



FOTOGRAFIE

„ICH LIEBE BÜCHER, IHRE HAPTİK UND DEN GERUCH.“
RANKIN IM INTERVIEW

FOKUS

ACHTUNG BILDERKLAU!
WELCHE STRATEGIEN GIBT
ES GEGEN FOTODIEBE?

BUSINESS

HALTUNG GEWINNEN –
MIT STARKEM PROFIL
ZU MEHR ERFOLG

BPP CONVENTION

PORTRÄTFOTOGRAFEN
ZWISCHEN KREATIVITÄT UND
WIRTSCHAFTLICHKEIT

Wer bin ich? Wofür stehe ich? Und wohin will ich? Klingt das für Sie eher nach lapidaren Einstiegsfragen eines Esoterikseminars oder der Titelgeschichte von *Brand eins*? All jene, die sich vor ihrem geistigen Auge beim Kartenlegen sehen, sollten die nächsten Zeilen ganz besonders aufmerksam lesen.

Fragen wie die eingangs gestellten können schließlich entscheidend sein für die eigene berufliche Zukunft. Egal ob für einen Manager, (Noch-)Arbeitnehmer oder einen freischaffenden Künstler.

„Aufgrund der hohen Zahl qualifizierter Fotografen mit guten Bildern ist es einerseits notwendig, zugleich aber auch sehr schwierig, sich von der Masse abzuheben. Zwei Aspekte, mit denen das gelingen kann, sind eine geschärfte Persönlichkeit und eine klar formulierte Haltung gegenüber Auftraggebern und – nicht minder wichtig – dem eigenen Werk“, weiß Nanna Rüster. Die Frankfurterin arbeitet als Executive Coach und hat sich auf die Beratung von Unternehmern und Führungskräften spezialisiert. Seit 2009 betreut sie als Mitglied der *Gute Aussichten*-Plattform in Hamburg auch Fotografen und kennt deren Belange daher besonders gut.

Raus aus der Beliebigkeit

Handwerkliche Fähigkeiten, also das Know-how für gute Fotos, seien für Auftraggeber heutzutage eine Grundvoraussetzung, so die Expertin. Viel häufiger gehe es deswegen um die Persönlichkeit, die in den Arbeiten zum Ausdruck kommt. Über einen individuellen Blick, der langfristig zum eigenen Stil wird, über die Themen- und Motivauswahl sowie den größeren Rahmen, in dem man sich mit einem Thema auseinandersetzt, kann es gelingen, die eigene Marke zu stärken.

Wer emporsteigen möchte aus dem großen Topf der Beliebigkeit, muss bereit sein, sowohl Zeit als auch Energie in diesen Selbstfindungsprozess zu investieren. Anders als beispielsweise Manager, die sich

WORKSHOP

Am Freitag, 24. März, gibt Nanna Rüster im Rahmen der 8. *Gute Aussichten*-Plattform einen Workshop zum Thema „Gute Präsentation“. Der Schwerpunkt liegt darauf, Worte, Formen und Haltungen zu finden, um sich und seine Arbeit in der Öffentlichkeit gut, selbstverständlich und

 gute aussichten
junge deutsche fotografie
2016/2017

professionell zu präsentieren. guteaussichten.org/blog/archives/5589



DIE SUCHE NACH SICH SELBST

Allein mit guten Bildern bekommt heute kein Fotograf mehr einen Job. Dafür sind die Konkurrenten zu zahlreich und zu stark. Machen Sie stattdessen Ihre innere Einstellung zum Markenkern.

T – Florian Sturm F – Josefine Raab



Nanna Rüster im Zwiegespräch mit Fotografen.

innerhalb eines Unternehmens meist in einem relativ starren Konstrukt bewegen, genießen Fotografen oftmals deutlich mehr Freiräume. Mal sind sie als Auftragnehmer unterwegs und sollen Redakteuren eine Reportage oder Fotostrecke liefern; mal sprechen sie als Fotokünstler mit Kuratoren und Galeristen; mal sind sie schlichtweg Handwerker und sollen einen kreativ wenig aufreibenden Job erledigen.

Nicht jedem behagt dieser Wechsel zwischen verschiedenen Rollen. Manche sehen die Flexibilität als Chance, andere fühlen sich mitunter überfordert. Um zu ergründen, wofür man als Fotograf steht, können erfahrene Coaches helfen.

Die eigene Haltung spiegelt sich neben der Bildsprache und Themenauswahl auch in zahlreichen anderen Dimensionen wider. Beim professionellen Auftreten zählen außer der gut gemachten Website und klar formulierten Erreichbarkeit ebenso weiche Faktoren: Kleidung, Sprache, Mimik und Gestik sollten vor jedem Kundengespräch durchdacht werden. „Natürlich hinterlässt es beim Gegenüber einen anderen Eindruck, wenn ich in Jeans und Sweatshirt zum Meeting komme – dazu das mit Stickern beklebte iPad unterm Arm, als würde ich mich für den klassischen Business-Look entscheiden“, erklärt Rüster. Beide Szenarien sind völlig legitim und können zielführend sein. Am wichtigsten dabei sei jedoch, so weiß die Führungsmangerin aus zahllosen Gesprächen mit Newcomern, Professoren und erfahrenen Fotografen, „dass man sich selbst nicht verbiegt oder mit dem Kopf der anderen denkt. Es muss *Commitment* dahinterstecken, also die Überzeugung, mit dem eigenen Auftreten, Handeln und Meinungsbild das Richtige zu tun.“

Haltung ist nicht gleich Arroganz

Wer Haltung zeigt, stärkt im Idealfall die eigene Marke, macht sich interessant für (neue) Auftraggeber. Eine klare Sicht auf die Dinge bedeutet jedoch auch, bestimmte Aufträge abzulehnen. Gerade für Menschen am Beginn ihrer Karriere steht deswegen häufig die Frage im Raum: Kann ich mir das leisten? Ein wachsames Auge auf den vorhandenen emotionalen und finanziellen Puffer gehört unweigerlich dazu.

Ein weiterer Aspekt, der eine ebenso schmale Gratwanderung bedeutet wie das Ausloten der Finanzlage, ist die Balance zwischen Haltung und Arroganz. Einerseits sind perfekte, glattgebügelte Persönlichkeiten für die meisten Leute uninteressant. Hin und wieder braucht es Charaktere, an denen man sich reiben kann, im positiven wie negativen Sinne. Doch Obacht: Hochmut und Hybris liegen mitunter näher als zunächst erwartet.

Eine Haltung zu entwickeln und zu finden, entpuppt sich als ewiger Prozess. Der wichtigste Schritt ist auch hier der erste. Während dieser Reise auf Widerstand zu stoßen und sich zwischendurch den Frust von Auftraggebern abzuholen, ist beinahe unumgänglich. Und auch wichtig. Denn meist sind es diese Rückschläge, die zu einer stärkeren Selbstreflexion führen, aus der sich letztlich eine Haltung entwickelt.

HALTUNG FINDEN – DIE WICHTIGSTEN FRAGEN FÜR JEDEN FOTOGRAFEN



Wer draußen etwas bewegen will, braucht im Inneren Halt. Ohne Halt(ung) bleibt jede Bewegung, jedes Tun beliebig.

1. **Wer bin ich** und wohin will ich mit meiner Arbeit langfristig?
2. **Wofür stehe ich?**
3. **Kann ich** meine künstlerische Arbeit beschreiben? Was? Wie? Warum? Seit wann? Wo? Welche Motivation steckt dahinter?
4. **Welche Rolle** (Auftragnehmer, Kreativer oder Handwerker) nehme bei meinem Gegenüber ein?
5. **Was ist** meine professionelle Haltung zu meiner Arbeit?
6. **Erkennt man** diese professionelle Haltung auch in der Präsentation meiner Arbeiten?
7. **Was zeige ich** wem mit welchem Ziel und was möchte ich von meinem Gegenüber erfahren?
8. **Was ist mein** professionelles, was mein (manchmal schützenswertes) künstlerisches Ich?
9. **Wie groß ist mein** (finanzieller) Puffer? Wie viel Haltung kann ich mir leisten?
10. **Wann habe ich** den Punkt erreicht, zu sagen: So wie bisher geht es nicht weiter?

NANNA RÜSTER

arbeitet seit 2003 als Executive Coach mit den Schwerpunkten Führung, Kommunikation, Auftreten und Wirkung. Außerdem hilft sie beim Umsetzen von Business-Strategien. Zu ihren Kunden zählen Swiss International Air Lines, Deutsche Lufthansa AG, JNBMcCann, die Helvetia Versicherung, die Galerie Heike Strelow in Frankfurt und die Fachhochschule Bielefeld. nannaruester.com