

# Zur richtigen Zeit am richtigen Ort!

## FH-Alumnus Alexander Bouquet und die „spannende Spielwiese“ der virtuellen Werbefotografie

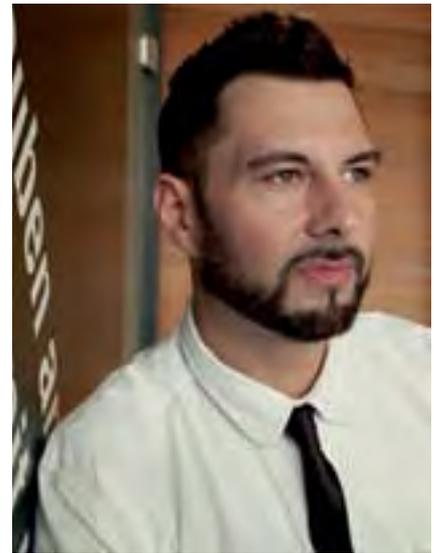
Alexander Bouquet, seit 2007 Alumnus des Studiengangs Virtual Design der Fachhochschule Kaiserslautern, arbeitet heute bei Jung von Matt, einer der führenden Kreativagenturen Deutschlands, die Kampagnen für Nikon, Mercedes, Zalando und andere namhafte Unternehmen durchführt.

### „Es gab für mich nur diesen Weg!“

Für das Studium Virtual Design gab es zwei einfache Gründe: „der immense Innovationsgrad des Studienganges und die vollkommene Auflistung dessen, was ich mir unter meinem persönlichen Studium vorstellte.“ Während seines Studiums spezialisierte er sich auf Produktdesign, Produktfotografie und Architektur und inszenierte in seiner Bachelorarbeit Automobile per CGIs (Computer Generated Imagery): mit Hilfe der 3D-Daten eines Fahrzeugs montierte er virtuelle Automobile in die konkrete Fotografie eines Hintergrunds. Diese Abschlussarbeit realisierte er in Kooperation mit der Spheron VR AG, die ihm innovatives Foto-Equipment zur Verfügung stellte. „Der kreative Trieb, Bilder zu gestalten, wurde in meiner Abschlussarbeit mit Hilfe der FH und der Industrie voll gestillt.“, sagt er heute über diese Zeit. Er stellt dabei die Wichtigkeit von Praxiserfahrung heraus, denn „diese Abschlussarbeit in direktem Kontakt zur Industrie war praktisch meine Eintrittskarte in den Beruf.“

### „Ich habe das Richtige zur richtigen Zeit studiert!“

Dass er mit seinem Studium gefragt war, bemerkte Alexander Bouquet vor Ende der Regelstudienzeit: Noch bevor er seine Abschlussarbeit begonnen hatte, wurde er von einem Headhunter für eine Stuttgarter Filmproduktionsfirma geworben. Von dort aus ging es über einen Zwischenstopp nach Hamburg zu Jung von Matt, die als kreativste Werbeagentur Deutschlands gilt. Der 32-Jährige leitet die Abteilung CGI, also computergenerierte Werbefotografie. Dort wird Bildmaterial für hochwertige Werbeprospekte von Autos hergestellt, hauptsächlich für Mercedes Benz. Heutzutage werden vor allem in der Automobilindustrie Werbemotive nicht mehr vor einem realen Set fotografiert. Das Hintergrundmotiv wird unabhängig vom Produkt, dem Auto, aufgenommen. Anschließend wird das Fahrzeug anhand der dreidimensionalen Daten virtuell eingefügt. „Besonders bei sensiblen Erbkönigen und Prototypen kommt diese Technik zum Einsatz.“, so Bouquet. Der Katalog der aktuellen M-Klasse von Mercedes Benz wurde auf diese Weise von Alexander Bouquet und



Alexander Bouquet

seinem Team für Jung von Matt erstellt. Ein einzelnes Bild für einen Prospekt herzustellen, dauert dabei abhängig vom Detailgrad zwischen zwei und fünf Tage, plus die Postproduktion von drei bis fünf Tagen.

Schon seine Kindheit und Jugend war geprägt von der Faszination für die digitale Welt. In der Schule mochte er zwar den Kunstunterricht, jedoch war ihm der Lehrstoff „nicht digital genug“, schildert Alexander Bouquet. „Klassizismus hatte seinen Reiz, aber das heimische Arsenal an immer leistungsfähigeren Rechnern und die Liebe zum Spiel und der Phantasie war deutlich interessanter.“ Dass er einmal in der virtuellen Werbefotografiebranche für Automobile arbeiten würde, hätte er sich damals nicht träumen lassen. Aber das Thema zieht sich wie ein roter Faden durch seinen Lebenslauf. Für die nächtlichen Lanparties, auf denen er und seine Freunde zusammen Autoren am Computer spielten, modifizierte er mit Hilfe der richtigen Software die Modelle: virtuell Tieferlegen, Umlackieren und Tunen war für den damals 14-Jährigen kein Problem.

Wenn ihm jemand vor fünf Jahren gesagt hätte, wo er heute sein würde, er hätte es nicht geglaubt, erzählt Bouquet. Innerhalb der Agentur hat er sich selbst die einzigartige Stelle des CGI Directors geschaffen. Im Moment ist er „total zufrieden“ mit seinem Job. Er ist glücklich, seine Passion zum Beruf gemacht zu haben. „Aber“, so sagt er, „die Grenzen sind noch nicht erreicht!“ (eo)



Arbeitsbeispiel eines Foto-Composing