

24/25 PORTFOLIO:

SANRA REUSUES



## SAHRA NEUSÜS

PHOTOGRAPHY; ART

### ÜBER MICH

Name:  
Sahra Neusüs

Geburtsdatum und -Ort:  
26.11.1999 in Hamburg Barmbek

### AUSBILDUNG

*2007 – 2019*

Gemeinschaftsschule Kellinghusen,  
mit anschließender Fachhochschulreife

*2021*

Kunstschule Wandsbek  
Kommunikationsdesign

*2022 – heute*

htk Academy Hamburg Bahrenfeld  
Kommunikationsdesign

### INTERESSEN / HOBBIES

Kunst

Malen und Zeichnen

Tattoos

Print



### SKILLS

Adobe Indesign  
Erweiterte Grundkenntnisse

Adobe Illustrator  
Erweiterte Grundkenntnisse

Adobe Photoshop  
Erweiterte Grundkenntnisse

Adobe Lightroom  
Grundkenntnisse / Retusche

Adobe After Effects  
Grundkenntnisse

Fotografie  
Sehr gute Kenntnisse  
Portrait, Studio, Outdoor



DIGITAL

**« SCENES »** *HEAVY METAL; INDEPENDENT MAGAZINE*



Für Independent Magazine  
habe mir überlegt, eine Heavy  
Metal Zeitschrift zu machen.  
Als Inspiration orientierte  
ich mich an klassischen  
Plakaten der alternativen  
Szene.



MOOD



# Scenes

Heavy Metal Alles über die Szene Bands, Geschichte



Ausgabe 1. September 2022 D 6 € A 7,20 € CH 8,80 Sfr

FEAT.  
**BLACK SABBATH**  
**ATOMKRAFT**  
**BLITZKRIEG**  
**IRON MAIDEN**







241

Erste Erfolge konnten eher selten gefeiert werden, und wenn, dann waren es meist die bereits populären Bands, die ihre Erfolge beim Publikum für sich verbuchen konnten. Der Grund dafür war die geringe Anerkennung unter der Bevölkerung, weshalb auch die Zeitungen darüber nichts berichteten. Nach einer gewissen Zeit versuchte man, Heavy Metal mit dem Punk zu mischen, da dieser wesentlich verbreiteter und angesehener war. Daraus erhofften sich die Bands eine höhere Anerkennung unter den Bürgern, insbesondere unter den Jugendlichen. Mit diesem Mix entstand die sogenannte „**New Wave** (of British Heavy Metal)“. Im Verlauf der 70er Jahre wurde Heavy Metal auch über die Grenzen von England hinaus bekannt. So wurden ab sofort auch in Ländern wie Deutschland oder Österreich viele Metal-Bands gegründet. Durch diesen Sprung in der Heavy-Metal-Geschichte sahen viele Fans eine Chance, etwas Unbekannt-

PUNK IS DRUNK

tes auszuprobieren, wie z. B. Steppenwolf oder Alice Cooper. Als gegen Ende der 70er Jahre das Image des Heavy Metal zunehmend anerkannter wurde, war der Weg für größere Erfolge geebnet. Ab sofort waren die Anhänger des Heavy Metal nicht mehr eine kleine Anzahl von Leuten mit einem absonderlichen Musikgeschmack, sondern vielmehr eine große Gruppe von Musikbegeisterten. Jeder Musikfan, der zeigen wollte, dass er auf dem Stand der Dinge war, bezeichnete sich nun offiziell als Heavy-Metal-Fan und versuchte, auf die gleiche Art und Weise zu leben, wie es die berühmten Bands taten.





Zu den stereotypen modischen Erkennungszeichen, die so kommunikativ Gemeinsamkeit in der Gruppe erzeugen, gehören mit Bandnamen oder Albummotiven bedruckte Kleidungsstücke, insbesondere T-Shirts. Solche Band-Shirts sowie weitere Erkennungszeichen wie enge schwarze Lederkleidung, lange Haare, auf Aspekte des Metals verweisende Tätowierungen oder Kutten, mit Band- und Albumaufnahmen versehene Jeanswesten sind zwar in der Szene verbreitet, jedoch nicht bei jedem Anhänger der Metal-Kultur anzutreffen. Als bedeutsamster Aspekt der Akzeptanz innerhalb der Metal-Gemeinschaft gilt die individuell zugeschriebene Authentizität der soziokulturellen Identität als Szene-Anhänger. Die Authentizität des Einzelnen wird innerhalb der Szene am kulturellen Kapital, in Form von Wissen, Aktivität und Teilhabe in und um die Szene und die sie konstituierende Musik bemessen. Neben der Beschäftigung mit der Musik selbst und modischen Faktoren werden Aspekte der Freizeitgestaltung, wie das Besuchen von Konzerten und Festivals, in der Frage der Authentizität berücksichtigt. Des Weiteren dienen Glaubwürdigkeit und Kongruenz der präsentierten Identität der Verortung innerhalb der Szene. Dieser Anspruch an die Authentizität bedingt eine fortwährende Skepsis der Szene gegenüber internen Neuerungen, insbesondere in der Musik, die dennoch häufig, bis hin zu

similiert werden. Als weitere die Gemeinschaft bestimmende Wertvorstellungen, die stets auf das Verhältnis des Individuums zur Szene und zur Musik bezogen werden, gelten abstrakte Ideale wie Freiheit, Hingabe und Gemeinschaft. Eine Differenzierung innerhalb der Szene ist zumeist über unterschiedliche musikalische Strömungen mit eigenen Veranstaltungen, Diskotheken, Medien und Modeelementen auszumachen. In Teilbereichen werden weitere Differenzierungen über weltanschauliche Aspekte, welche sich insbesondere an den Liedtexten der Interpreten orientieren, vorgenommen. Manche dieser unterschiedlichen kulturellen Strömungen stehen einander unvereinbar gegenüber und grenzen sich ausdrücklich voneinander ab. Neben der Musik bieten konkrete inhaltliche Komplexe, welche sich in vielen Subströmungen wiederholen und zum inhaltlichen Szenekanon gezählt werden, als Themen der Metal-Szene zusätzliche Anknüpfungspunkte untereinander. So finden häufig Auseinandersetzungen mit der Figur des Teufels, literarischen Gattungen wie Fantasy, Science-Fiction und Horror, der nordischen Mythologie oder als negativ wahrgenommenen Emotionen wie Hass und Wut oder Angst, Grauen und Trauer statt. Einen eigenständigen Themenkomplex nimmt die Musik sowie das soziale Gut der Szene ein. Mit der Darstellung der Szene und Musik ein

Partys, Sex und Drogen.



# ISN'T HEAVY METAL



Sie existieren immer noch: Iron Maiden, Slayer und bis vor Kurzem Motörhead. Institutionen des Heavy Metal, einfach nicht klein-zukriegen, ganz im Gegenteil: Alle drei Bands haben erst jüngst neue Alben veröffentlicht, allesamt landeten sie auf Platz eins der deutschen Charts. Eher nicht obwohl, sondern weil auf diesen Alben dasselbe runtergerockt wurde wie immer.

Götz Kühnemund, einer, der es wissen muss – der Mann ist der Diederich Diederichsen des Metaljournalismus – relativiert ein wenig. Er reflektiert schon so lange über Metal wie Slayer über Tod und Teufel, ist aktuell Chefredakteur des Metal-Magazins *Deaf Forever*, und er glaubt: „Es ist tatsächlich so, dass – neben Nachwuchs, den es zur Genüge gibt – eine ältere Generation gerade zurückkommt zum Metal. Diese entdeckt wieder neu, was ihr früher mal so viel Spaß gemacht hat.“ Die überrassende Charibianz von Slayer er führt Kühnemund jedoch auf etwas anderes zurück: „Deren Erfolg zeigt vor allem, dass Metal-Fans eben noch Platten kaufen, und weniger, dass die Band jetzt in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Wenn das Kaufverhalten aller so wäre wie im Bereich Metal, dann würden Alben wie das von Slayer über die Top 20 in den Charts nicht hinauskommen.“

Selbst Slayer, einst, in den Achtzigern, bekannt als brutalste Band des Planeten: An der Spitze der Charts, dort, wo sonst Helene Fischer steht. Das neue Album der amerikanischen Thrashmetaller knüpfe an die guten alten Zeiten an und sei ein ähnlicher Höllenritt wie das berüchtigt intensive, 30 Jahre alte „Reign In Blood“, bescheinigte die Kritik. Es waren also nicht etwa altersmilde Kuschelrock-Slayer, die da plötzlich so durch die Decke gingen, sondern immer noch gut geölte Abrissbirnen. Früher war die Band mit ihrem ultraschnell gespielten Thrash und den erbarmungslos blutigen Texten der ultimative Kick für langhaare Kuttenträger, die auf dem Schulhof keinen Anschluss zu den anderen fanden. Und heute? Landen dieselben Slayer bei Plattenkäufern im Warenkorb gleich neben Herbert Grönemeyer und einer DVD mit Tom Hanks?

So ist das also: Metal-Bands klingen heute wie vor 30 Jahren, und die zu großen Teilen selben Metal-Fans wie früher kaufen Platten wie vor 30 Jahren, während in allen anderen Bereichen der Popmusik die Plattenverkäufe in den letzten Jahren zurückgegangen sind.

Metal steckt in einer Zeitblase, und verändert haben sich nur die anderen. Rob Zombie, ehemals Sänger der Band White Zombie und inzwischen Horrorfilm-Regisseur, sieht das ähnlich: „Metal ist eine Lebenseinstellung. Bei allem Übrigen scheint es so zu sein, dass man es eine Weile lang mag, dann verliert man das Interesse.“

Aber Metal: Metal-Fans lieben ihn für immer.“





**« GESETZT IN BLEI »** *PLAKATSERIE MIT EIGENER FOTOGRAFIE*



In Design Basics war es Aufgabe, selbst Fotos zu machen und daraus Plakate für eine Messe zu erstellen. Hier meine Favoriten.









« 1220 » *REBRANDING YUNG HURN*



*Yung Hurn ist so ziemlich  
einer meiner Lieblings Artists.  
Deshalb habe ich mit großer  
Freude ein Rebranding für sein  
Album 1220 gemacht.*



**MOOD**

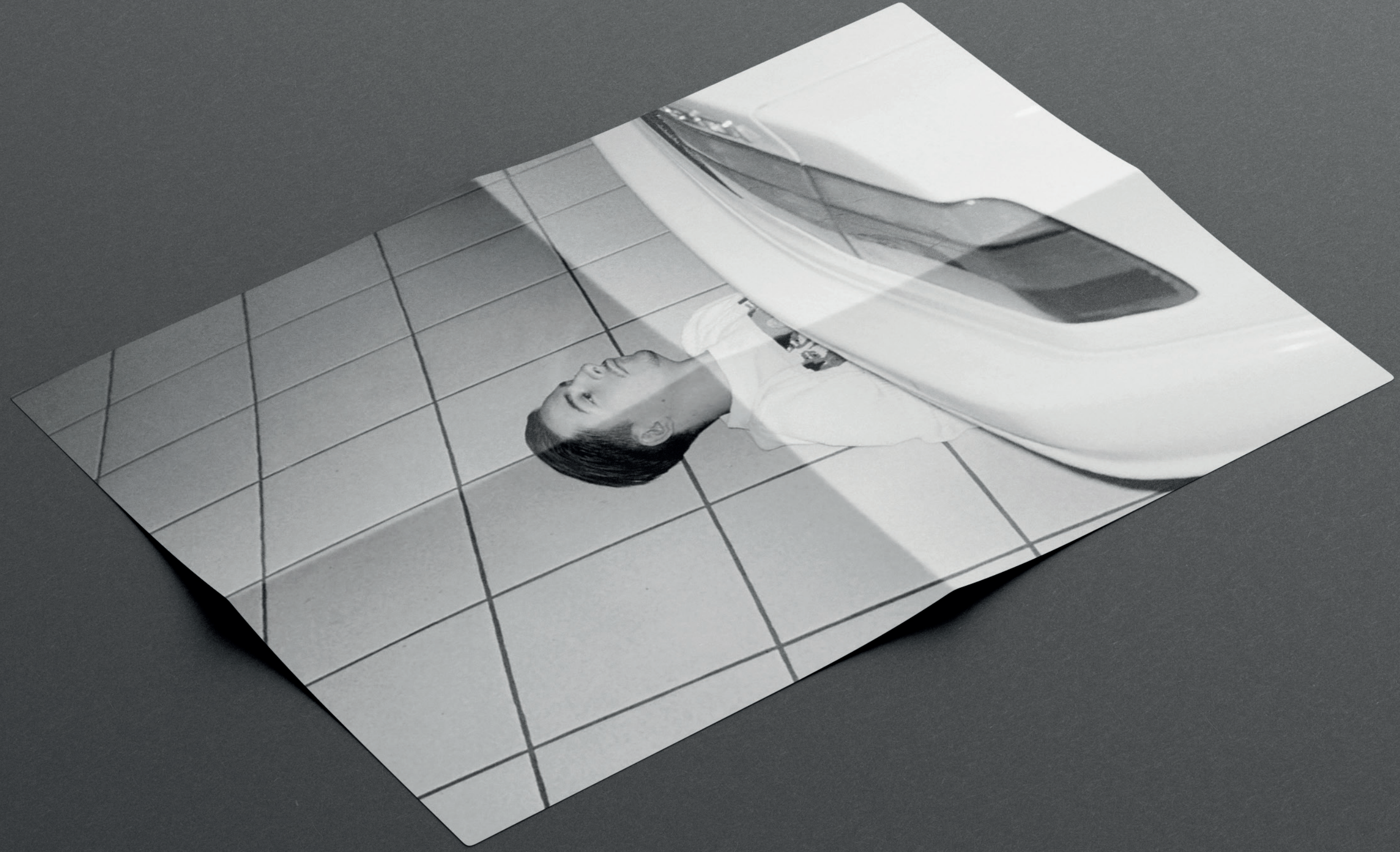




# YUNG HURN

1220

















**« VERWIRRENDE ANSICHTEN »** *FOTOAUFGABE*





*Fotografieaufgabe, um spannende Perspektiven zu entdecken und anschließend den Gegenstand im ganzen gegeneinander auszuspielen. (Siehe Folgefolie)*





ANALOG



« **EVERYBODY** » *TINTENBILD*



*Kalligraphische Arbeit mit  
einem Stück Holz und Tinte.*

« **AUSTER** » *ACRYLBILD*



*Auster gemalt mit den  
Grundfarben. (Acrylfarbe)*



0152 2685 9065

sahraneusues@gmail.com

Reeperbahn 152

20359 Hamburg