



Erfolg als Fotograf

DIE KOLUMNE VON SILKE GÜLDNER

WAS MACHEN SIE SO BERUFLICH?

Wie Fotografen ihre Arbeit vorstellen

Erkennt die Situation nicht: Beim Essen mit Freunden oder auch beim zufälligen Kontakt mit Bekannten oder potenziellen Kunden kommt die Frage „und was machen Sie?“

Häufig hat man in dieser Situation keine klare und überzeugende Antwort parat. Man fängt an zu reden und sich in den eigenen Sätzen zu verhaseln. Das kann verschiedene Gründe haben, Unklarheit oder auch Unklarheit, was genau der Inhalt der eigenen Dienstleistung ist. Oft ist die Hauptursache das Gefühl, so viel anbieten zu wollen. Falls es Ihnen nicht so geht, kann das ein Problem sein, wenn Sie mit einem „Bauchladen“ unterwegs sind, um möglichst viele Kundenwünsche zu erfüllen. In einem Gespräch mit Fotografen erlebe ich diese Situation häufig. Nach der Begrüßung stellt man sich kurz vor, um dem Gegenüber zu vermitteln, was Sie von einem bekommen kann. In der Regel geht es, eine prägnante und klare Vorstellung, die dazu dient, sich als möglichen Auftragspartner ins Gespräch zu bringen und Sie Ihre Sache gut machen. Die Realität sieht anders aus. Leider habe ich schon Ende der 90er Jahre gehört, in denen das Wort Fotografie vorkommt, aber im folgenden nicht deutlich wird, in welchem Bereich der Auftragsfoto gearbeitet wird.

Undin oder Interessentin ist es mir wichtig, Ihnen zu können, ob ein Fotograf mit Freunden arbeitet, oder mit Werbeagenturen oder mit Unternehmen. Ich will wissen, was sein Geschäft ist und mich darauf einstellen. Und es geht es anderen Gesprächspartnern auch, das interessante an einem Kennenlernen schließlich, auszuloten, was man jemandem bieten kann oder von ihm bekommen kann. Entstehen neue Kontakte, Auftragspartnern und Netzwerke, von denen Sie profitieren können. Früher oder später jedenfalls ist es wichtiger, dass Sie „lernen“, sich als Fotograf mit einem Satz punktgenau vorzustellen, um Eigenmarketing. **Es kann Ihnen sogar im Markt passieren, dass Sie jemanden treffen, wo es wichtig wäre, genau diesen Satz zu haben.**

Sollte dieser Satz nun beinhalten, außer Ihren Namen und der Berufsbezeichnung „Fotograf“, Ihre Gesprächspartner wollen natürlich wissen, was oder für wen Sie fotografieren. Klar ist es auch darauf an, eine gute Referenz zu sein, ein aktuelles Projekt geschickt einzuflechten. Weiterhin ist der Standort Ihres Business wichtig und der Radius Ihrer Auftraggeber. Ok, Sie sind nun vielleicht schon drei Sätze, in die

Sie die wichtigen Skills verpacken.

Es gibt eine passende kleine Übung um das auszuprobieren: Stellen Sie sich vor, Sie fahren im Fahrstuhl mit jemandem, der wichtig für Sie ist und Sie haben nur vier Stockwerke oder zwei Minuten Zeit, sich dieser Person vorzustellen. Die Aufgabe ist, dass Sie Interesse wecken und Karten tauschen für einen späteren Kontakt. Nun ist es an Ihnen, eine verbale Kurzpräsentation zu formulieren, um dieses kleine Ziel zu erreichen.

Ich hatte kürzlich Gelegenheit, mich mit einem berühmten Celebrity Fotografen aus Paris zu unterhalten. Wir waren beide Vortragsredner auf einer Fotografen-Veranstaltung, ich hörte ihm zu und war beeindruckt von den Bildern und davon, wie er seine Arbeitsweise erklärte. Berühmte Frauen und Männer aus der ganzen Welt lassen sich von ihm fotografieren, die Bilder sind geprägt von einer sehr eindringlichen Lichtgestaltung, die alten Filmen entlehnt ist. Später beim Essen erzählte er mir, welche Überzeugung er in Bezug auf seine Fotografie vermitteln will und warum es ihm in der Bildsprache geht. Selten habe ich jemanden getroffen, der so reflektiert schildert, was er macht und warum er genau das macht. Kein Wunder, dass Magazine und Schauspieler mit ihm arbeiten. **Er gibt einem das Gefühl, dass die Art, wie er die Dinge sieht und umsetzt, genau richtig für das Produkt des Kunden oder ein besonderes Porträt ist und strahlt dabei Begeisterung und Kompetenz aus.** Dieses Gefühl, sich und ihr Produkt verstanden und aufgehoben zu wissen, wollen Kunden haben. Es geht schließlich um Vertrauen und das beginnt bei einer überzeugenden Selbstdarstellung.

Man kann lernen, die eigene Dienstleistung wie eine Marke zu betrachten und mit Eigenschaften anzureichern. Eigenschaften, die das Besondere Ihrer Arbeit erzählen und eine Art „emotionalen Mehrwert“ darstellen, den Kunden für sich erkennen können. Denn das macht eine Marke aus, sie wird mit Emotionen verknüpft und weckt Bedürfnisse. Gute Werbung funktioniert nicht anders.

Üben Sie, Ihre eigene Geschichte und das Besondere Ihres Angebotes zu erzählen.

Und wie lautet Ihr Satz?

Silke Guldner berät Fotografen und Kreative bei der richtigen Positionierung und Präsentation.
www.silkeguldner.de

FERNUNIVERSITÄT HAGEN

Einfacher zu 3D-Bildern

Eine Kamera benötigt in Zusammenarbeit mit einem PC drei Fotos und viel Zeit zum Rechnen, um genügend Informationen über die Gestalt von Objekten in ihrer Umwelt zu erhalten und zu einem 3D-Bild zu verarbeiten.

An der FernUniversität in Hagen ist ein mathematischer Algorithmus entwickelt worden, mit dem zwei Aufnahmen aus „freier Hand“ mit einer einfachen Kamera genügen sollen.

Entwickelt wurde der Ansatz von Sergey Chereemukhin, studentische Hilfskraft im Lehrgebiet Mensch-Computer-Interaktion von Prof. Dr. Gabriele Peters. Sein Verfahren wurde als beste Einreichung bei den Informatiktagen 2012 nominiert. Anwendungsmöglichkeiten sehen Prof. Gabriele Peters und ihr Team in vielen Bereichen, von der Modellierung von Produkten über die Präsentation von Innenräumen bis hin zu PC-Spielen. Sogar die Planung von Theaterdramaturgien ist vorstellbar. Zudem dürfte sich das Verfahren auch für die Anwendung im 3D-Kino und -TV weiterentwickeln lassen.

Beim herkömmlichen Verfahren mit drei Fotos gibt es zahlreiche Konstellationen, die Punktwolken erzeugen. Unter ihnen muss diejenige gefunden werden, die die Realität wiedergibt. Chereemukhin reduzierte die Kombinationsmöglichkeiten mathematisch so, dass zwei Fotos reichen, die sich nur geringfügig unterscheiden müssen. Die Punktwolke wird anschließend mit einer Textur überzogen. Dieser „Überzug“, eine Computergrafik, macht aus dem 3D-Modell eine farbige Wiedergabe des fotografierten Motivs. Natürlich bildet ein Flachbildschirm dieses dreidimensionale Objekt nur zweidimensional ab. Man kann es – wie ein herkömmliches Foto – um bis zu 360 Grad drehen. Es ist aber auch möglich, es um eine seiner Achsen rotieren zu lassen.

Weitere Infos unter www.fernuni-hagen.de.

