

pic

„Die praxisorientierte Weiterbildung und der Austausch untereinander sind unsere Essenz.“

An dieser Stelle stellen wir die wichtigsten deutschen Fotografenverbände vor. Diesmal: PIC – ein Gespräch mit Peter Hytrek, Vorsitzender des PIC Verbandes.



Mit dem PIC Förderpreis fördert der Verband junge Fotografen und Existenzgründer. Hier die Jury bei der Arbeit (links) und mit den Siegerbildern (rechts) 2018 in Würzburg (Fotos: Natalia Luzenko [links] & Ben Kuhlmann [rechts]).

■ Herr Hytrek, der PIC wurde 1997 gegründet. Was war der Anlass?

Peter Hytrek: Das war die Zeit, in der die professionelle Fotografie digital wurde und es schlagartig einen hohen Schulungs- und Weiterbildungsbedarf unter den Kollegen gab. Der PIC hat mit seiner Gründung diese Lücke geschlossen mit seiner Fokussierung auf berufsspezifische Seminare und Workshops für Profis – und tut dies bis heute.

■ Wie entwickelt sich die Mitgliederzahl aktuell?

PH: Der Verband zählt seit Jahren stabil rund 100 Mitglieder. Altersbedingt verlieren wir Mitglieder, dafür kommen junge hinzu – und Letzteres ist im Sinne einer kontinuierlichen Erneuerung natürlich erfreulich.

■ Können Sie die Mitgliederstruktur kurz umreißen?

PH: Rund zwei Drittel stammen aus der Gegend südlich von Frankfurt, darüber hinaus haben wir auch Mitglieder aus Österreich und der Schweiz. Das liegt an unserer Geschichte – der Verband wurde in Bayern gegründet. Wie in den meisten Verbänden in unserer Branche ist der Anteil der männlichen Mitglieder höher, es kommen aber

auch immer mehr selbstständige Fotografinnen zu uns.

■ Welche Genres sind schwerpunktmäßig vertreten?

PH: Unsere Mitglieder stammen überwiegend aus dem Bereich der Werbefotografie. Anders als etwa der BFF sind wir weniger im Bereich People, Mode und Models unterwegs, sondern vielmehr in der klassischen Studiofotografie von Nichtpersonen verortet, also beispielsweise bei Industriefotografie sowie Stills.

■ Anders herum gefragt: Wie unterscheidet sich der PIC von anderen Verbänden?

PH: Aus der Historie kommend, hat sich ein stark praxisorientierter Schwerpunkt herauskristallisiert. Im Zentrum stehen unsere Workshops, die sich über ein ganzes Wochenende erstrecken und von denen wir jährlich mindestens vier abhalten, hinzu kommt eine Vielzahl an halb- oder eintägigen Schwerpunkt-Seminaren. Neben dem Vermitteln von Know-how geht es dabei auch ums Networking und den Austausch der Mitglieder untereinander. Der informative Dialog setzt sich zudem im Netz fort – in unserem sehr aktiven Forum, wo man von anderen Mitgliedern schnell

Antworten zu berufsspezifischen Fragen erhält. Dieser Austausch untereinander ist Gold wert.

■ Um welche Inhalte geht es während der Seminare und Workshops?

PH: Das reicht von technischen Fragestellungen rund um Themen wie Gestaltung, Lichtsetzung, CGI und multimediale Techniken bis hin zu rechtlichen, steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Aspekten.

■ Welche Workshops sind denn besonders nachgefragt?

PH: Zuletzt waren das vor allem die Workshops und Seminare zu den neuen Medien, beispielsweise zu computergenerierten Bildern. Aber auch Angebote zu Video-, Ton- oder Live-Übertragungstechniken treffen auf ein besonderes Interesse, weil hier ein enormes neues Wissen und Praxistipps gefragt sind. Darüber hinaus spielen kaufmännische und bildrechtliche Aspekte eine wesentliche Rolle, da geht es dann beispielsweise um den Missbrauch von Bilddaten oder das Problemfeld Fotografieren im öffentlichen Raum. Bildsprache ist immer ein wichtiges Thema. Wir schauen uns beispielsweise aktuelle bildsprachliche Trends in anderen Genres an und

überlegen, ob und wie sich die ästhetischen Konzepte auf die Sachfotografie übertragen lassen. Kein anderer Verband bietet das so in dieser Breite und Tiefe.

! Sehen Sie die anderen Verbände denn als Konkurrenten?

PH: Nein, dazu sind die Zielgruppen und Aufgabenstellungen einfach zu unterschiedlich. Mehr noch: Im Rahmen der Dachorganisation Initiative Bild im Bundesverband Digitale Wirtschaft kooperieren wir ja mit den wichtigsten Branchenverbänden. Hauptziel der Initiative ist es, die Präsenz und die Interessen von Bildschaffenden in der Gesellschaft und auf der politischen Ebene zu stärken – da ziehen wir an einem Strang.

! Der PIC gibt seit vielen Jahren den verbandseigenen Förderpreis heraus. Was steckt dahinter?

PH: Mit diesem Preis fördern wir junge Fotografen und Existenzgründer. Jedes Jahr stellen wir dazu fünf Nachwuchstalente aus den Bereichen handwerklicher und künstlerischer Fotografie, Bildbearbeitung, CGI, Videografie ein Vollmitgliedschaftspaket kostenlos zur Verfügung. Doch nicht nur die Neueinsteiger, die zum Teil ja frisch aus dem Studium direkt in den Berufsalltag einsteigen, profitieren, sondern durch den frischen Input auch wir als Verband. Deshalb ermutigen wir die Stipendiaten auf den Verbandstreffen, über ihre Sichtweise auf die Fotografie und die Branche zu sprechen. Dadurch entstehen wichtige Impulse für die Bestandsmitglieder, die beispielsweise immer wieder Einblicke erhalten, wie sich kreative Bildsprache weiterentwickelt und wie die Nachfolgeneration „tickt“.



Der Schwerpunkt der PIC-Mitglieder liegt auf der Sachfotografie. Hier ist das CGI-Rendering einer Wohnkabine von Tischer auf einem Toyota-Pick-up von Rolfs Nachbar zu sehen.



! Neben dem Status „Professional“ steht der des „Young Professional“. Was hat es hiermit auf sich?

PH: Auch hierbei geht es darum, die finanziellen Hürden für eine Verbandsmitgliedschaft mit Blick auf die Neueinsteiger zu verringern. Young Professionals zahlen nur den halben Mitgliedsbeitrag und erhalten weitere Vergünstigungen. So übernehmen wir beispielsweise die Hotelkosten bei den Workshops. Der Status „Young“ bezieht sich übrigens nicht auf das Lebensalter, sondern auf die Frage, wie lange je-

mand schon im Beruf ist, und erstreckt sich auf die ersten fünf Berufsjahre.

! Wie sehen die Aufnahmebedingungen aus?

PH: Das entscheidende Kriterium lautet: Mitglied werden kann nur, wer hauptberuflich als Fotograf oder, allgemein gesprochen, als Bilddienstleister arbeitet. Abgesehen davon ist jeder willkommen – also gleichermaßen handwerklich ausgebildete, studierte Fotografen, die als Quereinsteiger zum Beruf gefunden haben. >>>

ÜBER DEN PIC VERBAND

GESCHICHTE UND STRUKTUR

Der PIC wurde 1997 gegründet – als Reaktion auf die fortschreitende Digitalisierung der Fotografie und den daraus resultierenden Weiterbildungsbedarf. Der Verband zählt heute rund 100 Mitglieder, die im Wesentlichen aus dem Feld der gegenständlichen Werbe-Fotografie stammen. Vorsitzender des Verbands ist aktuell Peter Hytrek.

AUFGABENBEREICHE UND LEISTUNGEN

Berufsspezifische Seminare und Workshops zu unterschiedlichsten technischen, gestalterischen und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bilden den Kern des Angebots und stellen – neben dem webbasierten Mitgliederforum – die Basis für den Austausch unter den Mitgliedern.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN UND MITGLIEDSBEITRAG

Einen Mitgliedsantrag kann stellen, wer nachweislich hauptberuflich als Fotograf oder Bilddienstleister arbeitet, unabhängig von seinem Ausbildungsweg. Der Mitgliedsbeitrag, der alle Workshops und Serviceleistungen beinhaltet, beträgt 490 Euro für Professionals respektive 245 Euro für Young Professionals netto pro Jahr. Nichtmitglieder haben einmal pro Jahr die Möglichkeit, kostenfrei an einem Schnupperworkshop teilzunehmen.

pic-verband.de



Im Zentrum des praxisorientierten Schwerpunkts stehen die PIC-Workshops.

Links: Im Studio Lütz in Iserlohn (Foto: Alina Jäger). | Rechts: 2017 bei EPSON in Meerbusch (Foto: Michael Jordan).

>>> **■ Abschließend: Was würde ohne den PIC fehlen?**

PH: Einer wichtigen Fraktion von Fotografen, nämlich allen, die in der gegenständlichen

Werbe-Fotografie unterwegs sind, würde der essenzielle Austausch fehlen mit Kollegen und Kolleginnen, die sich alle den gleichen Herausforderungen gegenübersehen. Darüber hinaus fehlen würde ein umfassendes

und praxisorientiertes Weiterbildungsangebot, ohne das es heute angesichts sich schnell ändernder technischer und markt-spezifischer Rahmenbedingungen schwer wird, weiter erfolgreich zu wirtschaften.



Foto: Ulwe Nöllke

PETER HYTREK ist ausgebildeter Fotograf und geschäftsführender Gesellschafter der DINAX GmbH. Das 1993 gegründete Unternehmen ist mit mehr als 60.000 Installationen seiner „Mirage“-Druckersoftwarelösung auf Canon- und Epson-Geräten Weltmarktführer in Sachen spezialisierter Druckersoftware und eines der führenden Fachlabore Europas im inkjetbasierten Foto- und Fineartbereich. Hytrek ist seit 2010 Mitglied des PIC Verbands, seit sechs Jahren fungiert er als dessen Vorsitzender.

dinax.de

Produktfotografie High-End!

NOVOFLEX
Focus Stacking

CASTEL-MICRO und CASTBAL-PRO machen aus ihrem vorhandenen Equipment ein Focus Stacking-System für komplett scharfe Produktaufnahmen.

Die Lösung wenn Tilt/Shift an Grenzen stößt!

**Kameraseitig: Phase One IQ3 und IQ4 sowie Canon EF + RF, Fujifilm X + GFX, L-Mount (Leica, Panasonic, Sigma), Nikon F + Z, Sony E und weitere Systeme. Objektivseitig eignen sich das Schneider Kreuznach APO-Digital 4,5/90mm sowie viele vorhandene Fachkamera-, Repro- und Vergrößerungsobjektive.*

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns: marx@novoflex.com



N
NOVOFLEX