



Erfolg als Fotograf –  
die Kolumne von Silke Güldner

## „ROLLENSPIELE“

# SIND FOTOGRAFEN MILCHGEBENDE WOLLSCHWEINE?

**Kennen Sie das? Sie werden von einem Kunden gebeten, ein Angebot abzugeben und das, wie so oft, am besten bis gleich. Ihr potenzieller Auftraggeber ist eine Werbeagentur und es geht um einen mehrtägige Produktion an einem sonnigen Ort im Januar. Alles was Sie erfahren, ist die Anzahl der Motive und wie das Wetter sein sollte, damit die Fotos den richtigen Look haben. Das Briefing bekommen Sie dann auch gemailt, es umfasst 10! Seiten und wirft darüber hinaus eigentlich nur Fragen auf, anstatt sie zu beantworten. Nicht gerade ideale Bedingungen um eine professionelle Kalkulation zeitnah abzugeben. Glücklicherweise sind die Fotografen, die an dieser Stelle einfach an ihre Agentin übergeben können – soll die sich doch damit rumschlagen und die Puzzleteile zusammen tragen.**

**A**ber zurück zu Ihnen als Fotograf, Sie stehen nun vor der Aufgabe des Rollenwechsels. Sie versetzen sich in die Situation des Kunden und erspüren, was seine Bedürfnisse sind, um die lückenhaften Angaben im Briefing sinnvoll und markengerecht zu ergänzen. Welche Rolle ist das? Genau, hier sind Sie gefragt als Entwicklungshelfer. Oder besser als Manager oder Imageberater? Am besten informieren Sie sich über das Produkt um das es letztlich geht. Schätzen Sie ein, welche Bildsprache passt, wie viel Zeit Sie sich für ein Motiv nehmen dürfen und aus welcher Honorarklasse die Models gecastet werden sollten. Jetzt sind Sie Spürhund oder doch Hellseher?

Ich erlebe es häufig, dass Kunden nicht wissen, was genau sie benötigen und sich darüber manchmal auch wenig nützliche Gedanken gemacht haben. Fest steht dann oftmals nur das (knappe) Timing und im besten Fall das Budget. Als Fotograf muß man sich hier an den Ausschlußformulierungen im Briefing orientieren und darüber Rückschlüsse ziehen, was der Kunde stattdessen wünscht. Therapeut?

In dieser Kolumne schreibe ich ja meist über das brachliegende Potenzial der Fotografen. Heute möchte ich gern an die Kundenseite appellieren: Nutzt die Kompetenz der Fotografen, behandelt sie als Partner auf Augenhöhe! Oft sind die Profis der visuellen Kom-

munikation, damit meine ich die Werbeagenturen, auf dem Gebiet der zwischenmenschlichen Kommunikation nicht besonders geschult, geschweige denn wertschätzend. In vielen Unternehmensbereichen hat sich Coaching seit langem etabliert, anders in der Kreativszene der Agenturen. Es ist an der Zeit, das zu ändern!

Was machen Sie nun mit Ihrer Kalkulation? Richtig, Sie suchen den Kontakt zum Kontakter und versuchen über geschickte Gesprächsführung zu ermitteln, welche weiteren Rahmenbedingungen, Faktoren, etc. gewünscht sind. Auf welchem Niveau soll diese Produktion stattfinden? Soll der Look edel und dezent sein oder lieber sportlich und natürlich? Sollen die Requiraten von Max Mara oder Mango kommen, von Apple oder Aldi? Diese Rolle als Hebamme habe ich als Agentin besonders „geliebt“. Man benötigt unglaublich viel Zeit und Geschicklichkeit, um dem Kunden dabei zu helfen, herauszufinden, was er eigentlich benötigt. Hier werden wertvolle Tipps und die Erkenntnisse jahrelanger Erfahrung verschenkt – ohne Dankeschön versteht sich, geschweige denn, ein angemessenes Honorar. Auffällig oft unterschlagen Kunden (unabsichtlich) konkrete Angaben zu Nutzungsrechten und der Verwendung der geplanten Motive. Als Fotograf kann man sich an der Stelle dann nur etwas ausdenken, damit in der Kalkulation kein Freibrief erteilt wird. Der Kun-

de wird schon widersprechen, falls es unzutreffend ist. Aber der entscheidende Unterschied ist: Der Ball ist dann beim Kunden und nicht bei Ihnen! Einigen Kunden ist es vielleicht nicht bewusst, was zu einem guten Briefing gehört und ihre Kreativen unterschlagen nicht absichtlich nützliche Informationen. Leider ist ein Projekt noch nicht ausreichend durchdacht, um es nach außen zu geben, zu briefen. Ungeachtet dessen erwarten Kunden von Ihnen als Fotograf schon einen passgenauen und umfangreichen Kostenvoranschlag.

**Wie heißt es so schön? Der Wert guter Kommunikation wird an ihrer Wirkung gemessen – es zählen die Resultate (und nicht die guten Absichten).**

Als Fotograf werden Sie demnach auch als Projektmanager benötigt, der budgetorientiert in knapper Zeit möglichst viele Ideen und Varianten umsetzt. Ein Feuerwerk der Kompetenz abfackelt – der Pyrotechniker. Die Rollen, die Sie auf dem Weg zu einem guten Auftrag erfüllen sollten, sind sehr verschieden. Zusammenfassend würde ich sagen, dass Ihr schauspielerisches Talent gefragt ist, aber vor allem Ihre Geduld, damit sich die ganze Mühe in Zahlen auf Ihrem Konto manifestiert. Ach ja, und gute Fotos sollten Sie auch können.

**Und welche Rollen spielen Sie gerade?**

Silke Güldner berät Fotografen und Kreative bei der richtigen Positionierung und Präsentation.  
<http://www.silkeguedner.de>

## FOTOTV

# ZUM JUBILÄUM: McCURRY, CHALLENGE, iPad APP

**FotoTV, das WebTV über Fotografie feiert in diesem Jahr seinen 4. Geburtstag und gleichzeitig die Veröffentlichung des 1000. Films. Hierfür haben die Kölner den Magnum-Fotografen Steve McCurry getroffen und einen Beitrag über den renommierten Fotografen produziert.**

McCurry berichtet über seine Arbeit als Fotoreporter und gibt die Stories hinter einigen seiner Bilder preis, die mittlerweile Weltruhm genießen. Für seine aktive Nutzerschaft wartet FotoTV zum Jubiläum mit einer weiteren Neuheit auf: Nutzer können online verschie-

dene Tests über Fotothemen ablegen und erhalten darüber ein Zertifikat. Den Auftakt bildet ein Test zum Thema Porträtfotografie, der auf einem 17-teiligen Videokurs basiert. Neben neuen Filmen hat das Kölner Unternehmen eine FotoTV.Challenge auf die Beine ge-

stellt: Am 17. Juli treten vier Fotografen gegeneinander an, um unter gleichen Rahmenbedingungen vier fotografische Aufgaben zu meistern. Ebenfalls neu: Dank der iSwifter App haben nun auch iPad-Nutzer ungehinderten Zugang zu den Beiträgen.

### DER 1000. FILM: STEVE MC CURRY

[http://www.fotovt.de/steve\\_mccurry](http://www.fotovt.de/steve_mccurry)

Das Interview mit Magnumfotograf Steve McCurry, der mit seinem Bild eines afghanischen Flüchtlingsmädchens Fotogeschichte geschrieben hat, ist der 1000. FotoTV Film. Dieser Jubiläumfilm kann bei FotoTV nach kurzer Registrierung kostenlos angesehen werden.



### DAS KÜHLSCHRANK PANORAMA

[http://www.fotovt.de/das\\_kuehlschrank\\_panorama](http://www.fotovt.de/das_kuehlschrank_panorama)

Uwe Statz zeigt in einer dreiteiligen FotoTV Tutorial-Reihe, wie man 360 Grad Panoramas aus dem Inneren eines Kühlschranks erstellt. In diesem ersten Teil geht es um das Fotografieren der Einzelaufnahmen, die später zusammengesetzt werden.



### DUNKLE KOHLE, HELLE KANTEN

[http://www.fotovt.de/dunkle\\_kohle\\_helle\\_kanten](http://www.fotovt.de/dunkle_kohle_helle_kanten)

Eberhard Schuy erklärt in diesem FotoTV Workshop die kontrastreiche Ausleuchtung von schwarzen Gegenständen. In diesem Fall ist es ein Kohle Briquet. Die Herausforderung besteht dabei das Objekt so zu fotografieren, dass es sich durch leuchtende, prägnante Kanten vom Hintergrund abhebt, aber dennoch nicht grau und blass wirkt.

