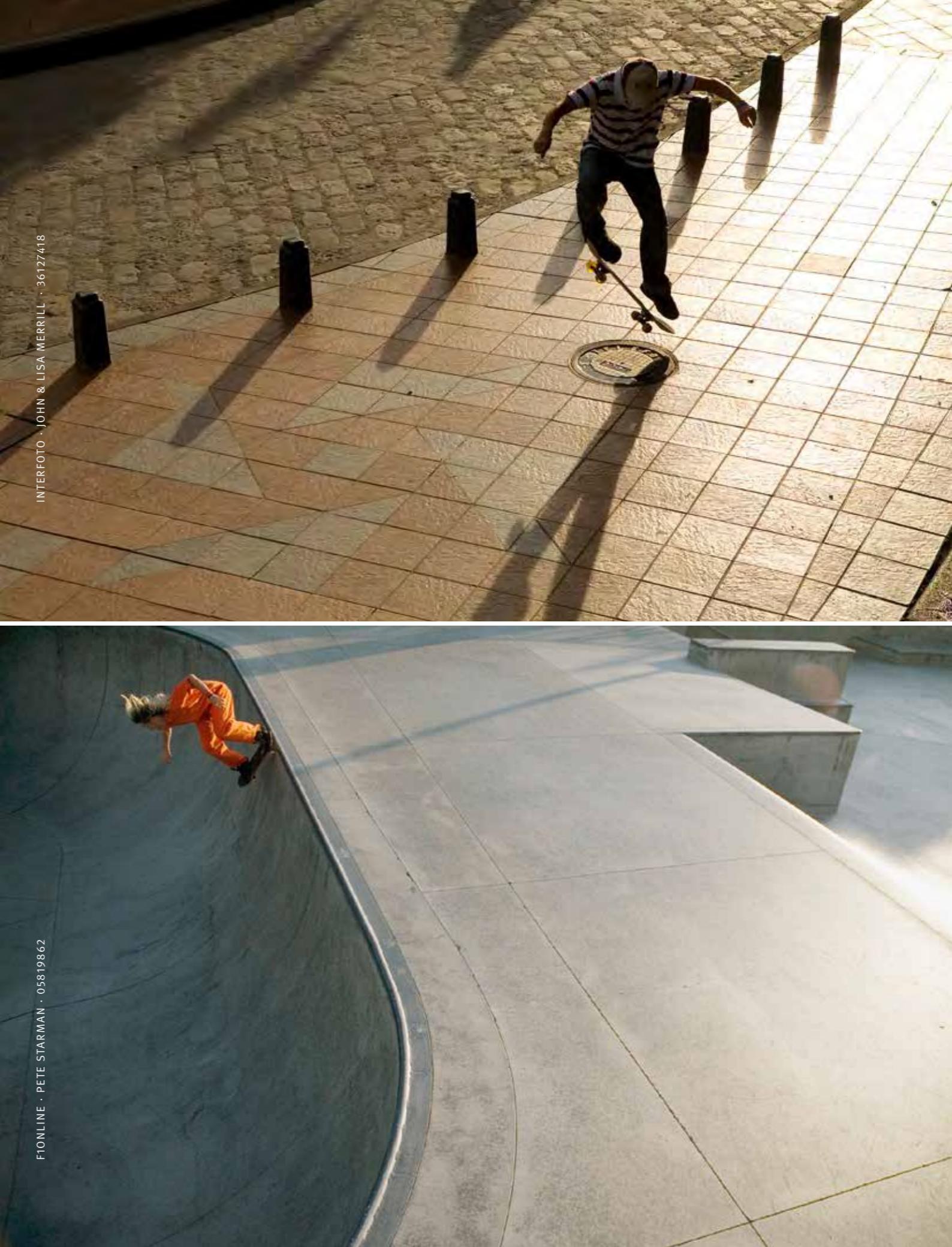


© BASTIAN GEBAUER

NADJA MASRI

Freie Bildredakteurin & Leiterin des Studiengangs „Bildredaktion“ an der Ostkreuzschule für Fotografie in Berlin

www.ostkreuzschule.de
www.oks-lab.de
www.facebook/ostkreuz.de



INTERFOTO · JOHN & LISA MERRILL · 36127418

F1ONLINE · PETE STARMAN · 05819862

Starfotograf Helge Strauss:

Fotografen müssen ihr Handwerk beherrschen

Helge Strauss, seit über 30 Jahren professioneller Fotograf, Künstler und Dozent, hat zunächst eine Fotografenlehre absolviert und anschließend ein Studium zum Fotodesigner in Köln abgeschlossen. Er ging direkt in die Selbstständigkeit und musste bereits nach kurzer Zeit sein Studio und Labor vergrößern. Er nahm Aufträge von berühmten Künstlern wie Jennifer Rush, „Skorpions“, der Jackson Family und Uwe Ochsenknecht an und kreierte über 3.000 Platten- und CD-Cover

aber wirklich braucht, ist ein solides Know-how! Es ist wichtig, sich mit der Technik der analogen Fotografie auseinanderzusetzen und sie zu verstehen. Diese Grundlagen gehen heute in der digitalen Welt verloren.“

Das Medium

Professionelle Fotos müssen dem Medium, das genutzt werden soll, von Kunstmaler bis hin zu Werbeplakaten, angepasst sein. Ein Bild muss den Erwartungen des Be-

„Alle wollen immer Tipps bekommen, die sie direkt zum perfekten Fotografen machen“, schmunzelt Helge Strauss.

„Was es aber wirklich braucht, ist ein solides Know-how!

Es ist wichtig, sich mit der Technik der analogen Fotografie auseinanderzusetzen und sie zu verstehen.“

sowie zahlreiche Titelbilder für Zeitschriften. Er drehte ein paar 100 Videoclips mit Musikern, unter anderem führte er Regie in Musikvideos für „Hollywood Project“. Danach ging er in die künstlerische Richtung und machte Ausstellungen mit seinen Fotografien in verschiedenen Galerien und auf der „Art Cologne“. Heute ist er Fotograf für verschiedene Modelabels, für Beautyfotografie (L'Oréal, Wella) und Dozent für Fotodesign an der Akademie Deutsche POP in Köln. „Alle wollen immer Tipps bekommen, die sie direkt zum perfekten Fotografen machen“, schmunzelt Helge Strauss. „Was es

trächters gerecht und kann auch gern durch außergewöhnliche Maßnahmen übertragen werden. Ein Foto und seine Individualität sprechen für den Künstler. Helge Strauss selbst veranstaltet die verrücktesten Fotoshootings, er nutzt besondere und ausfallende Maßnahmen, um einzigartige Bilder zu erschaffen.

Ein gewisses „Feeling“ beim Fotografieren ist sehr wichtig für die verschiedenen Arten und Facetten der Fotografie. Ein Fotograf findet zumeist eine bestimmte Sparte der Fotografie, in der er sich direkt

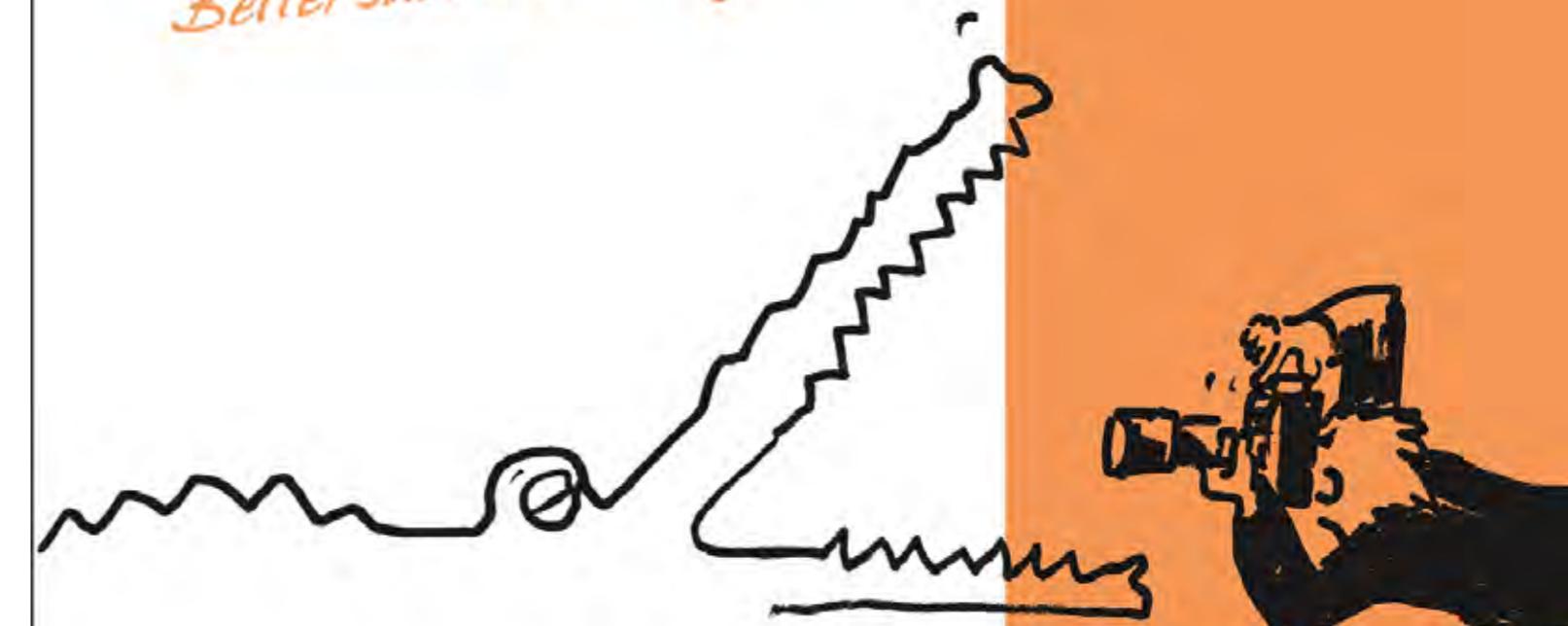
wohlfühlt, sei es Food-Fotografie, People, Fashion, Music, Beauty oder etwas anderes. Je nach Bereich wird mehr oder weniger die eigene Kreativität gefördert. In der Fotodesigner-Ausbildung an der Akademie Deutsche POP zum Beispiel greift Helge Strauss all diese verschiedenen Facetten auf, damit sich jeder seinen bevorzugten Bereich aussuchen kann. So werden viele Arten der Fotografie vorgestellt und gelernt. Bei ihm selbst hat sich bereits sehr früh herausgestellt, dass ihm das Arbeiten mit Menschen und vor allem Musikern, eben lustigen und verrückten Charakteren, am meisten Spaß macht. Er macht heute von Sedcard-Shootings über Mode- und Beautyfotografie bis hin zu Schauspielerportraits alles, was mit Menschen zu tun hat. Helge Strauss meint: „Jeder Mensch ist anders und hat etwas Spannendes und Aufregendes ... und dies im Bild einzufangen und aus den Leuten herauszuholen, macht am meisten Spaß.“

Auffallen in der digitalen Bilderflut

Mainstream-Filter, die im Moment durch „Instagram“ so aktuell sind, sind Helge Strauss' Meinung nach ein Trend, der Bilder austauschbar und einheitlich macht. Ein Filter macht aus einem schlechten Foto kein gutes Foto und ein gutes Foto braucht keinen Filter. Die Qualität sowie die Spezialisierung sind wichtige Punkte, um sich vom Mainstream zu unterscheiden. Der individuelle „Touch“ und der Wiedererkennungswert geben einem einen Namen ➤

...oder doch besser versichert!

Better save than sorry...



ANDREAS MATTHIESSEN

Versicherungsmakler

Curslacker Heerweg 270
21039 Hamburg

Tel. 040/790 111 90
Fax 040/790 111 91

www.kameraversicherung.de

- ✓ Technik
- ✓ Haftpflicht
- ✓ Produktionen



› in der Branche, je verrückter, ausgefallener und qualitativ hochwertiger, desto besser. Helge Strauss: „Es geht darum, in dieser riesigen digitalen Bilderflut aufzufallen, und auffallen kann man nur mit verrückten Ideen. Durch abkupfern kommt man nicht weit, man muss seinen eigenen Stil und vor allem auch sein eigenes Medium finden. Requisiten sind auch ein ganz wichtiges Mittel, je verrückter, desto besser!“

Ein Wiedererkennungswert ist etwas, das einen direkt erkennen lässt, dass das Bild die „Handschrift“ des Fotografen trägt. Es gibt Künstler, die nur in Schwarz-Weiß arbeiten oder mit übertriebenen Formen, mit ausgefallenen Posen oder schrägen Perspektiven. Um aus der Masse herauszustechen, muss der eigene Stil entwickelt werden, der auch ruhig ungewöhnlich sein darf und soll. Helge Strauss' Motto „You get what you give“ bezogen auf die Fotomodelle bedeutet, dass ein Fotograf es vermag, offen auf die Leute zuzugehen. Er muss in der Lage sein, eine Atmosphäre zu bieten, in der sich das Model wohlfühlt. Damit ist es in den meisten Fällen möglich, schüchternen Leuten die Angst vor der Kamera zu nehmen. „Das ist eine absolute Vertrauenssache, das kann nicht jeder!“

Probleme und Fehler

„Ein Problem in der Branche sind diese Fotoplattformen, wo man heutzutage Fotos für ein paar Euro kaufen kann. Ein Fotograf, der einen Auftrag bekommt, ein bestimmtes Foto zu schießen, der herumfährt, recherchiert, um den perfekten Ort im perfekten Licht zu finden, kostet viel mehr, als nur ein Foto herunterzuladen. Doch die Individualität und Perfektion eines solchen Bildes lassen sich mit dem ‚Discounterbild‘ nicht vergleichen. Deswegen ist für Fotografen die Option, mit Fotoagenturen zusammenzuarbeiten, meist nicht mehr erstrebenswert oder finanziell entlohnend“, erläutert Helge Strauss.

Ein größeres Problem der heutigen Fotografie sieht Helge Strauss in den vielen Automatikprogrammen bei den Kameras. Sie verleiten zu der Annahme, dass die Kamera das Foto schon vernünftig machen wird. Wichtig ist aber: „Basics lernen, Bücher kaufen, die Fotografie selber verstehen, eben Grundwissen aneignen. Fragt euch selbst: Wie kann ich mit der Fotografie kreativ umgehen? Die Kamera kann das nicht vorgeben, kein Automatikprogramm der Welt macht ein superkreatives Foto, das kann ich nur selbst machen.“ Der Profi empfiehlt, im

„One-Shot“ zu denken, das Licht mit einzurechnen, die Kreation muss schon vor dem Fotografieren perfekt sein. Eine Digitalkamera kann ein schlechtes Bild nicht besser machen, selbst mit integrierter „Motivklingel“ (Gesichts- oder Lächeln-Erkennung). Diese verleitet nur zur Unterdrückung der eigenen Kreativität des Fotografen. „Meiner Meinung nach ist die Qualität der Fotografie im digitalen Zeitalter schlechter geworden. Die Ansprüche sind nicht mehr so hoch, die Leute sind mit schlechteren Fotos zufrieden, diese werden dann nur durch Photoshop verbessert. Ein gutes Bild muss im Kopf schon fertig sein und dann in der Aufnahme perfekt werden. Man kann vielleicht Kleinigkeiten ändern, wenn überhaupt.“

Snapshot- oder Handyfotografie ist allerdings ein ganz eigener Bereich, der aber die wirklich künstlerische Fotografie nicht ersetzen kann. Hier vergleicht Helge Strauss die Fotografie mit Gesang: „Jeder kann irgendwie unter der Dusche singen, aber man hört sofort, ob jemand Talent, Übung, Wissen und Kreativität hineingesteckt hat. Das macht den großen Unterschied!“ Das möchte Helge Strauss den Leuten beibringen, so wie er es auch seinen Teilnehmern an der Akademie Deutsche POP beibringt: zunächst die Basics der Fotografie zu lernen und dann sieht man auch, wie man schon mit Schärfe und Unschärfe einen Unterschied machen kann. □

Esther Gosau

<http://www.helge-strauss.de/>
<http://www.deutsche-pop.com>
<http://creativemindsmag.de/jobcheck-15-fotograf/>



Mit über 1 Million Bilder aus Kunst, Kultur und Geschichte - darunter weltbekannte Künstler, Sammlungen und Museen - können Sie sicher sein, immer etwas Neues zu entdecken.

bridgemanimages.de



DER DOZENT

An der Akademie Deutsche POP in Köln unterrichtet Helge Strauss den Ausbildungsgang Fotodesign. Dieser setzt sich aus drei Kursen zusammen, die jeweils ein halbes Jahr dauern: Vom Fotoassistenten über den Fotoeditor bis hin zum Fotodesigner führt Helge Strauss die zukünftigen Fotografen durch praktische und theoretische Herausforderungen.

It's all about the picture!

Bildredakteurin, Galeristin, Dozentin und Journalistin Ute Noll kennt viele Facetten der Arbeit am und mit dem Bild. Die PICTA-Redaktion sprach mit ihr über Nachwuchsförderung, Lehrtätigkeit, redaktionelle und künstlerische Projekte.



Mit welchen Themen hast du dich beruflich in den letzten Jahren beschäftigt? Ich arbeite seit Frühjahr 2013 als Photo Director beim Kulturmagazin „Du“ mit Redaktionsitz in Zürich. Jährlich erscheinen zehn Themenausgaben. Der Schwerpunkt liegt auf Kunst, Kultur und modernem Leben, wobei die Fotografie einen hohen Stellenwert hat.

Seit 2007 betreibe ich außerdem meine Projektagentur „ON PHOTOGRAPHY AND ILLUSTRATION“. Unter diesem Dach arbeite ich für das Magazin „HotelDesign“, das im Deutschen Fachverlag erscheint, lehre an der FH Bielefeld „Bild im Kontext“, schreibe als freie Autorin monatlich über Nachwuchstalente und betreue zeitlich begrenzte Projekte. 2009 und 2010 konzipierte und organisierte ich für die Frankfurter Buchmesse eine Nachwuchsfotografen-Veranstaltung mit Portfolio-Walk, Kurz-

stellung, Modellauswahl, Location Scouting und Bildauswahl.

Und nicht zu vergessen: Eine Galerie betreibst du auch noch ... Ja, in meiner Galerie „UNO ART SPACE“ in Stuttgart kuratiere ich jährlich etwa vier Ausstellungen. Bislang habe ich Künstlerinnen und Künstler aus Korea, New York City, Detroit, London, Paris, Barcelona, Teheran, Berlin, Köln und Stuttgart gezeigt. Häufig beleuchten die ausgestellten Serien oder Projekte jeweils ein Thema aus einer besonderen Perspektive, ob konzeptionell, experimentell, inszeniert, dokumentarisch oder an der Schnittstelle von Fotografie und Malerei.

Wie haben sich die Anforderungen an den Beruf der Bildredakteurin geändert? Kurz gesagt: Alles soll immer noch schneller gehen und immer noch weniger kosten.

„In der Fotoszene gibt es viele offene, freundliche und besondere Menschen mit Visionen.“

vorträgen, Ausstellungen und einer begleitenden Publikation. 2011 unterstützte ich die mfk corporate publishing GmbH, Darmstadt/Berlin bei Konzept und Umsetzung des Fotowettbewerbs „Fremde Heimat“ inklusive Juryauswahl und Kataログproduktion. Und 2013 organisierte ich erneut für den Deutschen Sparkassen Verlag eine Fotoproduktion nach CI- und Format-Vorgaben inklusive Teamzusammen-

Darauf muss man reagieren können. Gute Ergebnisse benötigen Zeit und Geld. Allerdings ist mein Eindruck hier, dass man hohe Qualität immer schon verteidigen musste. Und schon vor der Bilderflut war es zwingend notwendig, Bilder herauszufischen, die sich abheben und passen, und den gut en Umgang mit dem Bild von Grafikern und Text-Redakteuren einzufordern, falls notwendig. Es gibt aber auch positive

Entwicklungen: Die technischen Möglichkeiten, virtuell zu arbeiten, kommen mir beispielsweise sehr entgegen. Während der Planungsphase des „Du“-Magazins ist es heute für mich möglich, von überall zu arbeiten, ob von Stuttgart oder New York oder Berlin. Nur während der Haupt-Produktionsphase bin ich in der Redaktion in Zürich anwesend. So etwas war noch vor zehn Jahren undenkbar und ich glaube, beim „Du“-Magazin funktioniert das, weil wir ein relativ kleines, gut zusammenarbeitendes Team sind und uns schnell absprechen können.

Welchen Ausbildungshintergrund hast du selbst? Ich habe Soziologie mit dem Schwerpunkt „Visuelle Soziologie und Qualitative Sozialforschung“ sowie während eines Auslandsstudiums in den USA „Visuelle Kommunikation“ studiert. Schon immer wollte ich mehr über ungewöhnliche oder alltägliche Phänomene in unserer Gesellschaft erfahren, interessierte mich dafür, wie man Forschungsergebnisse darüber an ein interessiertes Publikum attraktiv aufbereitet weitervermitteln kann. So lernte ich Interview- und Auswertungstechniken kennen sowie den Umgang mit der Kamera, mit Bildästhetik und Schnitt. Während dieser Zeit war mein Berufsziel, Autorin und Regisseurin für Dokumentarfilme zu werden.

Wie bist du dann Bildredakteurin geworden? Eigentlich suchte ich während meines Auslandsstudiums in den USA nach einem Praktikum bei einer Dokumentarfilmproduktion. Weil das nicht geklappt hat, empfahl mir eine Studienkollegin die Peter Arnold Picture Agency in New York. ▶



Fortsetzung It's all about the picture!

› Die Arbeit dort hatte mir so gut gefallen, dass danach für mich auch der Beruf der Bildredakteurin infrage kam. Zurück in Deutschland lernte ich, als ich an meiner Magisterarbeit schrieb, das damals neue und avantgardistische Jugendmagazin „jetzt“ der Süddeutschen Zeitung kennen. Konzept, Text, Layout und Bilder fand ich so überzeugend, dass ich unbedingt dafür arbeiten wollte und eine Bewerbung an die Redaktion schrieb. Der Zeitpunkt passte, die Bewerbung auch, und so wurde ich dort Bildredaktionsassistentin.

Was hast du dort gelernt? Sehr viel! Ich habe verstanden, dass Magazinjournalismus heißt, Themen aus ungewöhnlichen Blickwinkeln anzugehen. Dass die besten Ergebnisse erzielt werden, wenn Text, Grafik und Bild als Einheit betrachtet werden. Dass es besonders fähige Fotografinnen und Fotografen gibt, die herausragende Bildideen für hochwertige Magazine entwickeln und umsetzen.

Wie ging es dann weiter? Meine erste Stelle als Bildredakteurin bekam ich in der Entwicklungsabteilung beim Meister Verlag in München. Dort entwickelte ich umfangreiche Printprodukte zu den verschiedensten Themen mit und arbeitete mit Bildagenturen in der ganzen Welt zusammen. Anschließend wechselte ich als Bildredakteurin in die Buchabteilung von Reader's Digest in Stuttgart.

Wie kamst du aus dem Buchbereich wieder zu einem Magazin? Die Frankfurter Rundschau hatte eine neu eingerichtete Stelle als Magazin-Bildredakteurin ausgeschrieben. Darauf hatte ich mich beworben, wurde genommen und hatte das Glück, das Magazin der Frankfurter Rundschau mitentwickeln zu dürfen. Das war sehr aufregend! Von der ersten bis zur letzten – der Kürzung geschuldeten – Ausgabe 2007 war ich für die Fotografie und Illustration verantwortlich und konnte in dieser Funktion viele eigene Ideen umsetzen. ›

Kannst du ein Beispiel nennen? Die von mir noch während der Entwicklungsphase vorgeschlagene wöchentliche Seite zur Vorstellung von künstlerischer Fotografie oder freien Projekten wurde zu einer renommierten Plattform für junge internationale Fotografinnen und Fotografen. Solch eine regelmäßige umfangreiche Präsentation gab es bis dahin nur in den Foto-Fachmagazinen, aber nicht für die Leserschaft einer Tageszeitung. Bis 2007 habe ich mehr als 300 fotografische Talente dafür entdeckt. Zudem habe ich auch Themen aus Politik, Gesellschaft etc. mit künstlerischer und freier Fotografie bebildert und für besondere Projekte mit den Fachhochschulen zusammen-gearbeitet. Wir hatten kein großes Budget, dafür aber große Freiräume und wurden für unser Produkt mit dem FreeLens-Layout-Preis und dem European Newspaper Award ausgezeichnet. ›



COURTESY · UNO ART SPACE



Rechtsanwalt Stephan Breckheimer, LL.M.
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Mainz

Schützen Sie Ihre Werke!

Gemeinsam mit einem international agierenden Netzwerk unterstützen unsere hochspezialisierten Anwälte Sie schnell und kompetent.

Lassen Sie sich von uns beraten!
www.tcilaw.de



Technology, Communications & Information
Mainz • München • Berlin



Fortsetzung It's all about the picture!

› Seit wann lehrst du Bildredaktion?

2005 hat mir die FH Dortmund den neu eingerichteten Lehrauftrag von sechs Semesterwochenstunden für Bildredaktion angeboten, den ich gerne angenommen und kontinuierlich bis zu Beginn meiner Tätigkeit beim „Du“-Magazin 2013 ausgeübt habe. Die FH Dortmund war – soweit mir bekannt ist – eine der ersten, vermutlich sogar die erste staatliche Fachhochschule, die Bildredaktion angeboten hat. Prof. Heiner Schmitz, der bis zu seiner Emeritierung 2004 dort lehrte, und seine Kolleginnen und Kollegen hatten schon sehr früh die Bedeutung dieses Zweiges für die Ausbildung im Fachbereich Fotografie/Design erkannt. Ein bisschen stolz bin ich schon, dass ich in diesem Feld Pionierarbeit leisten konnte. Seit 2007 ist das Fach Bildredaktion sogar fester Bestand des Lehrplans geworden. 2009 hatte mich dann zudem die FH Bielefeld eingeladen, das damals neu eingerichtete Kompaktseminar am Fachbereich Fotografie/Design zu halten. Diesen Kurs

biete ich dort bis heute an.

Wie bildest du aus? Meine Seminare haben Workshop-Charakter. Ich schaffe zunächst eine angenehme Lernumgebung, in der man sich ungezwungen und vorurteilsfrei über Bilder und Erfahrungen austauschen und so besser die eigene fotografische Identität kennenlernen kann. Dazu gehört auch, die Studierenden dafür zu sensibilisieren, dass in der angewandten und künstlerischen Fotografie die Frauen prozentual deutlich schlechter vertreten sind, je länger ihr Studienabschluss zurückliegt. Es ist mir auch wichtig, den Teamgedanken unter den Studierenden zu fördern. Je länger ich lehre, umso flexibler reagiere ich auf die individuellen Bedürfnisse des Einzelnen. Und die Zusammenarbeit mit den Studierenden macht mir immer noch großen Spaß.

Was versuchst du den Studenten zu vermitteln? Die Kurse baue ich so auf, dass

sie sich gleichermaßen an angehende Fotografen wie auch Bildredakteure richten. Wir analysieren Magazine, recherchieren in den Bilddatenbanken der Agenturen, lernen ihre Profile kennen und arbeiten an Strategien für das Bebildern von kurzen oder längeren Artikeln, editieren Bilder und diskutieren, wie die Bilder auf uns wirken. Besprechen, was dabei rechtlich beim Veröffentlichen von Fotografie zu beachten ist, wie Verträge mit Agenturen und Fotografen aufgebaut sind oder wie man Fotografen brieft und Honorare verhandelt. Der Schwerpunkt liegt auf der redaktionellen Fotografie, doch auch Aspekte der künstlerischen Fotografie und der Werbefotografie werden thematisiert. Wir arbeiten zudem mit selbst produzierten Bildstrecken und Projekten und besprechen diese bezüglich Bildauswahl, Aufbau des Portfolios und der geeigneten Präsentation bei einer Portfolio-Review.

Ein weiterer, ebenfalls wichtiger Schwerpunkt des Seminars ist der Austausch mit

COURTESY · UNO ART SPACE (3)



internationalen Fotografen und Experten der Fotoszene. Gerade habe ich mit den Studierenden der FH Bielefeld eine Exkursion nach Paris gemacht. Dort trafen wir Jim Casper, Gründer und Betreiber des bedeutenden Blogs „Lens Culture“ sowie Marie-Pierre Subtil, Chefredakteur des sehr erfolgreichen Reportagemagazins „6 mois“. Die Begegnungen mit diesen herausragenden Persönlichkeiten der Fotoszene sind sehr bereichernd.

Welchen Tipp hast du für den Nachwuchs? Ich würde so oft wie möglich Festivals, Vorträge und Fachveranstaltungen besuchen. Dort bekommt man ein Gefühl für die Branche, kann Experten zuhören, Kollegen oder Kommilitonen treffen und ein persönliches Netzwerk aufbauen. Der Bildermarkt ist zwar hart umkämpft, aber in der Fotoszene gibt es dennoch viele offene, freundliche und besondere Menschen mit Visionen. ▲

UTE NOLL

arbeitet seit April 2013 als Photo Director für das „Du“-Magazin in Zürich. Seit 2007 betreibt Ute Noll die Galerie „UNO ART SPACE“ in Stuttgart mit dem Schwerpunkt Internationale Fotografie. Ihre Projekt-Aktivitäten bündelt sie unter dem Dach der Agentur „ON PHOTOGRAPHY & ILLUSTRATION“ Stuttgart: Sie ist seit 2009 Lehrbeauftragte an der Hochschule für Fotografie Bielefeld und von 2005 bis 2013 lehrte sie an der FH Dortmund. Seit 2005 schreibt sie in ihrer monatlichen



© MONICA MENEZ

Rubrik in der Zeitschrift Photography jeweils über ein Nachwuchstalent aus dem Bereich der künstlerischen Fotografie in der Zeitschrift „Photographie“ und ist seit 2003 festes Mitglied im sechsköpfigen Kuratoren-Team der „Darmstädter Tage der Fotografie“.

www.on-photography.com

Der erste Job Zwischen Befristung und freier Mitarbeit

Am Ende der Ausbildung freut man sich auf einen interessanten Start ins Berufsleben. Soweit Berufsanfänger nach einem Bewerbungs marathon einen Arbeitsvertrag erhalten, handelt es sich dabei jedoch zumeist um ein befristetes Arbeitsverhältnis. Zeitverträge sind in vielen Branchen, insbesondere auch in der Medienbranche, zum Normalfall geworden. Arbeitgeber versprechen sich mit Befristungen einerseits eine größere Flexibilität und andererseits eine Umgehung des Kündigungsschutzes; häufig in Bezug auf weibliche Kandidaten auch einen Schutz vor arbeitgeberseitigen Belastungen ausgelöst durch Schwangerschafts- und Elternzeit.

etwa gerade eine Schwangerschafts- oder Krankheitsvertretung gesucht wird. Liegt ein solcher Sachgrund vor, sind auch mehrere aufeinanderfolgende Zeitverträge möglich. Eine Mitarbeiterin der Post klagte zum Beispiel jüngst und im Ergebnis erfolgreich gegen die Wirksamkeit ihrer 88. Befristung im 17. Jahr ihrer Beschäftigung.

Für den Arbeitgeber eröffnen Zeitverträge die Aussicht, Arbeitsverhältnisse nicht durch eine Kündigung mit dem Risiko von Kündigungsschutzverfahren beenden zu müssen, sondern diese Arbeitsverhältnisse schlicht auslaufen zu lassen. Demgegenüber besteht das Risiko, dass die Arbeit-

eine neue Befristung unterschreiben. Es ist daher Arbeitnehmern dringend anzuraten, vor der Abgabe von Unterschriften zur Verlängerung von Befristungen rechtlichen Rat einzuholen.

Für Berufsanfänger sind Befristungen daher nicht zwingend ein Nachteil, da ein etwaiger Kündigungsschutz sowie erst nach sechs Monaten Beschäftigung eintreten kann und für Kleinunternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitern ohnehin nicht gilt. Auch ein befristeter Arbeitsvertrag ist grundsätzlich ein guter Einstieg in das Berufsleben.

Gerade im journalistischen Bereich und für Fotografen werden Beschäftigungen jedoch häufig nicht als Arbeitsverhältnisse, sondern für „Freelancer“ oder „Freie Mitarbeiter“ angeboten. Einen gesetzlich geregelten Vertragstyp „freie Mitarbeit“ gibt es nicht. Die Bezeichnung eines Beschäftigungsverhältnisses als „freies Mitarbeiterverhältnis“ ist lediglich der Versuch, auszudrücken, dass ein freier Dienstvertrag und gerade kein Arbeitsverhältnis zu begründet werden soll. In vielen Fällen sind diese Beschäftigungen im tatsächlichen Ablauf jedoch gleichwohl kaum von regulären Arbeitsverhältnissen zu unterscheiden. Die „Freelancer“ werden in den normalen Arbeitsablauf eingebunden, haben sich an Arbeitszeiten zu halten und keinen anderen Auftraggeber. Dies birgt das Risiko der sogenannten „Scheinselbstständigkeit“. Dabei kommt es für Arbeitgeber häufig überraschend nicht auf die Formulierung des Vertrags an,

„Beim Start ins Berufsleben sollte genau auf die Beschäftigungsgrundlagen geachtet und nicht nur notfalls rechtlicher Rat in Anspruch genommen werden.“

Es ist davon auszugehen, dass mittlerweile 90 Prozent der Neueinstellungen in Medien- und IT-Unternehmen erst einmal befristet erfolgen. Möglich macht dies das Teilzeit- und Befristungsgesetz. Danach können Arbeitgeber neue Mitarbeiter für eine Dauer von bis zu zwei Jahren befristet einstellen – und zwar ohne dass sie dafür einen Grund angeben müssen. Sie können diese Mitarbeiter sogar auch darüber hinaus mit Zeitverträgen beschäftigen, wenn

sondern auf die tatsächlichen Verhältnisse. Wird im Rahmen einer Betriebsprüfung die Scheinselbstständigkeit von Mitarbeitern festgestellt, hat dies für den Arbeitgeber erhebliche Folgen. Der Auftraggeber muss die gesamten Sozialversicherungsabgaben nachzahlen und zwar rückwirkend für bis zu vier Jahre. Dabei muss der Arbeitgeber sowohl die Arbeitgeber- als auch die Arbeitnehmeranteile übernehmen. Jedoch auch der Scheinselbstständige muss sich die Arbeitnehmeranteile für die vergangenen drei Monate mit dem Gehalt verrechnen lassen und ist fortan pflichtversichert. Problematisch können ebenso die finanziellen Belastungen für private Renten- und Krankenversicherungen werden.

Bei dem Start in das Berufsleben sollte daher genau auf die Beschäftigungsgrundlagen geachtet und nicht nur notfalls rechtlicher Rat in Anspruch genommen werden. Immer ist Berufsstarten der schnellstmögliche Abschluss einer Rechtsschutzversicherung für Arbeitsrecht anzuraten, da abweichend zum Allgemeinen Zivilrecht im Arbeitsrecht jede Partei die Kosten der rechtlichen Vertretung im Wesentlichen selbst zu tragen hat. Kostenrisiken lassen viele Arbeitnehmer davor zurückschrecken, im Streitfall ihre Rechte wahrzunehmen. Vielfach ist erst eine vorhandene Rechtsschutzversicherung in der Lage, Waffengleichheit gegenüber den finanziell regelmäßig überlegenen Unternehmen herzustellen. □



DR. RAINER BORGELT

ist als Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht in Düsseldorf bei Borgelt & Partner Rechtsanwälte mbB insbesondere in der Beratung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern auf dem Gebiet des Arbeitsrechts tätig. Borgelt & Partner Rechtsanwälte mbB betreut Mandanten rundum bei unterschiedlichen Fragestellungen, wie etwa zum Arbeitsrecht, IT- und Internetrecht, Wirtschaftsrecht, Urheber- und Wettbewerbsrecht, Verkehrs-, Miet- und Familienrecht.

www.borgelt.de



SCHON PROFI UND TROTZDEM LERNWILLIG?

ARTOTHEK · CHRISTIE'S IMAGES LTD · 34963

Auch für alle, die sich seit vielen Jahren in der Bildbranche auf sicherem Terrain bewegen, tut manchmal ein wenig Auffrischung gut. Neue **Impulse**, andere **Blickwinkel** und die intensive Beschäftigung mit einem speziellen Fachbereich sind eine **Bereicherung** für den Arbeitsalltag und vergrößern Horizont und Netzwerk.

Ein **FEST**ival für die Augen

Über 35.000 Besucher können nicht irren: Das **Lumix Fotofestival** für jungen Fotojournalismus ist Diskussionsplattform, Bilderschau und Talentforum zugleich – und ein wichtiger Termin für professionelle Bildredakteure, Fachpublikum und Fotointeressierte.

KOMMENTAR NINA EBBINGHAUS

Der Besuch von Festivals bietet spannende Impulse, auf die ich in meiner Arbeit als Fotodesignerin und Bildredakteurin nicht verzichten möchte. Daher besuche ich seit einigen Jahren regelmäßig Veranstaltungen dieser Art, um nah an neuen Themen zu bleiben und einen Überblick über den „State of the Art“ zu behalten. Als Forum für Newcomer bieten Festivals nicht nur eine interessante Austausch- und Networking-Plattform, sondern lassen den geneigten Betrachter auch seine eigene Arbeitsweise hinterfragen. Nicht selten habe ich in diesem Umfeld Ideen für neue Projekte bekommen, denn der Austausch mit Kollegen befähigt in jedem Fall die eigene Arbeit.

Beobachtung zum Lumix Fotofestival 2014 – die Krise rückt näher

Das nunmehr vierte Lumix Fotofestival für jungen Fotojournalismus endete dieses Jahr mit einem Besucherrekord. Wie zwei Jahre zuvor waren junge Fotojournalisten weltweit dazu aufgefordert, ihre besten journalistischen Arbeiten einzureichen. Insgesamt waren auf dem ehemaligen EXPO-Gelände in Hannover 60 heraus-

ragende Arbeiten und 20 Multimedia-Storys zu entdecken. Planung, Organisation und Präsentation übernahmen – wie in den vergangenen Jahren – die Hannoveraner Studierenden in Eigenregie. Um alle Arbeiten zu sehen, waren einige Meter Fußweg durch die insgesamt acht Ausstellungsgebäude zu bewältigen. Wollte man einem der zahlreichen Vorträge von internationalen Fotografen lauschen, so reichte ein Tag bei Weitem nicht aus. Auch in diesem Jahr war das Rahmenprogramm vielfältig: Von den Portfolio-Sichtungen über Künstlergespräche, Führungen bis hin zu einer kleinen Technikmesse wurde ein ganzheitliches Bild der Branche gezeigt.

Thematisch erstreckte sich das Spektrum von der Weltpolitik bis hin zu teilweise verstörenden Individualschicksalen. Themen wie die Krise in der Ukraine, Armutseinwanderung nach Europa sowie Arbeitslosigkeit und Wirtschaftskrise in den westlichen Nationen wurden präsentiert. Aber auch Einzelschicksale, die Fotoreportage „The Marriage“ der Fotografin Rebecka Uhlir, in der es um die Sorge des baldigen Alleinseins ihrer Großeltern geht, oder die Serie „One in eight hundred“ von Mario Wezel, welche die mit Downsyndrom geborene, fünfjährige Emmy portraitiert, fanden ihren Platz in diesem Umfeld.

Während im Jahr 2012 die Problematiken der Globalisierung, wie z.B. Produktions-

bedingungen in Asien und Afrika, im Fokus standen, war in diesem Jahr eine deutliche Verschiebung in das nahe europäische Umfeld zu entdecken. Dies wurde vor allem durch die Präsenz des politischen Konflikts in der Ukraine deutlich oder durch die sozialen Unruhen in Griechenland. Natürlich bestanden auch gewisse thematische Kontinuitäten zu den Vorjahren, wie an der Gewinnerarbeit „Taken“ der finnischen Fotografin Meeri Koutaniemi mit dem Thema der Genital-Verstümmelung in Afrika zu sehen ist.

Nicht nur inhaltlich, sondern auch gestalterisch zeigt sich im Gesamteindruck der Ausstellung das fotografische Statement der jungen journalistischen Fotografie, deren technische Herangehensweise sich deutlich von der klassischen Reportage unterscheidet. Die Art der Inszenierung, der reduzierte Bildaufbau und die technische Ausarbeitung zeugen von einem modernen Duktus. Die Porträts „The Fighters of Ukrainian Revolution“ der Fotografin Valentina Piccinni über die ukrainischen Kämpfer der Majdan-Bewegung zeigen den bewussten Eingriff der Fotografin in das Geschehen. Starke Inszenierung und studioartige Ausleuchtung sind in der Reportage-Fotografie nach wie vor eher selten zu sehen.

Die Fotoserie „Desert Dreams: United Arab Emirates“ des Fotografen Philip Cheung be-

© KAYA BENIM



schreibt die Vereinigten Arabischen Emirate stark entrückt, reduziert und grafisch. Im Vergleich zu den Gewinnerarbeiten wirkte dieser Stil eher leise und unemotional. Diese beiden zuvor genannten Bildserien stehen auch für einen weniger klassischen Ansatz der Bilderzählung. Während der Großteil der restlichen Arbeiten eine grobe Chronologie und Abgeschlossenheit des jeweiligen Themas suggeriert, verfolgen die beiden genannten Bildstrecken eine eher fragmentierte Erzählweise. Genau die-

se unterschiedlichen Herangehensweisen machten das Festival so ungemein spannend. Für jegliche Form der Gestaltung und Erzählweise ist bei dieser Ausstellung Platz. Individuelle, existenzielle Problemlagen wurden genauso gezeigt wie erschütternde globale Krisen. Dieses mannigfaltige Spektrum erzeugte Spannung und Erschrockenheit beim Besucher und bewies klar, was die junge journalistische Fotografie kann: Sie erzählt und berührt. ▲

FESTIVALKALENDER D/A/CH

art.fair – Köln

<http://www.art-fair.de/artfair>

Europäischer Monat der Fotografie – Berlin

<http://www.mdf-berlin.de/de/>

Festival Internationale Photoszene – Köln

<http://www.photoszene.de/>

FotoDoks-Festival – München

<http://fotodoks.de/>

Fotomarathon – Hamburg

<http://www.fotomarathon-hh.de/>

Fotomarathon – Leipzig

<http://www.leipziger-fotomarathon.de/>

Fototage – Biel (CH)

<http://2014.fototage.ch/de/aktuell.html>

Fototage – Wiesbaden

http://www.galerie-lichtbild.de/lauf_der_zeit/

Internationales Naturfoto-Festival – Lünen

<http://www.gdtfoto.com/festival/german/>

Internationale Naturfototage – Fürstenfeldbruck

<http://www.glanzlichter.com>

Jahrestagung der Deutschen Fotografischen Akademie

http://www.deutsche-fotografische-akademie.com/o1_news/index.php

Lumix Festival für jungen Fotojournalismus – Hannover

<http://www.fotofestival-hannover.de/>

Photo+Adventure 2014 – Linz (A)

<http://www.photoadventure.at/>

Photo Weekend – Düsseldorf

<http://www.duesseldorfphotoweekend.de/>

Photobook Festival – Wien (A)

<http://www.viennaphotobookfestival.com/>

Tage der Fotografie – Darmstadt

http://www.dtdf.de/_site/seiten/festival/programm/

Umweltfotofestival Horizonte – Zingst

<http://www.erlebniswelt-fotografie-zingst.de/fotofestival.html>

Weitsicht 2014 – Frankfurt

<http://www.weitsicht-festival.de/>



NINA EBBINGHAUS

Dipl. Fotodesignerin; Picture Research und Photographer's Department bei INTERFOTO

Steigen Sie in den Ring!

Weiterbildung in kleinen Häppchen lässt sich auch nebenberuflich gut konsumieren. Viele Institute bieten interessante Kurzvorträge oder Seminarreihen an, die den Teilnehmern Trends und Tendenzen vermitteln sowie technisch interessante Entwicklungen erklären. Ein Anbieter in diesem Bereich ist der **MedienCampus Bayern**, der mit Fachtagungen und Ringvorlesungen Medienmenschen aus den unterschiedlichsten Disziplinen praxisnahes und aktuelles Wissen vermittelt. Die Ringvorlesung im Sommersemester 2014 stand unter dem Motto „Creative Business“ und beinhaltete Vorträge von namhaften Design-Professoren – zwei davon möchten wir Ihnen in Kurzform vorstellen.

Kommunikationsdesign – die Kraft, die die Welt erobert

Kommunikationsdesign wird oft noch falsch verstanden, meint Hans-Peter Albrecht, Direktor der Akademie U5. „Es ist nicht nur ein Plakat hier, ein bisschen Cl da. Kommunikationsdesign ist viel mehr, als nur eine tolle, geile Zahnpastaverpackung zu machen!“ Es gehe nicht darum, etwas aufzuhübschen oder für das Auge ästhetisch aufzubereiten. „Wir müssen den mental red button finden. Wo ist der rote Knopf, den ich bei den Leuten drücken muss, damit sie sagen: ‚Ja, das brauche ich.‘“, erklärt Albrecht.

Um diese Bedürfnisse zu identifizieren, muss ein Kommunikationsdesigner vor allem eines tun: mit den Kunden reden. Hans-Peter Albrecht führt hierzu ein äußerst erfolgreiches Beispiel an: das Eis „Magnum“. „Bei den Eisessern, da gibt es Lutscher und Beißer. Für die Beißer gab es früher aber nur immer das Nogger“, erzählt Albrecht. Um die „Beißer“ zu erreichen, haben die Macher von Magnum in den Spots gezielt mit dem knackenden Geräusch gespielt, welches beim Biss in die Schokoladenglasur entsteht. „Dieses Geräusch ist heute vier Milliarden Euro wert“, bestätigt

Albrecht. Kommunikationsdesign soll außerdem Emotionen bei den Menschen hervorrufen. Dies gelingt nicht immer.

Wie unterschiedlich Spots zu einem gleichen Produkt sein können, das zeigt Hans-Peter Albrecht anhand zweier Werbespots unterschiedlicher Biermarken. Zunächst sieht man den Spot einer unterfränkischen Brauerei: grüne Wälder, ein See, im Hintergrund läuft der Song „Belfast Child“ der Gruppe „Simple Minds“. Über 30 Sekunden dauern diese Naturaufnahmen. „Dass die Macher daraus auch noch eine Extended Version gemacht haben, dagegen müsste man eigentlich eine Demo machen“, schmunzelt Albrecht. Ganz anders funktioniert das Kommunikationskonzept im Spot einer dänischen Brauerei. Er erzählt eine emotionale Geschichte: Mitten in der Nacht ruft ein junger Mann bei seinem besten Freund an. Er ist beim Pokern in eine missliche Lage geraten und sein Freund soll ihm nun 300 Euro bringen, damit seine Mitspieler – zwielichtige Gestalten – ihn unversehrt gehen lassen. Am Ende des Spots stellt sich heraus, dass dies nur ein Test war, und die Freunde stoßen mit einem

Bier darauf an. Das Gefühl, welches beim Zuschauer geweckt wird: Ein Bier trinkt man mit seinen Freunden, man fühlt sich wohl.

WERBEN SIE NOCH ODER KOMMUNIZIEREN SIE SCHON?

Gutes Kommunikationsdesign soll Leute packen und bewegen. „Ein Kommunikationsdesigner sollte seinen Kunden sagen: Da musst du was für dein Produkt tun, es pimpen“, meint Albrecht. Das sei in Deutschland noch nicht üblich und beschränke sich oft nur auf ein gelungenes Layout, beispielsweise auf Plakaten. Dabei kann Kommunikationsdesign viel mehr leisten, als nur Werbung zu machen: etwa eine Marke neu erfinden oder Milliarden Euro Umsatz generieren. Dass Kommunikationsdesign die Welt bereits beherrscht, wird durch erfolgreiche Firmen wie die Alibaba Group, Amazon oder Google bestätigt. „Die sitzen bereits auf einem red button“, erklärt Albrecht. Und so fragt er am Ende die Zuhörer: „Werben Sie noch oder kommunizieren Sie schon?“



FIONLINE · SPRINT FANCY · 07434991

Fortsetzung Steigen Sie in den Ring!

Visuelle Monokultur oder regionale Spezialitäten? Die erstaunlichen Parallelen zwischen Lebensmittelproduktion und Fotodesign

Nordseekrabben werden zum Pulen nach Afrika verschifft, Fotos kann man äußerst günstig in Indien freistellen lassen, Fotoproduktionen finden im Winter auf der Südhalbkugel statt, während dort zeitgleich das Obst und Gemüse für die Kunden auf der Nordhalbkugel reift, und die Webseite manch eines Bildarchivs hat die Anmutung eines Lebensmitteldiscounters. Der Vortrag zeigt anhand von zahlreichen Beispielen, wie das klassische Fotodesign durch die Entwicklung des Internets einen sichtbaren Industrialisierungsprozess durchlaufen hat, und regt zum Nachdenken über Alternativen an.

Monokulturen gibt es nicht nur in der Lebensmittelproduktion, bei der große Maisfelder für günstige Produktionsbedingungen und hohen Ertrag sorgen. Im Fotodesign zeichnet sich aktuell ebenfalls eine Monokultur

„Ein Selfie beweist, dass man lebt.“

visueller Art ab. Prof. Andreas Kunert von der Hochschule Augsburg greift hierzu das Beispiel Fußball auf. Eine Suche nach dem Begriff „Fußball“ in den Archiven der großen Bildagenturen zeigt schnell: Alle Bilder sind sich sehr ähnlich und sagen nur wenig über das Thema aus, meint Kunert.

Eine weitere Parallele zeigt Kunert in der preisgünstigen Verarbeitung auf, die sowohl bei Lebensmitteln als auch in der Fotografie eine große Rolle spielt. Während Nordseekrabben zum Pulen nach Nordafrika gebracht werden, greifen einige Fotografen auf Dienstleister in Indien zurück.

Dort werden Bilder äußerst kostengünstig freigestellt. „Da man aber bei Indien schnell ein schlechtes Gewissen bekommen kann, liegt der Sitz einer solchen Firma schon mal in den USA oder die Rechnungen bekommt man von einer deutschen Adresse“, erklärt Kunert. Hinzu kommt, dass sämtliche Obst- und Gemüsesorten in Deutschland ganzjährig verfügbar sind. Außerhalb der Saison werden sie von der Südhalbkugel eingeflogen. Ähnlich ist es beim Fotodesign: Als Beispiel führt Kunert Produktionsfirmen an, die im Winter in Südafrika Bademode vor traumhafter Kulisse fotografieren lassen. „Bikini im Winter funktioniert halt hier in Deutschland nicht so gut“, fügt er hinzu.

Lebensmittel zu veredeln ist nicht ungewöhnlich. Als typisches Beispiel nennt Kunert die Spreewaldgurken, welche vor dem Verkauf mit Senfkörnern und weiteren Ge-

en vor allem Ausschnitt, Schärfe und unter gewissen Voraussetzungen auch die Belichtung wichtig, alles andere sei am Rechner machbar, erklärt Kunert. „Die Veredelung in der Raw-Fotografie ist sozusagen das Senfkorn der Spreewaldgurke.“

Ein Vergleich zwischen Lebensmittelproduktion und Fotodesign gelingt auch am Beispiel Bioprodukte. „Ich gehe mit meinen Kindern in einen Bioladen, um ihnen etwas Gutes zu tun“, meint Kunert. Solche unverfälschten, echten „Bioprodukte“ gibt es auch in der Fotografie. Andreas Kunert zeigt hierzu die Arbeiten des Fotografen Jürgen Teller. „Bei ihm ist alles nicht so künstlich clean.“ Teller wählt andere Ausschnitte und eine unkonventionelle Belichtung. Dadurch wirken seine Fotos sehr authentisch und lebendig. „Das ist sozusagen ein unverfälschtes Lebensmittel“, zieht Kunert den Vergleich zwischen Lebensmittelproduktion und Fotografie. Ein Unternehmen, dem es gelungen ist, den Kunden durch Bilder möglichst hohe Authentizität zu vermitteln, ist Coca-Cola. Der Konzern rief dazu auf, sogenannte „Selfies“ von sich und einer Dose Coca-Cola zu schicken. „Du und ich sind somit Werbeträger, das kommt ziemlich ehrlich rüber“, erklärt Kunert. „Ein Selfie beweist, dass man lebt.“

Fast schon absurde Ausmaße können die Normierung und Patentierung in der Lebensmittelproduktion einnehmen. Als Beispiel nennt Kunert die EU-Verordnungen zur Krümmung von Gurken und Bananen. Auch Patente auf Kartoffelsorten können erlangt werden. Ähnliche Beispiele gibt es in der Fotografie. Sendungen wie

Germany's Next Topmodel geben ein monotonen Bild wieder: Alle Mädchen entsprechen den gleichen Maßen und sind deshalb extrem austauschbar. „Heidi hat da schon fast etwas von einer EU-Gurke“, meint Kunert mit einem Augenzwinkern.

Aspekte, die in der Lebensmittelproduktion also bereits länger schon kontrovers diskutiert werden, können überraschenderweise auch auf das Fotodesign übertragen werden – eine Erkenntnis, durch die Bilder mit anderen Augen betrachtet werden. ▲



HANS-PETER ALBRECHT
Direktor der Akademie U5
in München

INFORMATIONEN

Der MedienCampus Bayern e. V., getragen vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, ist der Dachverband für die Medienaus- und -fortbildung in Bayern. Dem MedienCampus gehören 97 Mitglieder an, darunter der Bayerische Rundfunk, Bavaria Film, Sky sowie zahlreiche Hochschulen und Universitäten. Der MedienCampus Bayern betreibt außerdem die Online-Plattform MedienWiki (www.medienwiki.org), in der es eine Übersicht über sämtliche Aus- und Fortbildungsangebote, Studiengänge und Berufsbilder der gesamten Medienbranche Bayerns gibt. Aktuelle Veranstaltungen des MedienCampus Bayern finden Sie unter www.mediencampus.de/veranstaltungen.

www.mediencampus.de
info@mediencampus.de





Lehrgang „Nachdenken über Fotografie“

Der relativ junge Lehrgang „**Fotoreflection**“ findet in Amsterdam statt, aber besucht werden auch andere interessante Orte in Leiden, Haarlem und Rotterdam. Nach einer Ausbildung an zehn Unterrichts-Samstagen können die Teilnehmer ein Zertifikat erwerben.

WARUM SOLLTE MAN DIESEN KURS BESUCHEN?

Wer Fotos bespricht, steht vor unterschiedlichen Fragen. Man benötigt Wissen über Fotografie und ihre Geschichte, aber auch Überblick über verschiedene Bildstile, Bildsprachen und -kulturen. Außerdem möchte man die Fragen des Publikums verstehen lernen. Wie schafft man eine Verbindung

Der Kurs „Fotoreflectie“ ist eine Initiative des Fotoverbandes, von Kunstfactor, dem Niederländischen Fotomuseum und der Niederländischen Fotografen-Fachschule (die übrigens eine exzellente Fotografenausbildung bietet). Letztere ist Anbieter des Lehrgangs und arbeitet damit sehr eng mit den genannten Initiatoren sowie dem Kupferstichkabinett Leiden und dem Archiv Spaarnestad Photo zusammen.

deutungsmöglichkeiten ein. Und mit dem dritten Modul entscheidet man sich für eine Richtung, in der man später aktiv werden möchte. In dieser Richtung arbeitet man an einem praktischen Thema, das dann als Abschlussarbeit präsentiert wird. Nach erfolgreichem Abschluss erhält man das anerkannte Zertifikat des Lehrgangs „Fotoreflectie“.

Der Kurs „Fotoreflectie“ ist eine Initiative des Fotoverbandes, von Kunstfactor, dem Niederländischen Fotomuseum und der Niederländischen Fotografen-Fachschule.

zwischen Wahrnehmung und Bedeutung der Bilder? Zwischen dem, was Betrachter in einem Bild sehen, und der Botschaft, die der Urheber damit vermitteln möchte? Und wie erkennt man an der Art der Fotografie, welche Bedeutung der Fotograf seinem Bild mitgeben wollte?

Diese Fähigkeiten benötigt man, wenn man beispielsweise als Mentor oder Begleiter von Amateurfotografen, als Fotografiedozent oder aber bei Führungen durch Fotoausstellungen oder Fotofestivals aktiv sein möchte. Mit diesem Lehrgang kann man nicht nur Wissen über Fotografie erlernen, sondern auch, wie man dieses an Zuhörer gut weitervermittelt.

Nachdem man diesen anerkannten (und zertifizierten) Lehrgang abgeschlossen hat, ist man in der Lage, vor einem sehr breiten Publikum über Fotografie zu sprechen und dabei – wenn man das möchte – seine Sicht auf das Thema zu vermitteln. Außerdem erwirbt man die Fähigkeit, Menschen in ihrer eigenen fotografischen Entwicklung zu begleiten.

INHALT: DREI MODULE

Der Lehrgang ist in drei Module eingeteilt: Im ersten geht es um das fotografische Bild in all seinen Formen und seiner Geschichte. Das zweite Modul geht tiefer auf fotografische Bildsprache mit all ihren Be-

Insgesamt umfasst der Kurs zehn Studien-Präsenzstage (Modul 1 und 2 je drei Tage, Modul 3 vier Tage). Daneben fordern ein sehr umfangreiches Selbststudium, viel Recherche und Besuche bei interessanten Institutionen sowie das Abschlussprojekt viel Einsatz von den Teilnehmern. Jede Gruppe besteht maximal aus 14 Teilnehmern.

Selbstverständlich sollen die Absolventen anschließend über ein breit gefächertes Fachverständnis verfügen. Das Erarbeiten des umfangreichen Wissens über Fotografie und all ihre Ausdrucksformen erfordert große Neugierde. Zudem wird das Verständnis über die Möglichkeiten, dieses Wissen an Zuhörer oder Amateurfotografen zu >

Bildagentur für Kunst, Kultur und Geschichte

www.bpk-images.de

b

p

k



› terentwickelt. Darum sollten Teilnehmer dieses Lehrgangs auch bereits gute Grundkenntnisse über Fotografie mitbringen.

ANMELDUNG

Zu den Anmeldeunterlagen gehört eine Aufgabe, die das Wissensniveau der Teilnehmer überprüft. Auf Basis dieser erfüllten Aufgabe werden die Anmeldung und die Motivation für den Lehrgang geprüft, inhaltlich wird die Aufgabe auch in einem Vorgespräch besprochen. Außerdem legen Interessenten ein eigenes Portfolio mit Fotos oder Texten vor, die zeigen, womit sie sich bis dato beschäftigt haben. Im Vorgespräch geht es u.a. um ihre Kompetenzen, eine Beratung bzgl. der Ausbildung und gegebenenfalls kann eine Freistellung für eines der ersten Module ausgestellt werden.

KOSTEN

Die Teilnahmegebühren betragen 1450 € (inkl. MwSt.) für den gesamten Lehrgang. Das Anmeldepaket erhält man kostenlos. Für das Aufnahmegericht vor der definitiven Anmeldung werden 65 € (inkl. MwSt.) in Rechnung gestellt, die bei folgender Teilnahme am Lehrgang angerechnet werden. ◀

<http://www.fotovakschool.nl/opleidingen/fotoreflectie>

KOMMENTAR von Monika Bergmann

MONIKA BERGMANN, freie Bildredakteurin und seit vielen Jahren unterwegs in der Mission „Bild“, hat sich für den Wochenend-Workshop „Fotoreflexion“ in den Niederlanden entschieden, den sie berufsbegleitend durchführen konnte.

Ein kurzer Erfahrungsbericht:

Der Lehrgang ist sehr interessant, wenn man sich für theoretische Hintergründe der Fotografie, für ihre Geschichte (auch aus speziellen Perspektiven) und für Bildsprache interessiert. Dabei geht der Lehrgang von der künstlerischen Fotografie aus.

Die Qualität der Dozenten variiert, sie gefielen mir aber im Durchschnitt ebenfalls gut. Von ihnen haben wir viele interessante und bereichernde Texte bekommen, am Ende hatte jeder Teilnehmer einen umfangreichen Reader, den ich jetzt noch gern hin und wieder zur Hand nehme.

Der Moderator und Dozent Pieter van Leeuwen ist richtig gut und erfahren, seine Tipps und Verbesserungen waren eine echte Bereicherung. Ihn zeichnet auch eine große Flexibilität bzgl. der Themen für die Projekte aus, sodass die Teilnehmer bei den Abschlussarbeiten nicht auf ein spezielles Fotogenre festgelegt waren.

Die Besuche bei Institutionen

Die drei Richtungen, die im letzten Lehrmodul gewählt werden konnten, waren für mich auch praktisch eine gute Bereicherung: Begleitung von Amateurfotografen, Ausstellungsführungen und Schreiben über Fotografie. Ich habe letzteres gewählt. Durch die Projektpräsentationen der anderen Zweige konnte ich neben der theoretischen Bereicherung durch die Vorträge auch ganz praktische Tipps für meine Seminare und Vorträge mitnehmen. In den Niederlanden werden Themen doch auch etwas anders präsentiert als in Deutschland!

Das Arbeitspensum war gut neben dem Beruf zu schaffen, allerdings sollte man fließend Niederländisch beherrschen, um an diesem Kurs teilnehmen zu können. Sicher sind alle sehr bemüht, unbekannte Ausdrücke zu erklären oder Worte zu finden, doch die Sprachbasis muss für diesen Kurs solide sein.

www.picture-worx-koeln.de



Weiterbildung ist essenziell – um mit dem Wandel Schritt zu halten

Neue Medien, Verteilungskanäle und auch neue Quellen stellen Contentnutzer vor neue Anforderungen. Zusätzlich verleiten die Digitalisierung und die unmittelbare Verfügbarkeit von Bildern & Co. im Netz leicht zu Fehlverhalten. **SABINE PALLASKE**

Weil sich neben den technischen Veränderungen auch die rechtliche Lage gewandelt hat, ist es hier unerlässlich, am Ball zu bleiben. Privatsphäre, Datenschutz und Nutzungsbedingungen werden immer wieder neu definiert und machen den Alltag des Content Managements nicht etwa einfacher. In vielen Bereichen müssen Gesetze neu ausgelegt werden, die Richtlinien werden durch die Gerichte bestimmt. Die Internationalisierung des Marktes, die weltweiten Verknüpfungen von Bildanbietern und Nutzern bringen vertragsrechtliche Probleme mit sich. Lizenzmodelle, die in den USA Geltung ha-

ben, werden unter deutscher oder europäischer Rechtssprechung durchaus kritisch gesehen und erfordern ständige Beobachtung. Selbstverständlichkeiten von gestern gelten heute oft nicht mehr – man denke nur an das Urteil zur Panoramafreiheit des Bundesgerichtshofs vom 1. März 2013 (V ZR 14/12): Sanssouci gehört eigentlich allen, es gibt aber nun einen Hausherrn, der Fotografie zu anderen als privaten Zwecken ausschließen darf.

Im täglichen Ablauf sind noch weitere Bereiche betroffen: Nutzungsverträge mit Fotografen, Lizenzverträge mit Bildagenturen oder Verträge mit dargestellten Personen müssen angesichts von datenweitergebenden Websites und Social-Web-Bedingungen immer wieder angepasst werden.

Nicht ganz zuletzt durch die Dauerpräsenz von Bildern auf Websites oder in anderen digitalen Medien ist es lange Zeit möglich, echte oder vermeintliche Verfehlungen in der Bildnutzung aufzuspüren – nicht umsonst hat sich ein schönes Betätigungsfeld für die beliebten „Abmahn-Anwälte“ entwickelt. Die Sensibilisierung für mögliche Konfliktpunkte durch entsprechende Weiterbildungen hat sich aus dem gestiegenen, täglichen Beratungsbedarf ergeben, denn die Anfragen von Kundenseite spiegeln diesen Wandel und die damit verbundenen

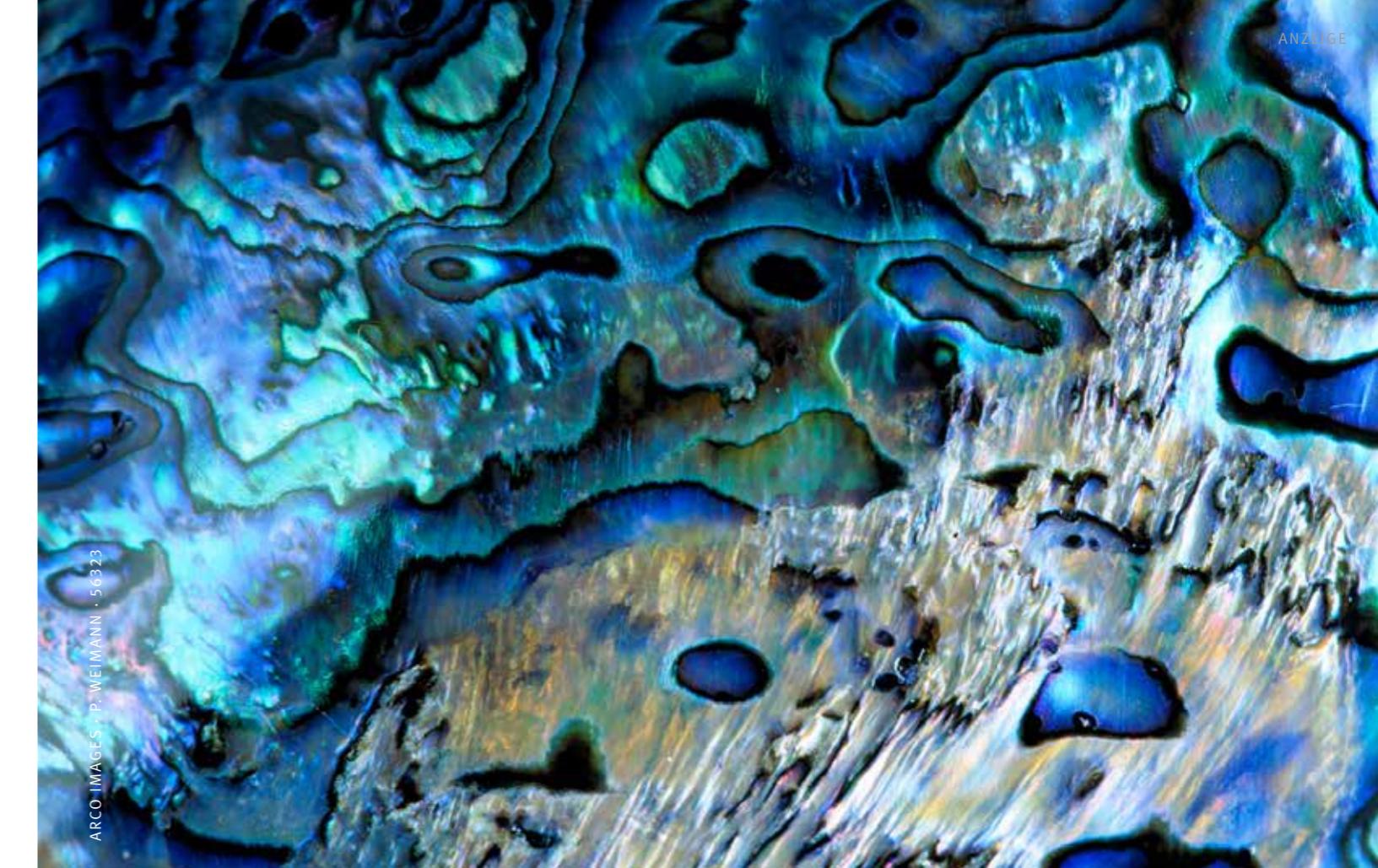
neuen Unsicherheiten wider. Rechtliche Fragen haben heute bei der Bildauswahl fast die gleiche Relevanz wie Bildinhalte, Stil oder Honorarhöhe.

Zu den Haupthemen die Fionline und Strandperle deswegen in regelmäßigen Seminarreihen anbieten oder in individuellen Inhouse-Schulungen kommunizieren, gehören:

- Urheberrechte
- Nutzungsrechte
- Persönlichkeitsrecht & Datenschutz
- Markenrechte
- Lizenzmodelle: Royalty Free, Rights Managed, Creative Commons
- Die Besonderheiten bei Social-Media- und datenweitergebenden Plattformen
- Worauf muss man achten, um rechtliche Konflikte und Abmahnungen zu vermeiden?

Für diese und weitere Themen wird mit namhaften Rechtsanwälten zusammen-gearbeitet und die Themen werden immer wieder nach Rechtslage und Kundenanfragen aktualisiert. Die Seminare dauern üblicherweise vier Stunden (zzgl. Pausen) und sind von einem umfangreichen Hand-out begleitet. ▶

Termine und weitere Infos unter:
www.fionline.de · www.strandperle.biz



PICTAnight 2014

Mit der Veranstaltungsreihe **PICTAnight** bietet der **BVPA** ein interessantes und lehrreiches Austauschforum mit wechselnden Infoschwerpunkten für Bildprofis. Aufrütteln, Informieren und Vernetzen sind dabei die entscheidenden Keywords. An unterschiedlichen Medienstandorten in Deutschland stellen Experten und Fachanwälte den Teilnehmern aktuelle Trends und rechtliche Neuregelungen vor. In diesem Jahr liegt der Fokus auf den Themenbereichen Auftragsfotografie, Nachstellen von Fotografien, Urheberrechtsschutz in Facebook, Designrecht und Entwicklung im Bild-Tracking. Im vergangenen Jahr besuchten über 100 Teilnehmer die begehrten Weiterbildungsveranstaltungen des Verbandes und hörten spannende Vorträge zu Geschmacksmusterrecht, Bilderklau, Eventfotografie und Social Media.

Die Themen für 2014:

- „Über Geschmack(smuster) lässt sich streiten“ – Die Rechte an abgebildeten Gegenständen, Produkten und Logos
- **Auftragsfotografie: Nutzung, Alter, Shoot Description** – Eine Einführung ins Model Release (Hochzeit, Fashion, Babys etc.)
- **Unfreie Übernahme:** Rechtliche Auseinandersetzung bei Fotomontagen und dem Nachstellen von Fotografien
- **Urheberrechtsverletzungen in den sozialen Netzwerken**
- **Was macht mein Bild in Russland?** Entwicklung im Bereich Bild-Tracking und rechtliche Vorgehensweise (Technik und die rechtliche Frage der internationalen Bildrechteverfolgung)

Details zu den Veranstaltungen, Termine und weiterführendes Seminarprogramm finden Sie auf:
<http://bvpa.org/bvpa-weiterbildung>



DIEKLEINERT.DE · NINA RODE · 40662



DIEKLEINERT.DE · NINA RODE · 406641



DIEKLEINERT.DE · NINA RODE · 406636



DIEKLEINERT.DE · NINA RODE · 406644

Wissen für Bildprofis



BILDHONORARE 2014

Übersicht über die marktüblichen Vergütungen für Bildnutzungsrechte. Jährlich aktualisiert von der MFM (Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing).

www.bvpa.org www.pictamagazin.de

Alles rund um professionelle Bildvermarktung und -verwertung.

IMPRESSUM

Herausgeber: BVPA Bundesverband professioneller Bildanbieter e. V.
Sächsische Straße 63 · 10707 Berlin · Telefon 030 324 99 17
www.bvpa.org · pictamagazin@bvpa.org · www.pictamagazin.de

Chefredakteur: Alexander Koch (verantwortlicher Redakteur, auch f. d. Anzeigenteil)
Chefin v. Dienst: Beatrice Wanek
Redaktion: Alexander Koch, Mathias Jahn, Beatrice Wanek
Bildredaktion: Nina Ebbinghaus
Gestaltung: Kathrin van der Merwe, left handed Design & Illustration
Lektorat: Marika Müller, SprachMEHRwert
Anzeigen: Marion Gorcke

Der BVPA möchte die Vielfalt der im Bildemarkt herrschenden Meinungen wiedergeben. Die jeweiligen Ansichten stellen nicht immer die Position des Verbandes dar. Eine Haftung für fremde Beiträge, Agenturbeiträge oder Anzeigen wird nicht übernommen, sofern dies nicht zwingend gesetzlich vorgegeben ist.



Jetzt App
downloaden!

Wo lernt man was?

Ein Berufswunsch, viele Möglichkeiten: Wer im Bereich Design, Fotografie, Illustration oder neue Medien einen Studiengang oder Ausbildungsbereich antreten möchte, hat im deutschsprachigen Raum die Qual der Wahl. Welche Optionen sich in Deutschland, Österreich und der Schweiz, aber auch in ganz Europa bieten, zeigt die folgende Auflistung (ohne Anspruch auf Vollständigkeit).

Unter http://bipa.org/picta_magazin/Studiengaenge.pdf finden Sie das interaktive Verzeichnis der Studien- und Ausbildungsgänge zusammen mit den jeweiligen Hyperlinks.

Studiengänge: Deutschland

Institut	Studiengänge	Dauer	Abschluss	Standort
FH Aachen	Communication and Multimedia Design	6 Semester	B.Sc.	Aachen
FH Aachen	Kommunikations- und Produktdesign	3 Semester	M.A.	Aachen
FH Aachen	Produktdesign	7 Semester	B.A.	Aachen
Hochschule Ansbach	Multimedia und Kommunikation	7 Semester	B.A.	Ansbach
Hochschule Augsburg	Design- und Kommunikationsstrategie	3 Semester	M.A.	Augsburg
Hochschule Augsburg	Interaktive Medien	7 Semester	B.A.	Augsburg
Hochschule Augsburg	Interaktive Mediensysteme	3 Semester	M.A.	Augsburg
Hochschule Augsburg	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Augsburg
accadis Hochschule Bad Homburg	Business Communication Management	9 Trimester	B.A.	Bad Homburg
accadis Hochschule Bad Homburg	Media and Creative Industries Management	9 Trimester	B.A.	Bad Homburg
Universität Bamberg	Kommunikationswissenschaft	6 Semester	B.A.	Bamberg
Universität Bamberg	Kommunikationswissenschaft/Communication Science	4 Semester	M.A.	Bamberg
b.i.b. International College – Bildungszentrum für informationsverarbeitende Berufe	Mediendesign	3 Jahre	Mediendesigner/-in inkl. Fachhochschulreife	Bergisch Gladbach, Paderborn
BEST-Sabel-Designschule	Fotodesigner	3 Jahre	Fotodesigner/in	Berlin
BEST-Sabel-Designschule	Grafikdesign 3D/Animation	3 Jahre	Grafikdesigner/in	Berlin
BEST-Sabel-Designschule	Grafikdesign Print/Web	3 Jahre	Grafikdesigner/in	Berlin
BTK – Hochschule für Gestaltung	Design/Media Spaces	3 Semester	M.A.	Berlin

Institut	Studiengänge	Dauer	Abschluss	Standort
BTK – Hochschule für Gestaltung	Game Design	7 Semester	B.A.	Berlin
BTK – Hochschule für Gestaltung	Interaction Design / Interactive Media	7 Semester	B.A.	Berlin
BTK – Hochschule für Gestaltung	Kommunikationsdesign (Ausbildung)	3 Jahre	Kommunikationsdesigner/in	Berlin
design akademie berlin	Film + Motion Design	3 Jahre	B.A.	Berlin
design akademie berlin	Fotodesign	3 Jahre	B.A.	Berlin
design akademie berlin	Illustration	3 Jahre	B.A.	Berlin
design akademie berlin	Kommunikationsdesign	3 Jahre	B.A.	Berlin
design akademie berlin	Marketingkommunikation	3 Jahre	B.A.	Berlin
design akademie berlin	Marketingkommunikation	2 Jahre	M.A.	Berlin
design akademie berlin	Strategic Design	2 Jahre	M.A.	Berlin
design akademie berlin	Unternehmenskommunikation	2 Jahre	M.A.	Berlin
design akademie berlin	Web Development + Interactive Media	3 Jahre	B.A.	Berlin
f/16 Schule für Fotografie	Fotografie	3 Jahre	Fotograf/in	Berlin
hdpk Hochschule der populären Künste	Interaction Design	7 Semester	B.A.	Berlin
hdpk Hochschule der populären Künste	Journalismus- und PR-Management	7 Semester	B.A.	Berlin
hdpk Hochschule der populären Künste	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Berlin
hdpk Hochschule der populären Künste	Management in digitalen Medien	7 Semester	B.A.	Berlin
hdpk Hochschule der populären Künste	Motion Design	7 Semester	B.A.	Berlin
HTW – Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin	Game Design	7 Semester	B.A.	Berlin
HTW – Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin	Kommunikationsdesign	8 Semester	B.A.	Berlin
Humboldt-Universität zu Berlin	Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Berlin
Lette-Verein	Fotodesign	3 Jahre	Fotodesigner/in	Berlin
Lette-Verein	Grafikdesign	3 Jahre	Grafikdesigner/in	Berlin
Louise-Schroeder-Schule	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Berlin
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Journalism	3 Semester	M.A.	Berlin
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Bild und Ton	3 Jahre	Mediengestalter/in Bild und Ton	Berlin
Neue Schule für Fotografie	Fotografie	7 Semester	Fotograf/in	Berlin
Ostkreuzschule für Fotografie und Gestaltung Berlin	Bildredaktion	2 Semester	Bildredakteur/in	Berlin
Ostkreuzschule für Fotografie und Gestaltung Berlin	Fotografie	7 Semester	Fotograf/in	Berlin

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Photoacademy Berlin	Photoartist	3 Jahre	Photoartist	Berlin
Universität der Künste Berlin	Kunst und Medien	6 Semester	Absolvent/in	Berlin
Universität der Künste Berlin	Kunst und Medien	2 Semester	Meisterschüler/in	Berlin
Universität der Künste Berlin	Visuelle Kommunikation	8 Semester	B.A.	Berlin
Universität der Künste Berlin	Visuelle Kommunikation	2 Semester	M.A.	Berlin
Weißensee Kunsthochschule Berlin	Visuelle Kommunikation	8 Semester	B.A.	Berlin
Weißensee Kunsthochschule Berlin	Visuelle Kommunikation	2 Semester	M.A.	Berlin
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Digital und Print (IHK)	3 Jahre	Mediengestalter/in Digital und Print	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Game Design	4 Semester	M.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Game Design	7 Semester	B.Sc.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Mediadesign	8 Semester	B.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Mediadesign	7 Semester	B.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Medien- u. Kommunikationsmanagement	8 Semester	B.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Medien- u. Kommunikationsmanagement	4 Semester	M.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Medien- u. Kommunikationsmanagement	3 Semester	M.A.	Berlin, Düsseldorf, München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Medien- u. Kommunikationsmanagement	7 Semester	B.A.	Berlin, Düsseldorf, München
BTK – Hochschule für Gestaltung	Illustration	7 Semester	B.A.	Berlin, Hamburg
BTK – Hochschule für Gestaltung	Motion Design	7 Semester	B.A.	Berlin, Hamburg
BTK – Hochschule für Gestaltung	Fotografie	7 Semester	B.A.	Berlin, Iserlohn, Hamburg
BTK – Hochschule für Gestaltung	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Berlin, Iserlohn, Hamburg
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Digital Film Design – Animation / VFX	7 Semester	B.A.	Berlin, München
Hochschule Anhalt	Online-Kommunikation	4 Semester	M.A.	Bernburg
b.i.b. International College – Bildungszentrum für informationsverarbeitende Berufe	Mediendesign in Web & Animation	3 Jahre	Mediendesigner/-in Web & Animation + FHR	Bielefeld
FH Bielefeld	Gestaltung	6 Semester	B.A.	Bielefeld
Fachhochschule des Mittelstands	Medienwirtschaft	3 Jahre	B.A.	Bielefeld, Köln
Fachhochschule des Mittelstands	Doctor of Media & Communications	3 Jahre	DMC	Bielefeld, Köln, Berlin, Hamburg
Fachhochschule des Mittelstands	Crossmedia & Communication Management	2 Jahre	M.A.	Bielefeld, Köln, Hannover

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Fachhochschule des Mittelstands	Medienkommunikation & Journalismus	3 Jahre	B.A.	Bielefeld, Köln, Hannover, Bamberg
Fachhochschule des Mittelstands	Kommunikationsdesign & Werbung	3 Jahre	B.A.	Bielefeld, Rostock
Ruhr-Universität Bochum	Medienwissenschaft	6 Semester	B.A.	Bochum
Ruhr-Universität Bochum	Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Bochum
Universität Bonn	Medienwissenschaft	6 Semester	B.A.	Bonn
Universität Bonn	Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Bonn
Fachhochschule Brandenburg	Digitale Medien	4 Semester	M.A.	Brandenburg an der Havel
Hochschule für Bildende Künste Braunschweig	Communication Arts	4 Semester	M.A.	Braunschweig
Hochschule für Bildende Künste Braunschweig	Kommunikationsdesign	6 Semester	B.A.	Braunschweig
Technische Universität Braunschweig	Medienwissenschaften	6 Semester	B.A.	Braunschweig
Europaschule Schulzentrum Utbremen	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Bremen
Hochschule für Künste Bremen	Digitale Medien	6 Semester	B.A.	Bremen
Hochschule für Künste Bremen	Digitale Medien	4 Semester	M.A.	Bremen
Hochschule für Künste Bremen	Integriertes Design	6 Semester	B.A.	Bremen
Hochschule für Künste Bremen	Integriertes Design	4 Semester	M.A.	Bremen
Hermann-Gundert-Schule Calw	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Calw
Technische Universität Chemnitz	Informatik und Kommunikationswissenschaften	6 Semester	B.Sc.	Chemnitz
Technische Universität Chemnitz	Information and Communication Systems	4 Semester	M.Sc.	Chemnitz
Technische Universität Chemnitz	Intelligente Medien und Virtuelle Realität	4 Semester	M.Sc.	Chemnitz
Technische Universität Chemnitz	Medienkommunikation	6 Semester	B.A.	Chemnitz
Technische Universität Chemnitz	Medienkommunikation	6 Semester	M.A.	Chemnitz
Hochschule Darmstadt	Informatik, Kommunikation und Medien	6 Semester	B.Sc.	Darmstadt
Hochschule Darmstadt	Kommunikations-Design	8 Semester	Diplom	Darmstadt
Hochschule Anhalt	Integrated Design	3 Semester	M.A.	Dessau
Hochschule Anhalt	Integriertes Design	7 Semester	B.A.	Dessau
Hochschule Anhalt	Intermediales Design	3 Semester	M.A.	Dessau
Hochschule Darmstadt	Informationswissenschaft	6 Semester	B.Sc.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Informationswissenschaft	4 Semester	M.Sc.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Interactive Media Design	7 Semester	B.A.	Dieburg

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Hochschule Darmstadt	Leadership in the Creative Industries	3 Semester	M.A.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Medienentwicklung	4 Semester	M.A.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Motion Pictures	7 Semester	B.A.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Onlinejournalismus	7 Semester	B.A.	Dieburg
Hochschule Darmstadt	Onlinekommunikation	7 Semester	B.Sc	Dieburg
Fachhochschule Dortmund	Design, Medien, Kommunikation	6 Semester	B.A.	Dortmund
Fachhochschule Dortmund	Fotografie	7 Semester	B.A.	Dortmund
Fachhochschule Dortmund	Fotografie / Photographic Studies	4 Semester	M.A.	Dortmund
Fachhochschule Dortmund	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Dortmund
Karl-Schiller Berufskolleg Dortmund	Gestaltung Visuelles Marketing	3 Jahre	Gestalter/in für visuelles Marketing	Dortmund
Karl-Schiller Berufskolleg Dortmund	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Dortmund
Fachhochschule Dresden	Grafikdesign Screen-/Printmedia	7 Semester	B.A.	Dresden
Fachhochschule Dresden	Medieninformatik/Mediadesign	7 Semester	B.A.	Dresden
Berufskolleg Bachstraße	Medien und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien und Informationsdienste	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Applied Art and Design	7 Semester	B.A.	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Applied Art and Design	3 Semester	M.A.	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Exhibition Design	4 Semester	M.A.	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Kommunikationsdesign	3 Semester	M.A.	Düsseldorf
FH Düsseldorf	Retail Design	7 Semester	B.A.	Düsseldorf
Hochschule Emden/Leer	Medientechnik	7 Semester	B.A.	Emden
Universität Erfurt	Kommunikationswissenschaft	6 Semester	B.A.	Erfurt
Folkwang Universität der Künste	Fotografie	8 Semester	B.A.	Essen
Folkwang Universität der Künste	Kommunikationsdesign	6 Semester	B.A.	Essen
Folkwang Universität der Künste	Kunst- und Designwissenschaft	4 Semester	M.A.	Essen
Folkwang Universität der Künste	Photography Studies and Practice	4 Semester	M.A.	Essen
Hochschule der bildenden Künste	Fotografie / Medien	7 Semester	B.F.A.	Essen
Universität Duisburg-Essen	Kunst- und Designwissenschaft	4 Semester	M.A.	Essen
Lazi Akademie	Film & Mediendesign	3 Jahre	Mediendesigner/in Film & Audiovision	Esslingen am Neckar

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Lazi Akademie	Film & Mediendesign	Parallel zur Berufsausbildg. + ein weiteres (7.) Sem.	Lazi-Diplom	Esslingen am Neckar
Lazi Akademie	Fotografie & Fotodesign	3 Jahre	Fotodesigner/in	Esslingen am Neckar
Lazi Akademie	Fotografie & Kommunikationsdesign	Parallel zur Berufsausbildg. + ein weiteres (7.) Sem.	Lazi-Diplom	Esslingen am Neckar
Lazi Akademie	Grafik- & Kommunikationsdesign	3 Jahre	Mediendesigner/in mit Schwerpunkt Digital und Print	Esslingen am Neckar
Lazi Akademie	Grafik- & Kommunikationsdesign	Parallel zur Berufsausbildg. + ein weiteres (7.) Sem.	Lazi Diplom	Esslingen am Neckar
Stauffenbergschule Frankfurt am Main	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Frankfurt am Main
Stauffenbergschule Frankfurt am Main	Medienkauffrau / Medienkaufmann Digital und Print	3 Jahre	Medienkauffrau/Medienkaufmann Digital und Print	Frankfurt am Main
hKDM – Hochschule für Kunst, Design und Populäre Musik Freiburg	Integrierte Gestaltung	8 Semester	B.A.	Freiburg
Hochschule Furtwangen	Design Interaktiver Medien	3 Semester	M.A.	Furtwangen
Hochschule Furtwangen	Medienkonzeption	7 Semester	B.A.	Furtwangen
Westfälische Hochschule	Medieninformatik	6 Semester	B.Sc.	Gelsenkirchen
Westfälische Hochschule	Medieninformatik	4 Semester	M.Sc.	Gelsenkirchen
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg	Medien- und Kommunikationswissenschaften	6 Semester	B.A.	Halle (Saale)
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg	Medien- und Kommunikationswissenschaften	4 Semester	M.A.	Halle (Saale)
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Editorial Design	2 – 4 Semester	M.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Kommunikationsdesign	8 Semester	B.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Multimedia / VR-Conception	2 – 4 Semester	M.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Multimedia / VR-Design	8 Semester	B.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Multimedia Design	2 – 4 Semester	M.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Multimedia Design	2 – 4 Semester	M.A.	Halle/Saale
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Photography	4 Semester	M.A.	Halle/Saale
Berufliche Schule an der Alster	Medien und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien und Informationsdienste	Hamburg
BILDKUNST AKADEMIE – Berufsfachschule für Illustrationsdesign	Illustrationsdesign	7 Semester	Illustrationsdesigner/in	Hamburg
Die Medienschule – Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek	Audiovisuelle Medien	3 Jahre	Kauffrau für audiovisuelle Medien / Kaufmann für audiovisuelle Medien	Hamburg

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Die Medienschule – Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek	Marketingkommunikation	3 Jahre	Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation	Hamburg
Die Medienschule – Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek	Mediengestaltung	3 Jahre	Mediengestalter/-in Digital und Print	Hamburg
Die Medienschule – Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek	Medienkaufmann/-frau Digital und Print	3 Jahre	Medienkaufmann/-frau Digital und Print	Hamburg
Die Medienschule – Berufliche Medienschule Hamburg-Wandsbek	Medientechnologie Druck	3 Jahre	Medientechnologe Druck	Hamburg
EBC Euro-Business-College	Design Management	7 Semester	B.A.	Hamburg
Europäische Medien- und Business-Akademie	Angewandte Medien	6 Semester	B.A.	Hamburg
Europäische Medien- und Business-Akademie	Business Management	6 Semester	B.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Bibliotheks- und Informationsmanagement	6 Semester	B.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Illustration	7 Semester	B.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Information, Medien, Bibliothek	4 Semester	M.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Media Systems	6 Semester	B.Sc.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Medien und Information	6 Semester	B.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Medientechnik	7 Semester	B.Sc.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Visuelle Publizistik	4 Semester	M.A.	Hamburg
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg	Zeitabhängige Medien/Sound – Vision – Games	3 Semester	M.A.	Hamburg
Hochschule für bildende Künste Hamburg	Bildende Künste	8 Semester	B.F.A.	Hamburg
Hochschule für bildende Künste Hamburg	Bildende Künste	4 Semester	M.F.A.	Hamburg
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Audiovisuelle Medien	3 Jahre	Kaufmann für audiovisuelle Medien	Hamburg
Universität Hamburg	Journalism, Media and Globalisation	4 Semester	Master of Journalism and Media	Hamburg
Universität Hamburg	Journalistik und Kommunikationswissenschaft	4 Semester	M.A.	Hamburg
Universität Hamburg	Medien- und Kommunikationswissenschaft	6 Semester	B.A.	Hamburg
Universität Hamburg	Medienwissenschaft / Media Studies	4 Semester	M.A.	Hamburg
AMD Akademie Mode & Design	Design and Innovation Management	6 Semester	B.A.	Hamburg, Düsseldorf, München, Berlin
AMD Akademie Mode & Design	Visual and Corporate Communication	8 Semester	B.A.	Hamburg, Düsseldorf, München, Berlin
b.i.b. International College – Bildungszentrum für informationsverarbeitende Berufe	Kommunikationsdesign	3 Jahre	B.A.	Hannover
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover	Medienmanagement	6 Semester	B.A.	Hannover

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover	Medienmanagement	4 Semester	M.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Design und Medien	2 Semester	M.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Fotojournalismus und Dokumentarfotografie	8 Semester	B.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Integrated Media & Communication	8 Semester	B.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Journalistik	8 Semester	B.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Kommunikationsmanagement	4 Semester	M.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Mediendesign	8 Semester	B.A.	Hannover
Hochschule Hannover	Visuelle Kommunikation	8 Semester	B.A.	Hannover
Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst	Gestaltung	6 Semester	B.A.	Hildesheim
Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst	Gestaltung	4 Semester	M.A.	Hildesheim
Stiftung Universität Hildesheim	Informationsmanagement und Informationstechnologie	6 Semester	B.Sc.	Hildesheim
Stiftung Universität Hildesheim	Informationsmanagement und Informationstechnologie	4 Semester	M.Sc.	Hildesheim
Stiftung Universität Hildesheim	Internationales Informationsmanagement	6 Semester	B.A.	Hildesheim
Hochschule Hof	Mediendesign	7 Semester	B.A.	Hof
Hochschule Hof	Medieninformatik	7 Semester	B.Sc.	Hof
Technische Universität Ilmenau	Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft	7 Semester	B.A.	Ilmenau
Technische Universität Ilmenau	Medien- und Kommunikationswissenschaft	3 Semester	M.A.	Ilmenau
Fachhochschule Kaiserslautern	Digital Media Marketing	6 Semester	B.Sc.	Kaiserslautern
Fachhochschule Kaiserslautern	Medieninformatik	6 Semester	B.Sc.	Kaiserslautern
Fachhochschule Kaiserslautern	Virtual Design	7 Semester	B.A.	Kaiserslautern
Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe	Kommunikationsdesign		Diplom	Karlsruhe
Kunsthochschule Kassel	Visuelle Kommunikation	10 Semester	Abschluss entspricht M.A.	Kassel
Landesberufsschule Photo+Medien Kiel	Design mit Schwerpunkt Fotografie	3 Jahre	Designer/in mit dem Schwerpunkt Fotografie	Kiel
Landesberufsschule Photo+Medien Kiel	Fotografie	3 Jahre	Fotograf/Fotografin	Kiel
Landesberufsschule Photo+Medien Kiel	Fotomedienfachmann/Fotomedienfachfrau	3 Jahre	Fotomedienfachmann/Fotomedienfachfrau	Kiel
Muthesius Kunsthochschule	Kommunikationsdesign	6 Semester	B.A.	Kiel
Muthesius Kunsthochschule	Kommunikationsdesign	4 Semester	M.A.	Kiel
FH Köln	Angewandte Informationswissenschaft	6 Semester	B.Sc.	Köln
FH Köln	Bibliotheks- und Informationswissenschaft	4 Semester	M.A.	Köln

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
FH Köln	Bibliothekswissenschaft	7 Semester	B.A.	Köln
FH Köln	Digital Games	7 Semester	B.A.	Köln
FH Köln	Game Development and Research	4 Semester	M.A.	Köln
FH Köln	Integrated Design	8 Semester	B.A.	Köln
FH Köln	Integrated Design	3 Semester	M.A.	Köln
FH Köln	Web Science	5 Semester	M.Sc.	Köln
Fotoakademie-Koeln	Fotografie	3 Jahre	Diplom der Fotoakademie-Koeln	Köln
Hochschule Fresenius Köln	3D-Mind & Media	6 Semester	B.A.	Köln
Hochschule Fresenius Köln	Corporate Communication	4 Semester	M.A.	Köln
Hochschule Fresenius Köln	Media Management & Entrepreneurship	4 Semester	M.A.	Köln
Hochschule Fresenius Köln	Medien- und Kommunikationsmanagement	6 Semester	B.A.	Köln
Hochschule Fresenius Köln	Medien- und Kommunikationsmanagement	7 Semester	B.A.	Köln
IB-Hochschule	Kommunikationsdesign	6 Semester	B.A.	Köln
Joseph-DuMont-Berufskolleg	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Köln
Kunsthochschule für Medien	Mediale Künste	9 Semester	Diplom	Köln
Kunsthochschule für Medien	Mediale Künste	4 Semester	Diplom	Köln
Rheinische Fachhochschule Köln	International Marketing and Media Management	4 Semester	M.A.	Köln
Rheinische Fachhochschule Köln	Media Design	6 Semester	B.A.	Köln
Rheinische Fachhochschule Köln	Media Management	6 Semester	B.A.	Köln
Hochschule für Medien, Kommunikation & Wirtschaft	Art Direction	4 Semester	M.A.	Köln, Berlin
Hochschule für Medien, Kommunikation & Wirtschaft	Grafikdesign und Visuelle Kommunikation	6 Semester	B.A.	Köln, Berlin
Hochschule für Medien, Kommunikation & Wirtschaft	Journalismus und Unternehmenskommunikation	6 Semester	B.A.	Köln, Berlin
Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung Konstanz	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Konstanz
Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung Konstanz	Kommunikationsdesign	3 Semester	M.A.	Konstanz
Hochschule Niederrhein	Design	7 Semester	B.A.	Krefeld
Hochschule Niederrhein	Design Projects	3 Semester	M.A.	Krefeld
Gutenbergschule Leipzig	Medien- und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste	Leipzig
Gutenbergschule Leipzig	Mediengestaltung Digital/Print	3 Jahre	Mediengestalter/in Digital/Print	Leipzig
Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig	Buchkunst/Grafik-Design	10 Semester	Diplom	Leipzig

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig	Fotografie	10 Semester	Diplom	Leipzig
Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig	Medienkunst	10 Semester	Diplom	Leipzig
Hochschule Ostwestfalen-Lippe	Medienproduktion	6 Semester	B.A.	Lemgo
Hochschule Ostwestfalen-Lippe	Medienproduktion	4 Semester	M.A.	Lemgo
Hochschule Osnabrück	Kommunikationsmanagement	6 Semester	B.A.	Lingen
Hochschule Osnabrück	Media & Interaction Design	7 Semester	B.A.	Lingen
Otto von Guericke Universität Magdeburg	Medienbildung – Audiovisuelle Kultur und Kommunikation	6 Semester	B.A.	Magdeburg
Otto von Guericke Universität Magdeburg	Medienbildung – Audiovisuelle Kultur und Kommunikation	4 Semester	M.A.	Magdeburg
FH Mainz	Gutenberg-Intermedia	3 Semester	M.A.	Mainz
FH Mainz	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Mainz
FH Mainz	Zeitbasierte Medien	6 Semester	B.A.	Mainz
FH Mainz	Zeitbasierte Medien	2 Semester	M.A.	Mainz
Hochschule Mannheim	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Mannheim
Hochschule Mannheim	Kommunikationsdesign	3 Semester	M.A.	Mannheim
Akademie der Bildenden Künste München	Freie Kunst / Fotografie	6 Semester	Diplom	München
Akademie U5	Kommunikationsdesign	6 Semester	Diplom	München
Bayerische Akademie für Werbung und Marketing	Medien-Marketing	9 Monate	Medien-Marketing-Fachwirt/ in BAW	München
Bayerische Akademie für Werbung und Marketing	Online-Marketing	10 Monate	Online-Marketing-Fachwirt/ in BAW	München
Hochschule für Angewandte Wissenschaften München	Advanced Design	3 Semester	M.A.	München
Hochschule für Angewandte Wissenschaften München	Design	7 Semester	B.A.	München
Mediadesign Hochschule für Design und Informatik	Mediadesign	4 Semester	M.A.	München
MIMA – Hochschule für Medienkunst, Literarisches Schreiben, Popmusik & Klangkunst	Medienkunst	8 Semester	B.F.A.	München
Städtische Berufsschule für Medienberufe	Medien und Informationsdienste	3 Jahre	Fachangestellte/r für Medien und Informationsdienste	München
Städtische Berufsschule für Medienberufe	Medienkauffrau / Medienkaufmann Digital und Print	3 Jahre	Medienkauffrau/Medien-kaufmann Digital und Print	München
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Media and Design	3 Semester	M.A.	München, Berlin, Mailand
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Media and Communication Management	3 Semester	M.A.	München, Hamburg, Mailand
Hochschule für Medien und Kommunikation	Mediengestaltung Bild und Ton	3 Jahre	Mediengestalter/in Bild und Ton	München, Köln

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Bayerische Akademie für Werbung und Marketing	Kommunikation	1 Jahr	Kommunikationswirt/in BAW	München, Nürnberg
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Journalistik	7 Semester	B.A.	München, Stuttgart, Köln, Hamburg, Berlin
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Medienmanagement	7 Semester	B.A.	München, Stuttgart, Köln, Hamburg, Berlin
Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation	Medien- und Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	München, Stuttgart, Köln, Hamburg, Berlin, Mailand
Hochschule für Medien und Kommunikation	Marketingkommunikation	3 Jahre	Kaufmann für Marketingkommunikation	München, Stuttgart, Osnabrück, Hamburg
Hochschule für Medien und Kommunikation	Mediengestaltung Digital und Print	3 Jahre	Mediengestalter/in Digital und Print	München, Stuttgart, Osnabrück, Hamburg
FH Münster	Design	6 Semester	B.A.	Münster
FH Münster	Design – Information und Kommunikation	4 Semester	M.A.	Münster
FH Münster	Mediendesign und Designtechnik – Lehramt	6 Semester	B.A.	Münster
Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm (HNU)	Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation	7 Semester	B.A.	Neu-Ulm
Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm	Design	7 Semester	B.A.	Nürnberg
Hochschule für Gestaltung Offenbach	Visuelle Kommunikation	10 Semester	Diplom	Offenbach
Universität Paderborn	Medienwissenschaften	6 Semester	B.A.	Paderborn
Universität Paderborn	Medienwissenschaften	4 Semester	M.A.	Paderborn
Universität Passau	Medien und Kommunikation	6 Semester	B.A.	Passau
Hochschule Pforzheim	Creative Direction	3 Semester	M.A.	Pforzheim
Hochschule Pforzheim	Intermediales Design	7 Semester	B.A.	Pforzheim
Hochschule Pforzheim	Visuelle Kommunikation	7 Semester	B.A.	Pforzheim
privatschule für foto-design Pforzheim	Fotodesign	2 Jahre	Fotodesigner/in	Pforzheim
FH Potsdam	Archiv	7 Semester	B.A.	Potsdam
FH Potsdam	Archivwissenschaft	6 Semester	M.A.	Potsdam
FH Potsdam	Bibliotheksmanagement	7 Semester	B.A.	Potsdam
FH Potsdam	Design	2 Semester	M.A.	Potsdam
FH Potsdam	Information und Dokumentation	7 Semester	B.A.	Potsdam
FH Potsdam	Informationswissenschaft	3 Semester	M.A.	Potsdam
FH Potsdam	Interfacedesign	8 Semester	B.A.	Potsdam
FH Potsdam	Kommunikationsdesign	8 Semester	B.A.	Potsdam
Medienschule babelsberg	Gestaltung	2 Jahre	Gestaltungstechnischer Assistent (GTA)	Potsdam

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Universität Regensburg	Allgemeine und vergleichende Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Regensburg
Hochschule für bildende Künste Saar	Kommunikationsdesign	8 Semester	B.A.	Saarbrücken
Hochschule für bildende Künste Saar	Kommunikationsdesign	10 Semester	Diplom	Saarbrücken
Hochschule für bildende Künste Saar	Media Art & Design	8 Semester	B.A.	Saarbrücken
Hochschule für bildende Künste Saar	Media Art & Design	10 Semester	Diplom	Saarbrücken
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd	Communication Planning and Design	3 Semester	B.A.	Schwäbisch Gmünd
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd	Interaktionsgestaltung	7 Semester	B.A.	Schwäbisch Gmünd
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd	Kommunikationsgestaltung	7 Semester	B.A.	Schwäbisch Gmünd
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd	Strategische Gestaltung	3 Semester	M.A.	Schwäbisch Gmünd
Designschule – Fachhochschule	Game Design	3 Jahre	B.A.	Schwerin, Leipzig
Designschule – Fachhochschule	Grafik-/Kommunikationsdesign	3 Jahre	B.A.	Schwerin, Leipzig
Akademie der Bildenden Künste	Kommunikationsdesign	9 Semester	Diplom	Stuttgart
Akademie der media	Digital Design	6 Semester	B.A.	Stuttgart
Akademie der media	Kampagnenmanagement, Marketing und Kommunikation	4 Semester	M.A.	Stuttgart
Akademie der media	PR- und Kommunikationsmanagement	6 Semester	B.A.	Stuttgart
Akademie der media	Social Media Management	6 Semester	B.A.	Stuttgart
Freie Fotoschule Stuttgart	Fotodesign – Fotokunst	4 Semester	Zertifikat	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Audiovisuelle Medien	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Bibliotheks- und Informationsmanagement	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Crossmedia-Redaktion/Public Relations	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Druck- und Medientechnologie	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Informationsdesign	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Mediapublishing	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Medieninformatik	7 Semester	B.Sc.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Medienwirtschaft	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Mobile Medien	7 Semester	B.Sc.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Online-Medien-Management	7 Semester	B.Sc.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Print-Media-Management	7 Semester	B.Sc.	Stuttgart
Hochschule der Medien Stuttgart	Werbung und Marktkommunikation	7 Semester	B.A.	Stuttgart

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Hochschule der Medien Stuttgart	Wirtschaftsinformatik und digitale Medien	7 Semester	B.Sc.	Stuttgart
Merz Akademie – Hochschule für Gestaltung, Kunst und Medien	Gestaltung, Kunst und Medien	7 Semester	B.A.	Stuttgart
Merz Akademie – Hochschule für Gestaltung, Kunst und Medien	Wissensbildung in Gestaltung, Kunst und Medien	3 Semester	M.A.	Stuttgart
HfK+G – Hochschule für Kommunikation und Gestaltung	Kommunikationsdesign	6 Semester	B.A.	Stuttgart, Ulm
HfK+G – Hochschule für Kommunikation und Gestaltung	Unternehmens- und Marktkommunikation	6 Semester	B.A.	Stuttgart, Ulm
Universität Trier	Medien-Kommunikation-Gesellschaft	6 Semester	B.A.	Trier
Universität Tübingen	Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Tübingen
Universität Tübingen	Medienwissenschaft – Medienpraxis (Hauptfach)	6 Semester	B.A.	Tübingen
Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden (OTH)	Medienproduktion und Medientechnik	7 Semester	B.A.	Weiden
Bauhaus-Universität Weimar	Kunst und Design/Freie Kunst/ Medienkunst	6 Semester	Ph.D.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medieninformatik	6 Semester	B.Sc.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medienkunst/Mediengestaltung	6 Semester	B.F.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medienkunst/Mediengestaltung	4 Semester	M.F.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medienmanagement	4 Semester	M.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medienwissenschaft	6 Semester	B.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Medienwissenschaft	4 Semester	M.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Visuelle Kommunikation	8 Semester	B.F.A.	Weimar
Bauhaus-Universität Weimar	Visuelle Kommunikation/ Visuelle Kulturen	4 Semester	M.F.A.	Weimar
Hochschule RheinMain	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Wiesbaden
Hochschule RheinMain	Media & Design Management	4 Semester	M.A.	Wiesbaden
Hochschule RheinMain	Media Management	6 Semester	B.A.	Wiesbaden
Hochschule RheinMain	Media: Conception & Production	6 Semester	B.A.	Wiesbaden
Hochschule RheinMain	Medieninformatik	6 Semester	B.Sc.	Wiesbaden
Hochschule Wismar	Design	8 Semester	Diplom	Wismar
Hochschule Wismar	Kommunikationsdesign	8 Semester	Diplom	Wismar
Hochschule Wismar	Sales and Marketing (Fernstudium)	4 Semester	M.A.	Wismar
Bergische Universität Wuppertal	Design Audiovisueller Medien	6 Semester	B.A.	Wuppertal
Bergische Universität Wuppertal	Design Interaktive Medien	6 Semester	B.A.	Wuppertal
Bergische Universität Wuppertal	Mediendesign und Designtechnik	6 Semester	B.A.	Wuppertal

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Bergische Universität Wuppertal	Mediendesign und Designtechnik	4 Semester	M.Ed.	Wuppertal
Hochschule für ange-wandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	E-Commerce	7 Semester	B.Sc.	Würzburg
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation	3 Semester	M.A.	Würzburg
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	Informationsdesign	3 Semester	M.A.	Würzburg
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	Kommunikationsdesign	7 Semester	B.A.	Würzburg
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	Marken- und Medienmanagement	3 Semester	M.A.	Würzburg
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt	Medienmanagement	7 Semester	B.A.	Würzburg

Studien-/Ausbildungsgänge: Österreich

Unter http://bipa.org/picta_magazin/Studiengaenge.pdf finden Sie das interaktive Verzeichnis der Studien- und Ausbildungsgänge zusammen mit den jeweiligen Hyperlinks.

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
FH Vorarlberg	InterMedia	6 Semester	B.A.	Dornbirn
FH Vorarlberg	InterMedia	4 Semester	M.A.	Dornbirn
Akademie für angewandte Photographie	Fotografie	2 Semester	Diplom der Akademie für angewandte Photographie	Graz
FH Joanneum	Ausstellungsdesign	4 Semester	M.A.	Graz
FH Joanneum	Communication, Media, Sound and Interaction Design	4 Semester	M.A.	Graz
FH Joanneum	Content-Strategie und Digitale Kommunikation	4 Semester	M.A.	Graz
FH Joanneum	Informationsdesign	6 Semester	B.A.	Graz
FH Joanneum	Journalismus und Public Relations	6 Semester	B.A.	Graz
FH Joanneum	Public Communication	4 Semester	M.A.	Graz
FH Oberösterreich	Kommunikation, Wissen, Medien	6 Semester	B.A.	Hagenberg
FH Oberösterreich	Kommunikation, Wissen, Medien	4 Semester	M.A.	Hagenberg
FH Oberösterreich	Medientechnik und -design	6 Semester	B.Sc.	Hagenberg
Prager Fotoschule Österreich	Fotografie	5 Semester	Diplom der PFSÖ	Kefermarkt
Donau-Universität Krems	Bildwissenschaft	5 Semester	M.A.	Krems
Donau-Universität Krems	Crossmedia Design & Development	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Data Studies	5 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Digital Media Publishing – Inno-variables Publizieren im Verlag 3.0	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Fotografie	2 Semester	Certified Program	Krems
Donau-Universität Krems	Game Based Media & Education	6 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Ikonographie	2 Semester	Certified Program	Krems
Donau-Universität Krems	Image & Science	2 Semester	Certified Program	Krems
Donau-Universität Krems	Informationsdesign – user centered	4 Semester	M.A.	Krems
Donau-Universität Krems	Interactive Media Management	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Interne und Change-Kommunikation	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Kommunikation und Management	4 Semester	M.Sc.	Krems

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
Donau-Universität Krems	Marketing und Medienmanagement	4 Semester	M.A.	Krems
Donau-Universität Krems	Master of Fine Arts in New Media	4 Semester	M.F.A.	Krems
Donau-Universität Krems	Multimedia	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Multimedia Leadership	5 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	New Media Management	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Online Media Marketing	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	PR und Integrierte Kommunikation	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	PR: B2B-Kommunikation	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Social Media and Global Communication	4 Semester	M.Sc.	Krems
Donau-Universität Krems	Transmedia Design & Gamification	5 Semester	M.A.	Krems
Donau-Universität Krems	Visuelle Kompetenzen	2 Semester	Certified Program	Krems
HTL1 Bau und Design	Grafik- und Kommunikationsdesign	5jährig mit Matura		Linz
Kunstuniversität Linz	Bildende Kunst	8 Semester	Diplom	Linz
Kunstuniversität Linz	Grafik-Design und Fotografie	6 Semester	B.A.	Linz
Kunstuniversität Linz	Visuelle Kommunikation	4 Semester	M.A.	Linz
Kunstuniversität Linz	Zeitbasierte Medien	4 Semester	M.A.	Linz
Kunstuniversität Linz	Zeitbasierte und Interaktive Medien	6 Semester	B.A.	Linz
Fachhochschule Salzburg	MultiMediaArt	4 Semester	M.A.	Salzburg
Fachhochschule Salzburg	MultiMediaArt	6 Semester	B.A.	Salzburg
Fachhochschule Salzburg	MultiMediaTechnology	4 Semester	M.A.	Salzburg
Fachhochschule Salzburg	MultiMediaTechnology	6 Semester	B.A.	Salzburg
Werde-Design-Akademie Salzburg	Kommunikationsdesign	4 Semester	Kommunikationdesigner/in	Salzburg
Wirtschaftsförderungs-institut Salzburg (WIFI)	Meisterklasse Fotografie	2 Semester	Diplom der Meisterklasse für Fotografie	Salzburg
Designkolleg	Design	4 Semester	Diplom	St. Pölten
Fachhochschule St. Pölten GmbH	Angewandte Fotografie	3 Semester	Akademisch angewandte/r Fotograf/in	St. Pölten
New Design University	Business & Design	6 Semester	B.Sc.	St. Pölten
New Design University	Grafik- & Informationsdesign	6 Semester	B.A.	St. Pölten
New Design University	Intellectual Property Rights & Innovations	4 Semester	M.Sc.	St. Pölten
Berufsschule für Handel und Reisen	Archiv-, Bibliotheks- und Informationsassistentin	3 Jahre	Archiv-, Bibliotheks- und Informationsassistentin	Wien
FH für Management & Kommunikation Wien	Kommunikationswissenschaft	6 Semester	B.A.	Wien

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
FH für Management & Kommunikation Wien	Kommunikationswissenschaft	4 Semester	M.A.	Wien
FH für Management & Kommunikation Wien	Marketing & Sales	6 Semester	B.A.	Wien
FH für Management & Kommunikation Wien	Marketing- & Salesmanagement	4 Semester	M.A.	Wien
fotoK Zentrum für Fotografie Wien	Fotografie	3 Jahre	Fotograf/in	Wien
Fotoschule Wien	Fotografie	2 – 4 Sem.	-	Wien
Höhere Graphische Bundes Lehr- und Versuchsanstalt Wien	Fotografie und audiovisuelle Medien	5 Jahre	Fotografin	Wien
Höhere Graphische Bundes Lehr- und Versuchsanstalt Wien	Grafik und Kommunikationsdesign	5 Jahre	Artdirector	Wien
Höhere Graphische Bundes Lehr- und Versuchsanstalt Wien	Multimedia	5 Jahre	MultimediasignerIn	Wien
Höhere Graphische Bundes Lehr- und Versuchsanstalt Wien	Printmedia/Druck- und Medientechnik	4 Jahre	MedientechnikerIn	Wien
LIK Akademie für Foto und Design	Digitale Bildbearbeitung/ Fotodesign	2 Semester	LIK Akademie Diplom	Wien
LIK Akademie für Foto und Design	Digitale Fotografie	2 Semester	LIK Akademie Diplom	Wien
LIK Akademie für Foto und Design	Meisterklasse Fotografie	2 Semester	LIK Akademie Diplom	Wien
Medienschule Wien	Fotografie	2 – 4 Sem.	Pressefotograf/in	Wien
Medienschule Wien	Multimedia	2 Semester	Multimedia-Designer/in	Wien
Universität für angewandte Kunst Wien	Bildende Kunst	8 Semester	Diplom	Wien
Universität für angewandte Kunst Wien	Design	8 Semester	Diplom	Wien
Universität für angewandte Kunst Wien	Medienkunst	8 Semester	Diplom	Wien
Universität für angewandte Kunst Wien	Social Design – Arts as Urban Innovation	4 Semester	M.A.	Wien
Werde Akademie WIFI Wien	Advertising and Brand Management	2 – 4 Semester	B.A. (Hons) in Advertising and Brand Management	Wien
Werde Akademie WIFI Wien	Grafikdesign	4 Semester	Diplom der Werbe Akademie	Wien
Werde Akademie WIFI Wien	Grafikdesign	2 – 4 Semester	B.A. (Hons) in Advertising and Brand Management	Wien
Werde Akademie WIFI Wien	Marktkommunikation	4 Semester	Diplom der Werbe Akademie	Wien
Wirtschaftsförderungsinstitut Wien (WIFI)	Pressefotografie und Fotodesign	160 Lehreinheiten	Pressefotograf/in und Fotodesigner/in	Wien

Unter http://bvpa.org/picta_magazin/Studiengaenge.pdf finden Sie das interaktive Verzeichnis der Studien- und Ausbildungsgänge zusammen mit den jeweiligen Hyperlinks.

Studien-/Ausbildungsgänge: Schweiz

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Standort
FHNW – Fachhochschule Nordwestschweiz	Visuelle Kommunikation	6 Semester	B.A.	Basel
FHNW – Fachhochschule Nordwestschweiz	Visuelle Kommunikation und Bildforschung	3 Semester	M.A.	Basel
Gewerblich-Industriellen Berufsschule Bern	Information & Dokumentation	3 Jahre	Fachfrau/-mann Information und Dokumentation EFZ	Bern
Hochschule der Künste Bern	Communication Design	3 Semester	M.A.	Bern
Hochschule der Künste Bern	Visuelle Kommunikation	6 Semester	B.A.	Bern
Schule für Gestaltung Bern und Biel	Kommunikations- und Interactiondesign	6 Semester	Gestalter/in Kommunikationsdesign, Interactiondesign	Bern
Haute école d'art et de design	Art Direction	4 Semester	M.A.	Lausanne
Haute école d'art et de design	Fine Arts	6 Semester	B.A.	Lausanne
Haute école d'art et de design	Fine Arts	4 Semester	M.A.	Lausanne
Haute école d'art et de design	Graphic Design	6 Semester	B.A.	Lausanne
Haute école d'art et de design	Media & Interaction Design	6 Semester	B.A.	Lausanne
Haute école d'art et de design	Photography	6 Semester	B.A.	Lausanne
Hochschule Luzern	Design	3 Semester	M.A.	Luzern
Hochschule Luzern	Visuelle Kommunikation	6 Semester	B.A.	Luzern
MAZ – Die Schweizer Journalistenschule	Diplomausbildung Journalismus	2 Jahre	Diplom	Luzern
Berufsschule für Gestaltung Zürich	Fotodesign	5 Semester	Fotodesigner/in ED	Zürich
Berufsschule für Gestaltung Zürich	Fotografie	8 Semester	Fotograf/Fotografin	Zürich
Berufsschule für Gestaltung Zürich	Grafik	8 Semester	Grafiker/Grafikerin	Zürich
Berufsschule für Gestaltung Zürich	Kommunikationsdesign	6 Semester	Dipl. Gestalter/in HF Kommunikationsdesign	Zürich
Berufsschule für Gestaltung Zürich	Typografie	4 Semester	Typografische Gestalterin / Typografischer Gestalter EFA	Zürich
F+F Zürich – Schule für Kunst und Mediendesign	Fotografie HF	6 Semester	Dipl. Gestalter/in HF Kommunikationsdesign mit Vertiefungsrichtung Fotografie	Zürich
F+F Zürich – Schule für Kunst und Mediendesign	Visuelle Gestaltung HF	6 Semester	Dipl. Gestalter/in HF Kommunikationsdesign mit Vertiefungsrichtung Visuelle Gestaltung	Zürich
Zürcher Hochschule der Künste	Design	6 Semester	B.A.	Zürich
Zürcher Hochschule der Künste	Design	3 Semester	M.A.	Zürich
Zürcher Hochschule der Künste	Fine Arts	4 Semester	M.A.	Zürich
Zürcher Hochschule der Künste	Medien & Kunst	6 Semester	B.A.	Zürich

Studien-/Ausbildungsgänge: Europa

Diese Zusammenstellung listet ausschließlich englischsprachige Studiengänge auf. In den jeweiligen Landessprachen gibt es natürlich noch sehr viel mehr Angebote.

Unter http://bipa.org/picta_magazin/Studiengaenge.pdf finden Sie das interaktive Verzeichnis der Studien- und Ausbildungsgänge zusammen mit den jeweiligen Hyperlinks.

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Land	Standort
C.A.D. Brussels	Advertising: Art Direction & Copywriting	3-4 Jahre	B.A.	Belgien	Brüssel
American University in Bosnia and Herzegovina	Graphic and Multimedia Design	8 Semester	B.A.	Bosnien-Herzegowina	Tuzla/Sarajevo
Aarhus University	Journalism, Media and Globalisation	2 Jahre	M.A.	Dänemark	Aarhus
Copenhagen School of Design and Technology KEA	Design Technologist AP	2 Jahre	B.A.	Dänemark	Kopenhagen
IT University of Copenhagen	Digital Design and Communication	2 Jahre	M.A.	Dänemark	Kopenhagen
Technical University of Denmark	Design and Innovation	Auf Anfrage	M.A.	Dänemark	Kopenhagen
Aalto University	Photography	2 Jahre	M.A.	Finnland	Helsinki
Aalto University	Graphic Design	2 Jahre	M.A.	Finnland	Helsinki
University of Helsinki	Media and Global Communication	2 Jahre	M.A.	Finnland	Helsinki
University of Savoy	Hypermedia and Communication	Auf Anfrage	M.A.	Frankreich	Annecy
Pierre Mendès-France University	International Cognitive Visualisation	2 Jahre	M.A.	Frankreich	Grenoble
Studio M Academy	Bachelor Of Arts In Multimedia	3-6 Semester	B.A.	Frankreich	Montpellier
Sup de Pub	SPCom	Auf Anfrage	B.A.	Frankreich	Paris/Bordeaux/Lyon
Technological Educational Institute of Athens	Photography	Auf Anfrage	M.A.	Griechenland	Athen
AAS College	Digital Graphics	3 Jahre	B.A.	Griechenland	Thessaloniki
CITY College, International Faculty of the University of Sheffield	Digital Marketing and Social Media	Auf Anfrage	M.A.	Griechenland	Thessaloniki
Griffith College Cork	Journalism and Media Communications	3 Semester	M.A.	Irland	Cork
Dublin Business School	Marketing with Digital Media	1 Jahr	M.A.	Irland	Dublin
Dublin Institute of Technology	Photography	4 Jahre	B.A.	Irland	Dublin
Dublin Institute of Technology	Visual and Critical Studies	3 Semester	M.A.	Irland	Dublin
Dublin Institute of Technology	Design	1 Jahr	M.A.	Irland	Dublin
Griffith College Dublin	Journalism and Media Communications	3 Semester	M.A.	Irland	Dublin
National College of Art and Design	Visual Arts Education	2 Jahre	M.A.	Irland	Dublin

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Land	Standort
Trinity College	Textual and Visual Studies	1 Jahr	M.A.	Irland	Dublin
Dún Laoghaire Institute of Art, Design and Technology	Visual Art	2 Jahre	M.A.	Irland	Dún Laoghaire
National University of Ireland	Digital Media	1 Jahr	M.A.	Irland	Galway
Limerick Institute of Technology	Creative Multimedia	4 Jahre	B.A.	Irland	Limerick
Limerick Institute of Technology	BSc in Digital Animation Production	4 Jahre	B.A.	Irland	Limerick
Tipperary Institute	Art and Design	2 Jahre	M.A.	Irland	Thurles
Institute of Technology, Tralee	Creative Media	1 Jahr	M.A.	Irland	Tralee
Domus Academy	Visual Brand Design	1 Jahr	M.A.	Italien	Mailand
IED - Istituto Europeo di Design	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	Italien	Mailand
IED - Istituto Europeo di Design	Illustration and Animation	3 Jahre	B.A.	Italien	Mailand
Istituto Marangoni	Visual Design	3 Jahre	B.A.	Italien	Mailand
Scuola Politecnica di Design SPD	Visual Design	1 Jahr	M.A.	Italien	Mailand
IED - Istituto Europeo di Design	Illustration and Animation	3 Jahre	B.A.	Italien	Rom
IED - Istituto Europeo di Design, Roma	Photography	3 Jahre	B.A.	Italien	Rom
IED - Istituto Europeo di Design	Interaction Design	3 Jahre	B.A.	Italien	Rome/Milan
IAAD Istituto D'Arte Applicata e Design	Communication design	3 Jahre	B.A.	Italien	Turin
American University in Kosovo	Media and Graphic Communications	Auf Anfrage	B.A.	Kosovo	Pristina
VU University Amsterdam	Visual Arts, Media and Architecture	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Amsterdam
Avans University of Applied Science	Photography	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Breda
Communication and Business College	Graphic Design	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Breda
Royal Academy of Art, The Hague	Design (Type and Media)	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Den Haag
Royal Academy of Art, The Hague	Photography	3 Jahre	B.A.	Niederlande	Den Haag
Royal Academy of Art, The Hague	Interactive/Media/Design	4 Jahre	B.A.	Niederlande	Den Haag
Royal Academy of Art, The Hague	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	Niederlande	Den Haag
University of Groningen	Arts, Culture and Media	1 Jahr	M.A.	Niederlande	Groningen
Zuyd University of Applied Sciences	Scientific Illustration	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Heerlen
Utrecht School of the Arts	Creative Design for Digital Cultures	Auf Anfrage	M.A.	Niederlande	Hilversum
Erasmus University Rotterdam	Media Studies	Auf Anfrage	M.A.	Niederlande	Rotterdam
Rotterdam University of Applied Sciences	Media and Communication	2 Jahre	M.A.	Niederlande	Rotterdam

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Land	Standort
Tilburg University	Communication	1 Jahr	M.A.	Niederlande	Tilburg
Utrecht University	Media	1 Jahr	M.A.	Niederlande	Utrecht
University of Tromsø	Visual Cultural Studies	2 Jahre	M.A.	Norwegen	Tromsø
The British Higher School Of Art And Design	Photography	3-4 Jahre	B.A.	Russland	Moskau
Södertörn University	Media, Communication and Cultural Analysis	4 Semester	M.A.	Schweden	Södertörn
Konstfack	Graphic Design & Illustration	2 Jahre	M.A.	Schweden	Stockholm
IED - Istituto Europeo di Design	Graphic Design	4 Jahre	B.A.	Spanien	Barcelona
ESDi - Design School	Graphic Design	Auf Anfrage	B.A.	Spanien	Barcelona/Sabadell
Istituto Europeo di Design	European Master of Fine Art Photography	Auf Anfrage	M.A.	Spanien	Madrid
Universidad Europea de Madrid	Photography, Theories and Artistic Projects	Auf Anfrage	M.A.	Spanien	Madrid
Marbella Design Academy	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	Spanien	Marbella
Universidad Politécnica de Valencia	Photography, Art and Technique	Auf Anfrage	M.A.	Spanien	Valencia
Academy of Arts, Architecture and Design	Visual Art	Auf Anfrage	M.A.	Tschechien	Prag
Prague College	Fine Art (Experimental Media)	3 Jahre	B.A.	Tschechien	Prag
Prague College	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	Tschechien	Prag
Tomas Bata University	Media and Communication Studies	2 Jahre	M.A.	Tschechien	Zlín
Kadir Has University	Graphic Design	8 Semester	B.A.	Türkei	Istanbul
Kadir Has University	New Media	Auf Anfrage	B.A.	Türkei	Istanbul
Sabanci University	Visual Arts and Communication Design	4 Semester	M.A.	Türkei	Istanbul
Yasar University	Graphic Design	4 Jahre	B.A.	Türkei	Izmir
Yasar University	Visual Communication Design	4 Jahre	B.A.	Türkei	Izmir
Aston University	Multimedia Computing	3-4 Jahre	B.A.	UK	Birmingham
Anglia Ruskin University, Cambridge Campus	Photography	Auf Anfrage	B.A.	UK	Cambridge
Anglia Ruskin University, Cambridge Campus	Illustration and Animation	Auf Anfrage	B.A.	UK	Cambridge
University of Wales Trinity Saint David	Photography	3 Jahre	B.A.	UK	Carmarthen
University of Wales Trinity Saint David	Digital Illustration	3 Jahre	B.A.	UK	Carmarthen
Art & Design (Top-Up) with specialism	Sussex Coast College	1 Jahr	B.A.	UK	East Sussex
Leeds College of Art	Illustration	3 Jahre	B.A.	UK	Leeds
Croydon College	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	UK	London

Institut	Studien-/Ausbildungsgänge	Dauer	Abschluss	Land	Standort
London College Of Communication	Photojournalism and Documentary Photography	3 Jahre	B.A.	UK	London
London College Of Communication	Design for Graphic Communication (Top Up)	1 Jahr	B.A.	UK	London
London College Of Communication	Illustration and Visual Media	3 Jahre	B.A.	UK	London
London College Of Communication	Graphic and Media Design	3 Jahre	B.A.	UK	London
Middlesex University	Photography	3 Jahre	B.A.	UK	London
Ravensbourne	Digital Photography	3 Jahre	B.A.	UK	London
Ravensbourne	Advertising and Design	3 Jahre	B.A.	UK	London
University Campus Suffolk	Photography	Auf Anfrage	B.A.	UK	London
University Campus Suffolk	Graphic Design (Graphic Illustration)	Auf Anfrage	B.A.	UK	London
University of Greenwich	Graphic and Digital Design	3-4 Jahre	B.A.	UK	London
University of the arts london	Photography	3 Jahre	B.A.	UK	London
Nottingham Trent University - School of Arts	Photography	3 Jahre	B.A.	UK	Nottingham
Nottingham Trent University - School of Arts	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	UK	Nottingham
Plymouth College of Art	Photography	3 Jahre	B.A.	UK	Plymouth
Plymouth College of Art	Graphic Design	3 Jahre	B.A.	UK	Plymouth
Winchester School of Art – University of Southampton	Graphic Arts	3 Jahre	B.A.	UK	Winchester
BKF University of Applied Sciences	Photography	6 Semester	B.A.	Ungarn	Budapest
Communication and Business College	Communication and Media	4 Semester	M.A.	Ungarn	Budapest
University of West Hungary	Visual Arts	Auf Anfrage	M.A.	Ungarn	Sopron

Unter http://bvpa.org/picta_magazin/Studiengaenge.pdf finden Sie das interaktive Verzeichnis der Studien- und Ausbildungsgänge zusammen mit den jeweiligen Hyperlinks.