

---

**Modulbezeichnung:** Creative Producing – Fokus Director’s Interpretation

---

**Semester:** 2. Sem.

**Modulverantwortliche(r):** Prof. Angela Clemens

**Dozent(in):** Vita Rosanna Saurin

**Sprache:** deutsch

**Verwendbarkeit:** Masterstudiengang Design, Film & Marketing

**Lehrform / SWS:** Workshop, 3 SWS

**Arbeitsaufwand:** Präsenzzeit: 45 h, Eigenstudium: 135 h, Gesamtaufwand: 180 h

**Leistungspunkte:** 6 CP

**Lernziele / Kompetenzen:** Nach Absolvieren des Kurses besitzen Sie ein grundlegendes Verständnis für die Entwicklung und Kommunikation kreativer Konzepte im professionellen Werbefilmumfeld. Sie sind in der Lage, Werbebriefings zu analysieren, eine eigenständige visuelle Leitlinie zu entwickeln und kreative Ideen in eine überzeugende Director’s Interpretation zu überführen. Darüber hinaus können Sie visuelle Referenzen recherchieren, bewerten und zielgerichtet einsetzen, um gestalterische Entscheidungen nachvollziehbar zu begründen. Sie lernen, in Bildern statt ausschließlich in Texten zu denken, eine konsistente visuelle Handschrift zu entwickeln und Ihre kreative Vision adressatengerecht zu präsentieren. Durch die Auseinandersetzung mit realen Pitch-Prozessen erwerben Sie Einblicke in die Zusammenarbeit zwischen Kund\*innen, Agenturen, Regie und Produktion sowie in die Anforderungen professioneller Werbefilmproduktionen.

---

**Inhalt:** Der Kurs vermittelt praxisnah die Entwicklung visueller Konzepte im Kontext von Werbefilm. Ausgangspunkt ist ein realitätsnahes Werbebriefing, das von den Studierenden in eine professionelle Director’s Interpretation überführt wird. Im Fokus stehen die Entwicklung einer kreativen Haltung, die Übersetzung von Ideen in visuelle Konzepte sowie die Kommunikation gestalterischer Entscheidungen.

Themen der Veranstaltung sind:

- Aufbau und Funktion von Director’s Interpretations im Pitchprozess
- Zusammenarbeit zwischen Kund\*innen, Agenturen, Regie und Produktion
- Analyse und Interpretation von Werbebriefings
- Entwicklung einer visuellen Leitlinie und kreativen Haltung
- Recherche, Auswahl und Bewertung visueller Referenzen
- Mood- und Bildwelten im Werbefilm
- Dramaturgie, Bildsprache und visuelle Kommunikation
- Gestaltung, Struktur und Argumentation von der Director’s Interpretation
- Peer-Review, Feedbacks und iterative Konzeptentwicklung

Die Veranstaltung ist stark workshoporientiert aufgebaut und basiert auf Eigenarbeit, Gruppenarbeit, Diskussionen und Peer-Feedback.

---

**Prüfungsform:** PL (Hausarbeit)  
Hausarbeit: Erstellung einer Director’s Interpretation (ca. 10–15 Seiten)

**Literatur:** -