



Saja Seus

HOCHZEITS- FOTOGRAFIE

Planung, Handwerk und Kreativität



Rheinwerk
Fotografie

Impressum

Dieses E-Book ist ein Verlagsprodukt, an dem viele mitgewirkt haben, insbesondere:

Lektorat Frank Paschen

Korrektorat Angelika Glock, Ennepetal

Herstellung E-Book Kamelia Brendel

Covergestaltung Bastian Illerhaus

Coverbilder Saja Seus; iStock: 655941620 © scyther5; Shutterstock:
587987249 © Africa Studio

Satz E-Book Christine Netzker

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8362-6280-4

1. Auflage 2020

© Rheinwerk Verlag GmbH, Bonn 2020
www.rheinwerk-verlag.de

Liebe Leserin, lieber Leser,

meine erste Berührung mit der Hochzeitsfotografie hatte ich als Kunde. Meine Frau und ich haben uns in einem familiären Rahmen das Ja-Wort gegeben. Gute Fotos waren uns wichtig, als Erinnerung für uns und unsere Eltern. Eine Internetrecherche, ein Telefonat und ein Probeshooting später hatten wir das Glück, Katja Heil als Fotografin gewinnen zu können. Es war eine schöne Hochzeit und die Fotos von diesem Tag sind anfassbare Erinnerungen. Katja Heil ist ihren Weg weitergegangen und Sie finden ein Interview mit ihr in diesem Buch ab Seite 98.

Egal, wie klein oder groß eine Hochzeit ist oder welchen Charakter sie sonst hat: Fast allen Paaren ist die fotografische Begleitung dieses in der Regel einmaligen Events sehr wichtig. Und damit ist die Hochzeitsfotografie ein Genre, das ein von Glück erfülltes Ambiente, künstlerische Freiheit und ein sicheres Einkommen verspricht. Und das ist auch alles möglich, aber eben kein Selbstläufer. Paare und Fotografen müssen zueinander passen. Als Fotograf sollte man wissen, was man anbietet und was man fotografieren will. Und abseits der Fotografie bietet die Selbstständigkeit weitere Fallstricke.

Saja Seus weiß, wovon sie spricht. Seit vielen Jahren fotografiert sie erfolgreich Hochzeiten, national und international. In diesem Buch teilt sie mit Ihnen ihre Erfahrung und ihr Wissen, sodass Sie zielgerichtet in dieses Genre starten können. Hochzeiten sind individuell und so sind auch das Selbstverständnis und die Ausrichtung der Hochzeitsfotografen individuell. Unsere Autorin zeigt Ihnen daher nicht den einen Weg auf, dem Sie folgen müssen. Aber sie stellt Ihnen die Fragen, deren ehrliche Beantwortung Sie auf den richtigen Weg führt. Und sie zeigt Ihnen die Fallstricke, damit Sie nicht über sie stolpern müssen. Interviews mit HochzeitsfotografInnen unterschiedlicher Couleur und einer Anwältin gewähren Ihnen zudem Einblicke in ganz verschiedene Aspekte des Genres.

Sollten Sie Fragen oder Anmerkungen zu diesem Buch haben, wenden Sie sich bitte an mich. Wir freuen uns über Lob oder konstruktive Kritik, die hilft, dieses Buch besser zu machen. Nun wünsche ich Ihnen aber erst einmal viele Erkenntnisse beim »Blick hinter die Kulissen« und viel Erfolg beim Finden Ihres Wegs in der Hochzeitsfotografie!

Ihr Frank Paschen

Lektorat Rheinwerk Fotografie

frank.paschen@rheinwerk-verlag.de

www.rheinwerk-verlag.de

Rheinwerk Verlag • Rheinwerkallee 4 • 53227 Bonn



INHALT

Einleitung	8
------------------	---

1 EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN 10

1.1 Definieren Sie »professionell«	17
1.2 Was Sie anbieten können	19
Paar- und Verlobungsbilder	19
»After-Wedding« und »Pre-Wedding«	19
Hochzeitsalben und Drucke	20
Familien-, Porträt- und Eventfotografie	20
Der (Highlight-)Film	21
EXKURS Der Umgang mit Filmern	23
1.3 Wie Sie anfangen können	25
1.4 Was Sie noch wissen sollten	28
INTERVIEW Angelika und Artur	30

2 IHRE POSITION AM MARKT 48

2.1 Finden Sie Ihre Lieblingskunden	51
Soziodemografische Merkmale	53
Kulturkreis des Paares	54
Charakter des Paares	55
Grad der Nähe	56
2.2 Wählen Sie Ihren Wunscharbeitsplatz	57
Die Größe einer Hochzeit	57
Der Ort einer Hochzeit	58
Die Atmosphäre einer Hochzeit	59
Der Charakter einer Hochzeit	60

2.3 Entscheiden Sie sich für Ihre Produktpalette	60
Serviceleistung	60
Up-Selling-Produkte	61
Datenlieferung	61
Arbeit allein oder im Team?	62
2.4 Zeigen Sie, wer Sie sind	64
Alleinstellungsmerkmal	64
Charakter	64
2.5 Ihr Ziel: Erschaffen Sie eine Marke	66
Geschäftsausstattung	67
Website	68
INTERVIEW Marco Schwarz	72



3 DIE SUCHE NACH JOBS 86

3.1 Werden Sie sichtbar, und bleiben Sie im Gedächtnis	89
INTERVIEW Katja Heil	98
3.2 Bauen Sie Vertrauen zu Ihren Kunden auf	104
Referenzen zeigen und Erfolge kommunizieren	105
Zuverlässig bleiben – Vertrauen nicht enttäuschen	109
3.3 Lassen Sie sich buchen	111
Der korrekte Umgang in Preisverhandlungen	114
Rechtliche Rahmenbedingungen	117
INTERVIEW Birte Strack	120



4 DER GROSSE TAG 122

4.1 Bereiten Sie sich gründlich vor –	
Hausaufgaben und Trockenübungen	126
Die Location-Suche	127
Paar- und Gruppenkonstellationen	132
Fotogenehmigungen – der Umgang mit	
Standesbeamten und Geistlichen	133





4.2 Bleiben Sie stets aufmerksam – der Verlauf des Hochzeitstages	136
Umgang mit dem Paar und den Gästen	138
Nervosität und Anspannung erkennen	140
Umgang mit Licht und Lichtfarben	142
Bildgestaltung und Bildaufbau	151
Motive und Inhalte	154
EXKURS Die Frage nach dem Eingreifen	156
Bilder, die man abgibt – oder eben nicht	162
INTERVIEW Dirk Weber	164
4.3 Liefern Sie – Daten und wie Sie den Überblick behalten	172
Datensicherung und Ordnung	173
Treffen Sie eine Auswahl	174
Die Aufbereitung der Bilder	175
Datenlieferung – online und offline	179
INTERVIEW Hochzeitslicht	182
5 PROFESSIONALISIEREN	198
5.1 Organisieren Sie sich	201
Workflow	202
EXKURS Die gängigsten Arbeitsschritte in der Hochzeitsfotografie	204
Arbeitszeiten	207
Automatisierung und Digitalisierung	209
Kommunikation und Umgang mit Ihren Kunden	212
Mit (anhaltenden) Motivationstiefs umgehen	215
INTERVIEW Steffen Böttcher	220
5.2 Berechnen Sie Ihre Leistung, aber richtig	226
Was benötigen Sie zum Leben?	228
Ist das überhaupt machbar?	231
Wie viel Zeit wird das in Anspruch nehmen?	231
Steuern und Rechtliches	234
Errechnen Sie Ihre ideale Auslastung	241
Behalten Sie den Überblick	242

5.3 Kennen Sie Ihre rechtlichen Grenzen	244
Urheberrecht	244
Persönlichkeitsrecht	248
Hausrecht	248
Panoramafreiheit	249
Ohne Zustimmung fotografieren, geht das überhaupt noch?	249
INTERVIEW Daniela Reske	251
6 WEITERKOMMEN	270
6.1 Arbeiten Sie an sich und an Ihrem Produkt	273
Ihre Art der Fotografie	274
Intensität der Bildbearbeitung	276
Fotoequipment und weitere Ausrüstung	282
Troubleshooting – die häufigsten Fehler	289
6.2 Bleiben Sie in Kontakt	291
Netzwerken und Freunde finden	292
Seminare und Workshops	294
6.3 Wachsen Sie	296
Nutzen Sie Wettbewerbe	296
Setzen Sie Schwerpunkte	298
INTERVIEW Raman El Atiaoui	302
Schlusswort und Danksagung	308
Index	310



EINLEITUNG

Während der Entstehungsphase dieses Buches, die geprägt war von den vielfältigsten Ideen und Zielvorstellungen, wurde mir zunehmend bewusst, dass Sie, liebe Leserinnen und Leser, vielleicht gar kein klassisches Lehrbuch mit Schritt-Anleitungen benötigen, sondern vielmehr nach einem richtungweisenden Ratgeber für Ihre ganz persönliche fotografische Ausrichtung suchen.

Das Hochzeitsgeschäft boomt, das werden Sie sicher in den Medien oder in Ihrem direkten Umfeld bemerkt haben. Die Fotografie ist mehr denn je ein fester und wichtiger Bestandteil dieses ganz besonderen, einmaligen Tages vieler Paare geworden und bietet einen spannenden und lukrativen Markt für ein erträgliches Auskommen. Doch die Branche birgt ein kleines Problem: Wir Hochzeitsfotografen gehen bei unserer Arbeit immer ähnlicher vor und machen es damit den Hochzeitspaaren schwer, Unterschiede zu erkennen. Ändert sich an dieser Situation nichts, droht der Markt zu stagnieren, weil viele Fotografen den Reiz daran verlieren werden (nach dem Motto: »Es ist doch ohnehin immer daselbe ...«). Zudem fehlt vielen Paaren Erfahrung rund um die Hochzeit – gewissermaßen naturgemäß –, und sie sind mit der Wahl des für sie richtigen Fotografen überfordert, was es schwierig für sie macht, sich zu entscheiden.

In Zeiten, in denen Sie als Fotografin oder Fotograf auf so ziemlich alle Informationen online Zugriff haben und in entsprechenden Onlineforen auch viele andere (erfahrene) Fotografen um Rat fragen können, kann ich Ihnen sicherlich nicht viel Neues erzählen. Sie sind versiert genug, um Ihre Fotografie problemlos voranzubringen, und Ihr Wissensdurst lässt Sie in umfassendem Maße selbst experimentieren. Schlussendlich möchte ich ja auch keinesfalls, dass Sie mich einfach nur kopieren. Das Rad der Fotografie dreht sich schon so viele Jahrzehnte auf die grundsätzlich gleiche Art und Weise – daran hat sich nur in Nuancen etwas geändert.

Was kann Ihnen also dieses Buch, was kann ich Ihnen bieten? Haben Sie schon die eine oder andere Hochzeit als Fotografin oder Fotograf begleitet oder verspüren Sie den Wunsch, die Hochzeitsfotografie einmal etwas intensiver auszuprobiieren, wird Sie dieses Buch darin bestärken und Ihnen in erster Linie Entscheidungshilfen bieten. Der wichtigste Ratgeber in einer freiberuflichen Tätigkeit sind Ihre Intuition und Ihr Mut, es zu probieren. Mein Buch führt Ihnen die Möglichkeiten der Hochzeitsfotografie vor Augen und zeigt Ihnen, wo Sie die entscheidenden Weichen stellen können.

Ich möchte Ihnen mit meinem Buch Wege aufzeigen, sich und Ihre Arbeit zu strukturieren, bei der Sache zu bleiben und »Ihr Ding« erfolgreich durchzuziehen. Dazu gehört auch der Blick in die weitere Zukunft, denn Sie wollen ja sicher langfristig bei der Sache bleiben. Die technische und auch die gestalterische Seite der Fotografie wird sicher weniger Ihr Problem sein (dafür müssen Sie einfach ausreichend üben und Erfahrungen sammeln), aber das Wissen darüber, wie man ein Unternehmen aus der Taufe hebt, es zum Laufen bringt und letztlich am Laufen hält, ist mindestens genauso wichtig. Oft lernt man hier vieles nur durch Versuch und Irrtum, durch negative Erfahrungen. Mein Buch soll Ihnen vieles davon ersparen helfen.

Es gibt Ihnen Einblicke hinter die schönen Kulissen dieses Jobs, zeigt Schwierigkeiten und Fallstricke, aber auch Chancen und wird Sie in Ihrer fotografischen Entwicklung voranbringen. Es wird Ihnen helfen, sich in einem (ziemlich dicht gedrängten) Markt richtig zu positionieren und damit von Anfang an nach den richtigen Jobs zu suchen, die Ihre Individualität unterstreichen und Sie somit aus der durchschnittlichen Menge herausheben. Es wird Ihnen Tipps und Tricks vermitteln, wie Sie am besten vor Ort arbeiten können und was Sie benötigen, um Ihr Unternehmen umfassend zu professionalisieren. Zu guter Letzt hoffe ich, dass Sie dieses Buch nicht nur während der Anfangsphase, sondern auch nach Monaten und Jahren immer wieder mal zur Hand nehmen werden und darauf vertrauen, dass es Ihnen bei Ihrer Weiterentwicklung helfen wird. Denn Fotografin oder Fotograf zu sein bedeutet, sich nach und nach (von Saison zu Saison) zu entwickeln und sein fotografisches Repertoire und das persönliche Portfolio immer weiter zu vervollkommen.

Begeben Sie sich also auf die schillernde Bühne einer stark nachgefragten Branche, die vor allem eines braucht: starke Individuen und herausragend emotionale Bilder, die die Wertigkeit der Fotografie erhöhen und ihr die gebührende Relevanz bei allen Beteiligten verleihen. Los geht's!

Ihre Saja Seus

Frankfurt, im Mai 2020

KAPITEL 1

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

KAPITEL 1

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Lohn und Mühe der Hochzeitsfotografie

Hochzeiten sind Inseln der Glückseligkeit. Sie zu fotografieren beflügelt, bedeutet aber vor allem auch emotionale Arbeit.

Stellen Sie sich vor, es ist Hochzeit und keiner glaubt an die Liebe. Dann wäre eine Hochzeit nur ein reiner Verwaltungsakt, und es gäbe keinen Grund, dieses Fest (groß) zu feiern. Es gäbe viele arbeitslose Fotografinnen und Fotografen, und ein ganzer Industriezweig wäre wie vom Erdboden verschluckt ...

Mitte Februar, wenn es kalt ist und es ständig nieselt, schließen sich die Hochzeitsfotografen in Onlineforen zusammen und jammern über genau diese Vorstellung: die fehlende Liebe. Hakt man etwas genauer nach, erhält man zur Antwort, es handele sich eher um die schwierige Auftragslage, die Unsicherheit über ausbleibende Anfragen. Im Winter wird einfach nicht so groß und schön geheiratet. Da kann schon einmal Frust aufkommen.

Die Glückseligkeit von Hochzeiten kann eine ansteckende Wirkung haben. Es ist daher auch dies die erste Assoziation vieler Menschen, wenn ich ihnen erzähle, dass ich Hochzeiten fotografiere: »Ach wie schön!« oder »Da gibt's doch sicher nur glückliche Menschen!« Ja, das stimmt. Es ist aber nicht die einzige Sicht auf die Realität. Auf Hochzeiten können viele Kleinigkeiten schiefgehen. Auch im fotografischen Bereich werden Sie nicht alles hundertprozentig perfekt meistern können. Aber sei's drum. Auch wenn nicht immer alles rund läuft, macht die Dankbarkeit, die uns Fotografen entgegengebracht wird, dieses »Schöne« und »Besondere« aus, von dem alle sprechen.

Noch Wochen, Monate und oft auch Jahre nach einer Hochzeit bekomme ich aufrichtige Nachrichten von Paaren, die sich wiederholt für meine Arbeit bedanken und für die die Bilder immer noch wertvoll sind. Eine schöne Grundlage für einen erfüllten Job.

Hochzeitsfotografen wird es zudem niemals langweilig. Die meisten Feiern ähneln sich zwar in ihrem Ablauf, aber die fotografischen Rahmenbedingungen sind stets unterschiedlich. Ein geschätzter Kollege sprach einmal davon,

dass eine Hochzeit wie ein freudiges Theater sei. Das stimmt. Allerdings ist sie meist von Amateuren inszeniert. Es läuft selten alles perfekt und nach Plan, die Hochzeit *ist* die Generalprobe. Und genau das macht sie fotografisch auch so anspruchsvoll. Am Ende eines (Hochzeits-)Tages werden sich Ihre Kompetenz und Ihr Fingerspitzengefühl in Ihren Fotografien widerspiegeln.

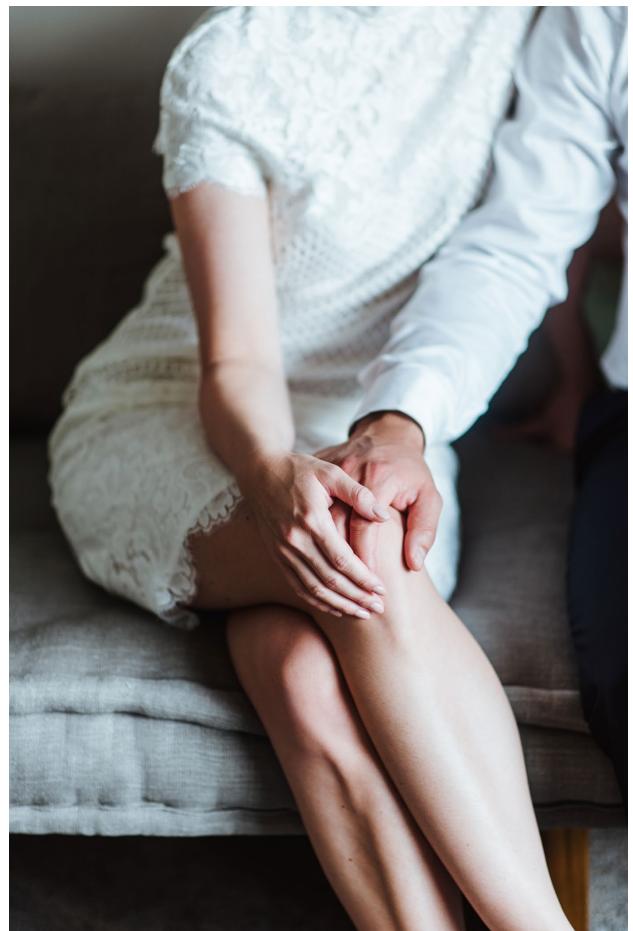
Der Hochzeitsmarkt ist bunt und facettenreich. Glauben Sie denjenigen, die etwas anderes behaupten, keinesfalls. Dafür habe ich selbst schon zu viele völlig unterschiedliche Feiern erlebt und so viele verschiedenartige Menschen kennengelernt. Es gibt heute längst nicht mehr nur die eine spezielle Art zu heiraten, mit Rosen und Perlenohrringen, Oldtimer und Zylinder.

In den letzten Jahren hat sich ein ganzer Markt zum Thema Hochzeit etabliert, der gespickt ist mit Spezialisten für die Ausrichtung von Hochzeiten und der Tausende Möglichkeiten bietet, sich das Ja-Wort zu geben. Da gibt es Konditorinnen und Konditoren, die ganze Nachttisch-Büfets aus Süßem erschaffen. Die symbolträchtige Hochzeitstorte ist dabei nur eines der vielen Highlights. Paare reisen mitunter in weite Ferne, um sich (begleitet von ihren Liebsten) das Ja-Wort unter Palmen oder vor einer Bergkulisse zu geben. Eine Hochzeit ist eben schon lange nicht (mehr) nur ein reiner Verwaltungsakt, sondern weit eher eine große Sause. Frei von so manchen Zwängen, sodass viele Paare individuell, kreativ und mit sehr viel Energie an die Planung und Umsetzung der Feierlichkeiten gehen.

Hochzeiten sind aufreibend, emotional und meist pompös. Sie bieten auch ein wahres Füllhorn an motivischen Möglichkeiten und fotografischen Facetten.

→ Statussymbol moderner Zeiten

Eine Hochzeit ist mehr denn je Statussymbol für ein verankertes, glückliches Leben. Dabei weichen alte Klischees zusehends modernen, zukunftsweisenden Konstellationen. Die Ehe ist zu einem Band zwischen zwei Partnern auf Augenhöhe geworden (wenngleich hier auch noch viel für die in jeder Hinsicht reale Gleichstellung getan werden muss). Als Fotografin oder Fotograf können Sie Hochzeiten bis zu einem gewissen Grad mitgestalten und müssen sich schon lange nicht mehr mit dem rosafarben kitschig-langweiligen Klischee einer Hochzeit begnügen.





▲ Hochzeiten werden aufwendiger

Selbst Hochzeiten im kleineren Kreis werden zunehmend aufwendiger geplant und sind nicht selten international. Hier fand eine standesamtliche Trauung mithilfe einer Übersetzerin statt. Nicht in einem schmucklosen Bürogebäude, sondern in einer traumhaft-schönen Schloßumgebung in einer Außenstelle des Standesamtes in Kronberg, nahe Frankfurt am Main.

Die Auftragslage ist also durchaus gut, aber der Markt zusehends umkämpft. War es noch vor einigen Jahren eher unproblematisch, als Hochzeitsfotograf zu starten, die Sommermonate mit Aufträgen zu füllen und sich dann während der Wintermonate den administrativen Tätigkeiten zu widmen, würde ich diese Aussage heute so nicht mehr ohne Bauchschmerzen unterschreiben. Hochzeiten sind auch durch die fortschreitende Individualisierung immer komplexer geworden. Sie verteilen sich über das ganze Jahr, und es sind auch nicht nur »gelernte« Fotografen, die den Markt bedienen, sondern auch immer mehr versierte Quereinsteiger. Auch nebenberufliche Fotografen gibt es im Hochzeitsgenre einige. Eine nicht-wissenschaftliche Umfrage in einer der größten Online-Facebook-Gruppen für Hochzeitsfotografen förderte beispielsweise zutage, dass über 63% der Befragten die Hochzeitsfotografie in Ergänzung zu einem festen Hauptjob betreiben. Dadurch haben sie zwar weniger Freizeit, aber einen viel größeren finanziellen Spielraum.

Gerade in der Hochzeitsfotografie mit ihrer Fülle an Bildern sollten Sie die Nachbearbeitung am Computer keinesfalls unterschätzen. An einem solch gro-

ßen Tag wie diesem passieren so viele Dinge, und jeder Gast möchte mindestens einmal aufs Bild gebannt werden. Wir Hochzeitsfotografen verbringen Stunden damit, zu sortieren, objektiv zu werten und alle Bilder auf eine durchgängige Einheitlichkeit zu bringen (hier geht es um Aspekte wie Weißabgleich, Helligkeit und Ähnliches), um im Ergebnis auch wirklich eine stimmige Reportage und hochwertige Bilderwelten liefern zu können. Auch das macht den Beruf des Fotografen so abwechslungsreich. Je nachdem, wie intensiv und gerne Sie Bilder am Computer nachbearbeiten, sind Sie zudem unglaublich frei in der Umsetzung. In der Corporate-Fotografie müssen die Bilder vor allem für den Kunden und dessen Kunden funktionieren und marktüblich kommunizieren. Ein Bewerbungsbild im Bikini dürfte seine Wirkung wohl gänzlich verfehlt. Auf Hochzeiten jedoch dürfen Sie gern etwas mutiger sein. Sie erschaffen Bilder zur jahrelangen Erinnerung, und die können durchaus auch mal hochzeitsunüblich sein. Beispielsweise indem Sie den Moment festhalten, in dem das Paar in festlichen Klamotten zur späten Stunde in den Pool springt. Oder indem Sie den Bildern am Computer Ihren ganz speziellen Look verpassen. Sie müssen damit nur Ihren eigenen Ansprüchen und denen des Paares genügen. Keinen Ansprüchen Dritter. Dies bedeutet ein viel freieres, aufregenderes Arbeiten als in anderen Genres und ist damit ein weiterer unschlagbarer Vorteil der freien Hochzeitsfotografie.

Aber Achtung: Natürlich birgt dieser Bereich auch einige Fallstricke. Hochzeitsfotografie hat sich die Jahre über so stark verändert, dass viele gesetzliche Regelungen und Rahmenbedingungen den realen Gegebenheiten hinterherhängen. So gelten Hochzeitsfotografen trotz der eigentlichen Möglichkeit, frei zu arbeiten, noch als Handwerker und nicht als Freiberufler. Daraus ergeben sich vor allem finanzielle Fallstricke.

Sollten Sie bisher geglaubt haben, Hochzeiten seien »einfach verdientes Geld«, muss ich Sie enttäuschen. Es steckt viel mehr dahinter und mehr Arbeit darin, als offensichtlich ist. Dieses Buch führt Ihnen alle Aspekte vor Augen, die im Bereich der Hochzeitsfotografie wichtig sind. Es gibt Aufschluss über den Markt und es bietet Ihnen Hilfestellung im Umgang mit Kunden. Egal, ob Sie gerade erst Ihr (Fotografie-)Studium abgeschlossen haben, als nebenberuflicher Fotograf tiefer in die Hochzeitsfotografie einsteigen möchten oder sich als bereits etablierter Berufsfotograf weiterbilden wollen. Nach der Lektüre dieses Buches sollten Sie erkannt haben, was auf Sie zu kommt und wie Sie Ihr (Einpersonen-)Unternehmen in Zukunft führen möchten. Damit Sie nicht planlos loslaufen und die vielen, häufig frustrierenden Rückschläge erleiden, die so manch einer vor Ihnen überwinden musste.

Hochzeiten haben Partycharakter (auch wenn die Parties sehr unterschiedlich ausfallen können). Sie können also mindestens künstlerisch sehr frei arbeiten. Jeder hat die Chance auf ein »Rockstar-Leben«.

→ Gestalten mit Licht

Wer glaubt, Hochzeitsfotografie wäre langweilig und ohne große Gestaltungsmöglichkeiten, der irrt. Sie können Sie sich an vielen Stellen kreativ austoben. Beispielsweise am Hochzeitskleid. Der Unterschied in der Gestaltung wird sicherlich deutlich. Während das eine mit sehr hartem und direktem Licht modern und klar wirkt, so verschwimmen die Konturen des anderen in Leichtigkeit und Wärme. Welches gefällt Ihnen denn besser?



Ich wünsche Ihnen in diesem wunderbaren Genre viel Durchhaltevermögen, freundliche, entspannte Hochzeitspaare und allem voran: sauberes (!) Licht und eine gute Zeit!

EIN KLEINER AUSFLUG IN DIE STATISTIK

Das Statistische Bundesamt hat Zahlen für fast alles, auch zu Hochzeiten. Laut Statistik wurden beispielsweise im Jahre 2017 rund 407 500 Hochzeiten in Deutschland geschlossen. 277 000 Paare heirateten zum ersten Mal (das heißt, jeweils beide Partner waren zuvor noch nie verheiratet). Nur rund 60 000 Paare waren laut Statistischem Bundesamt Wiederholungstäter. Oder zumindest einer davon. Im Jahr 2018 wurden schon rund 450 000 Hochzeiten geschlossen.

Auch ein Blick auf die eher saisonal geprägte Arbeit, die auf Sie zukommen wird, lohnt. Die Monate Juli, September und August waren 2017 laut Statistischem Bundesamt deutschlandweit die stärksten Hochzeitsmonate. Der Dezember mit seiner angeblichen Wirkkraft der rückwirkenden Steuerersparnisse liegt statistisch betrachtet eher in der Mitte. Der Januar bildet im Jahreslauf das Schlusslicht.

Der Gang zum Standesamt ist in Deutschland die einzige rechtskräftige Möglichkeit, eine Ehe zu schließen. Kirchliche oder sogenannte *freie Trauungen* sind lediglich Feierlichkeiten »on top«, die einen zeremoniellen Rahmen zulassen. Eine Umfrage in einer Facebook-Gruppe mit rund 21 000 Mitgliedern ergab, dass sich die meisten Paare standesamtlich *und* kirchlich trauen lassen. Der kleinere Teil entscheidet sich für eine Eheschließung in Kombination mit einer freien Trauung.

1.1 Definieren Sie »professionell«

Möchten Sie professionell arbeiten, sollte der erste Schritt für Sie sein, diesen Begriff zunächst einmal für sich selbst zu definieren, denn er wird Sie verfolgen. Unaufhörlich. Nicht nur zu Beginn Ihrer Fotografenlaufbahn, sondern auch noch nach Jahren der Selbstständigkeit.

Mir kommt er auch heute noch immer wieder in den Sinn und damit auch die Frage nach dem korrekten, professionellen Auftreten meinen Kunden gegenüber. Dieser Begriff kann Ihnen auch als Vorwurf begegnen, wenn ein Hochzeitspaar beispielsweise meint: »Das ist aber unprofessionell!« und damit von seiner individuellen Definition des Begriffs spricht.

Google ist bei der Beantwortung dieser Frage – Was ist professionell? – ziemlich »pragmatisch«. In der Regel scheint mit »professionell« gemeint zu sein, dass man »vom Fach ist« oder »die Tätigkeit als (Haupt-)Beruf ausübt«.

Professionalität ist Definitionssache: Sie können ein ungelernter Fotograf sein, keinen Cent für Ihre Arbeit verlangen und nach Ihrer eigenen Definition professionell sein. Wie Ihr Umfeld und Ihre Kunden Ihren Professionalitätsgrad einschätzen, ist eine andere Frage. Deshalb wird unter Fotografen darüber auch so viel gestritten. Sie können beispielsweise viel, aber zugleich wirtschaftlich unrentabel arbeiten. Zeitgleich können Sie auch wirtschaftlich rentabel kalkuliert haben, aber nicht beauftragt werden, weil Ihr Produkt nicht attraktiv genug ist. Beides wird darin enden, dass Sie sich nicht mehr lange am Markt behaupten können und Ihre Tätigkeit als Fotograf wohl oder übel aufgeben müssen. Da hilft Ihnen dann die Bezeichnung »professioneller Fotograf« auch nicht mehr viel weiter.

Meiner Erfahrung nach werden im Hochzeitsbereich drei grundsätzliche Faktoren vom Kunden als professionell wahrgenommen:

- Ihre **Zuverlässigkeit**, wenn sich das Paar auf Ihre Anwesenheit und die sichere Lieferung der Bilder verlassen kann. Aber auch wenn es sicher sein kann, dass zwischen Ihnen getroffene Abmachungen eingehalten werden.
- Ihre **Kompetenz und Erfahrungswerte**, wenn es darum geht, fachliche Entscheidungen zu treffen, wie beispielweise welcher Ort sich am besten für die Erstellung von Gruppenbildern eignet.
- Das »**Käuferlebnis**«, was so viel bedeutet, wie Ihre Art des Umgangs und Ihr Auftreten dem Paar gegenüber aussieht.

Und was empfinden Sie persönlich als professionell?



↑ Als Dienstleister mit dem porträtierten Paar befreundet sein? Ist das professionell?

Mit diesem Paar verbindet mich (in der Mitte) eine sehr enge Freundschaft, ganz einfach: weil es auch meine echten Freunde sind. Da hab ich mir kurzerhand erlaubt, auch mal mit aufs Gruppenbild zu kommen, und das Gefühl der Zugehörigkeit war natürlich ein besonderer Spaß! Meinen Job habe ich dennoch gewissenhaft erledigt und in der gleichen Qualität geliefert, wie ich es auch bei jedem anderen Paar getan hätte. Ich selbst fühlte mich dabei ebenso professionell wie bei Paaren, mit denen ich nicht befreundet bin.

1.2 Was Sie anbieten können

Hochzeitsfotografie ist ein sogenanntes *Einmalgeschäft*. Ihre Kunden werden wegen eines (im Idealfall) einmaligen Events zu Ihnen kommen. Sehr selten gibt es Fälle, in denen zum Beispiel ein und derselbe Fotograf auch für eine zweite Hochzeit der mittlerweile Geschiedenen mit neuen Lebenspartnern engagiert wird. Das ist jedoch wirklich die Ausnahme und nicht die Regel. Daher sollten Sie etwas unternehmen, um all die akquirierten und von Ihrer Leistung überzeugten Kunden, die Sie nach der Hochzeit wieder ziehen lassen müssten, etwas länger an sich zu binden.

Paar- und Verlobungsbilder

Ein paar schöne gemeinsame Bilder sind immer eine wertvolle Erinnerung oder ein passendes Geschenk – für das Paar und für Familie und Freunde. Paarfotografie kann auch als eine Art Probetermin mit dem Hochzeitsfotografen funktionieren. So hat das Hochzeitspaar die Möglichkeit, vorab den inszenierten Teil zu üben und sich auf die Art des Fotografen einzustellen. Sie als Fotograf haben zudem die Möglichkeit, das Paar besser kennenzulernen. Sogenannte *Verlobungs-* oder auch *Engagement-Shootings* werden deshalb von vielen Hochzeitsfotografen im Paket mit angeboten.

»After-Wedding« und »Pre-Wedding«

Manche Paare möchten am Tag der Hochzeit gerne die verfügbare Zeit mit ihren Gästen verbringen, wünschen sich natürlich aber auch stimmungsvolle Paarporträts, die allerdings einige Zeit in Anspruch nehmen. Hierfür hat sich das sogenannte *After-Wedding* etabliert: ein Nach-der-Hochzeit-Fototermin, zu dem nur Porträts und inszenierte Fotos gemacht werden. After-Weddings werden auch sehr gerne im Ausland oder an besonderen Locations fotografiert, die am Tag der Hochzeit nicht zu erreichen wären. Zwischen eigentlicher Hochzeit und After-Wedding kann also durchaus einige Zeit vergehen.

Es geht auch anders: Wussten Sie, dass beispielsweise im asiatischen Raum ein sogenanntes *Pre-Wedding* gang und gäbe ist? Paare lassen hier schon vor ihrer Hochzeit Paarporträts machen, um bereits zur Hochzeit selbst schöne Bilder vorzeigen zu können.

Aber auch neben dem eigentlichen Hochzeitsevent gibt es einige Ereignisse, die eine perfekte Gelegenheit sind, Ihren Kunden einen Fototermin anzubieten.

Beispielsweise erwartet ein Paar relativ bald nach der Hochzeit ein Baby. Dies wäre ein idealer Anlass für einen Shooting-Termin mit dem jungen Familien-glück. Und manch eine junge Familie bucht sogar drei- oder viermal im Jahr einen Fototermin, um zu Weihnachten passende Geschenke für die Verwandtschaft in Form von Fotobüchern oder Ähnlichem zu fertigen. Das Angebots-spektrum ist also durchaus groß. Wie auch am Hochzeitstag ist es hier meist eine Mischung aus Eventreportage und Porträtfotografie, die von den Kunden angefragt und von Fotografen am Markt angeboten wird.

Hochzeitsalben und Drucke

Trotz der fortschreitenden Digitalisierung wird das konventionelle Hochzeits-album noch immer nachgefragt. Klassische, aber digital gedruckte *Alben* mit et-was dickeren Seiten und einem plan liegenden Mittelfalz sind für inszenierte Fotos ideal. Sie bieten keinen allzu großen Umfang, bringen aber das einzelne Bild sehr gut zur Geltung. Liegt Ihr Schwerpunkt auf der Reportagefotografie, ist es sinnvoll, *Hochzeitsbücher* mit vielen Hundert Seiten anzubieten, denn dort können Sie alle Ihre Aufnahmen platzieren.

Familien-, Porträt- und Eventfotografie

Die Geburt oder auch der sich rundende Babybauch sind für Paare essenzielle Momente, die es festzuhalten gilt. Regelmäßige Familiensessions können Menschen, denen hochwertige Fotografie für ihre Hochzeit wichtig ist, ebenso wichti-
tig sein. Sogenannte *Mini-Sessions*, das sind Zeit-Slots von einer bis eineinhalb Stunden an einem vorab festgelegten Shooting-Tag, gehören bei vielen Famili-enfotografen zum Angebotsspektrum genauso dazu wie über mehrere Stunden hinweg reichende *Home-Sessions*. Hier wird die Familie in ihrem ganz norma-
len Alltag fotografiert, beispielsweise während des Plätzchenbackens in der Vor-weihnachtszeit oder beim gemeinsamen Toben im sommerlichen Garten. So entstehen auf natürliche Weise dokumentarische Bilder.

Auch verschiedene weitere Familienevents bieten sich zur fotografischen Begleitung an. Taufe, Kommunion oder Konfirmation, Einschulung, der erste (oder fünfte) Geburtstag – all dies können Events sein, die es den Familien eben-falls wert sind, auf professionelle Weise festgehalten zu werden.



Der (Highlight-)Film

Das bewegte Bild ist im Zeitalter ständiger Medienverfügbarkeit (wie zum Beispiel via Smartphone) ein weiteres Highlight, das viel Aufmerksamkeit auf sich zieht. Es bietet Paaren eine ganz andere, besonders emotionale Art, sich an das große Ereignis zu erinnern. Die Nachfrage ist definitiv vorhanden. Die Bandbreite der Umsetzung ist, genauso wie im fotografischen Bereich, riesig. Von der effektvollen Hollywood-Anmutung (starke Inszenierung) bis hin zur rein dokumentarischen Erzählung kann auch das Bewegtbild einer Hochzeit facettenreich umgesetzt werden.

Filme erweitern durch ihre Tonspur und die bewegte Handlung (egal, ob sich die Kamera bewegt oder das gefilmte Objekt) die Informationen, die transportiert werden. Das Paar wird auf diese Weise in die Lage versetzt, sich viel intensiver an die Geschehnisse zu erinnern. Zudem werden mehr Emotionen transportiert. Wo ein Foto eher einen Impuls für eine eigene Interpretation der jeweiligen Erinnerung gibt, erschließen sich im Betrachten des Films nahezu von selbst mehrere Ebenen der Erinnerung. Das Paar (und Dritte, die vielleicht

↑ Gute Bilder von hervorragendem Essen

Die Hochzeitsfotografie ist vielseitig. Gutes Essen zu fotografieren gehört ebenfalls dazu. Achten Sie auf das passende Licht, es sollte nach Möglichkeit neutral sein. Die besten Bilder vom Menü macht man deshalb am Fenster oder, wie hier, draußen.

gar nicht dabei waren) wissen nach Betrachten des Films, welche Musik gespielt wurde oder auch wie ausgelassen die Tante beim Tanzen war. Ein Foto kann diese Info kaum oder gar nicht transportieren.

Die Aufmerksamkeit, die ein Film auf sich zieht, ist zwar gewichtiger, dafür ist er allerdings auch medienabhängig. Für das Betrachten ist zwingend ein elektronisches Gerät notwendig. Die Rahmenbedingungen zum Betrachten eines Videos sollten ebenfalls gegeben sein. So kann ein einzelnes Foto, beispielsweise während der Wartezeit beim Friseur oder Arzt, problemlos angeschmachtet werden, und man kann sich freudig an die Szene erinnern. Bei einem Film dagegen wäre das wohl nur im Lautlosmodus empfehlenswert ...

Aus technischer Sicht können Sie beim Film auf Hochzeiten mit ähnlichem Equipment arbeiten wie in der Fotografie. Lediglich für Tonaufnahmen werden Sie zusätzliches Equipment benötigen.

So wichtig ein Film für ein Paar auch sein mag, so viel aufwendiger ist er in der Produktion für den Schaffenden. Er bedeutet ein Vielfaches an Arbeitsaufwand. Nicht nur, weil alle Kanäle (Bilder, Ton und Musik) im Filmschnitt zusammengebracht werden müssen, sondern auch, weil das Erstellen am Tag selbst sehr viel mehr Zeit in Anspruch nimmt. Schließlich gibt es im Vergleich zur Fotografie nicht nur die Möglichkeit, verschiedene Bildausschnitte und Perspektiven zu kombinieren, sondern auch ganze Kamerafahrten zu integrieren. Bei Szenen, an denen ich als Fotografin kurz vorbeihusche, einmal abdrücke und mein Übersichtsbild »im Kasten« habe, ist (je nach filmischem Anspruch) ein Kamerateam gute fünf Minuten zugange, um den jeweiligen Raum passend in Szene zu setzen.

Filmer sind sehr viel abhängiger von Motiven, Stimmungen und Handlungen. Einem Fotografen genügt während des Einzugs des Paares in die Kirche nur ein ganz kurzer Moment des lächelnden Paares, um ein Bild mit dem gewünschten Effekt zu machen, anschließend ist er sofort im Off verschwunden. Im filmischen Bereich braucht es hingegen einige Sekunden, um einen solchen Moment in die Story einbinden zu können. Nicht jedes Paar ist beim Einzug in die Kirche locker und gelöst, und damit ist die Chance, das Material auch wirklich verwenden zu können, nicht immer gegeben.

Auch für die Kombination von verschiedenen Bildausschnitten (beispielsweise Übersichtsaufnahme und Detailbild) oder den bequemen Wechsel der Objektive bleibt beim Filmen kaum Zeit. Sie müssen entweder eine fest aufgestellte Zweitkamera entsprechend platzieren oder zu zweit arbeiten, damit die gleiche Szene aus einem anderen Blickwinkel oder mit einem anderen Bildausschnitt aufgenommen werden kann. Die meisten Foto-Film-Teams sind eben deshalb genau das: Teams.

Ein Foto hält den Moment fest, ein Film erzählt ganze Etappen des Tages.

FOTO-FILM-TEAMS

Film und Foto aus einer Hand anbieten zu wollen ist nur als Team empfehlenswert. Beschränken Sie sich als Einpersonenunternehmen auf ein Gewerk, und suchen Sie sich lieber jemanden, mit dem Sie gut zusammenarbeiten können und wollen.

EXKURS

DER UMGANG MIT FILMERN

Wie eine gute Zusammenarbeit gelingen kann

Fotografen und Filmer sind sich, arbeiten sie nicht dauerhaft zusammen im Team, manchmal mehr Konkurrenz als Kollegen. Leider. Das ist schade und nach meiner persönlichen Definition nicht profes-

sionell. Oft liegt das daran, dass eine Zusammenarbeit auf engem Raum nicht ganz einfach ist. Es gibt eben nur diesen einen Moment und diese eine Szene, und jeder möchte sie gerne auf besonders



← Zusammenarbeit mit Filmern

Hier ist das erfolgreiche Arbeiten mit einem Filmteam sehr gut zu sehen. Auf den Fotos sind die Filmer quasi unsichtbar, und im Film gilt dies genauso für mich als Fotografin. Dies wurde unter anderem mithilfe unterschiedlicher Brennweiten realisiert. Das Filmteam arbeitete von weit hinten im Gang, während ich direkt hinter dem Trauredner mit einer kürzeren Brennweite stand.

schöne Art festhalten. Da kommt man sich schon mal in die Quere. So ist es für Filmer oft ein Graus, wenn Fotografen am Abend blitzen. Für Fotografen ist es dagegen furchtbar, wenn sie immer eine zweite Person oder ein Kamerastativ mit im Bild haben. So gab es auch bei mir schon einmal den Fall, dass ein eher unerfahrener Filmer (mit nur einer Kamera und einem Objektiv) gar keine andere Möglichkeit hatte, als ständig hautnah vor der Braut zu »kleben«. Er hatte nämlich nur eine Festbrennweite zur Verfügung. Damit hat er mir als Fotografin nicht nur die Chance genommen, ein Übersichtsbild zu machen, sondern ist der Braut auch ziemlich auf die Nerven gefallen.

Das muss aber nicht so sein! Der erste Schritt zu einer freundlichen Zusammenarbeit ist das eigene freundliche Auftreten. Achten Sie ein wenig aufeinander. Das kann bereits damit beginnen, dass Sie der Kollegin oder dem Kollegen auch ein Glas Wasser mitbringen, wenn Sie sich selbst eines holen gehen. Versuchen Sie auch von Anfang an ohne Vorurteile an die Sache ranzugehen. Filmer sind, ebenso wie Fotografen, nicht per se ignorant und unfreundlich. Achten Sie zudem auf Ihre Bewegungen. Schnelle und unvorhersehbare Ortswechsel sind ein Graus für Filmer, denn sie benötigen ja ganze Sequenzen. Das rechtzeitige Wegducken oder Ausweichen kann Ihnen beiden helfen, ein gutes Bild zu bekommen, und zwar ohne dass der jeweils andere darauf zu sehen ist.

Auch wichtig: Halten Sie öfter mal Ihren Mund. Aus Gewohnheit brabble ich nämlich selbst gerne leise vor mich hin, in Zusammenhang mit Bewegtbild und Ton ist das jedoch ziemlich deplatziert. Im Film sollten Sie unsichtbar und unhörbar sein.



▲ Mehrere Perspektiven

Unterschiedliche Perspektiven im Film können zudem helfen, flexibler im Bildschnitt zu sein

Und zu guter Letzt: Achten Sie nicht nur visuell aufeinander (wer wem im Bild steht). Denken Sie beispielsweise nicht nur bei der Versorgung mit Getränken an den anderen, sondern auch, wenn Sie sich um das Abendessen kümmern. Zwar kennen Sie die Routinen des anderen nicht, aber es hilft sehr, einen Teamgedanken zu pflegen und Hilfe zumindest anzubieten. Die Stimmung ist gelöster und freundlicher, wenn Sie sich mit anderen Dienstleistern auf der Hochzeit gut verstehen, auch mal miteinander scherzen können und gegenseitig aufeinander Rücksicht nehmen.

1.3 Wie Sie anfangen können

Wie heißt es doch so oft: Aller Anfang ist schwer. Ich behaupte: Nicht das Anfangen ist schwer, sondern das richtige Maß zur optimalen Einteilung Ihrer Arbeitskraft zu finden.

Gefährlich und frustrierend wird es, wenn Sie sich übernehmen. Das beste Beispiel dafür bietet der Sport. Schnell bin ich frustriert, wenn ich in untrainiertem Zustand nach fünf Minuten Dauerlauf total aus der Puste bin und aufgeben muss. Würde ich langsamer starten, könnte ich vielleicht zehn Minuten schaffen statt fünf, wäre glücklicher, wäre hinterher noch imstande zu sprechen und hätte damit insgesamt ein Erfolgserlebnis. Auch beim Krafttraining ist das so. Es führt zur Überforderung, die ich bitter zu spüren bekomme, wenn ich am nächsten Tag kaum mehr die Treppen hinauflaufen kann, weil der Muskelkater mich zur Pause zwingt. Ähnlich verhält es sich mit der Hochzeitsfotografie. Es gibt viele Möglichkeiten, mit einer Reportage auf einer Hochzeit zu starten: zwölf Stunden, sechzehn Stunden ... Damit suchen Sie sich aber auch bereits die (zeitliche) Königsdisziplin aus, und ohne Erfahrung kann die Überforderung (auch körperlich!) schnell zum Frust führen.

Wenn Sie nicht ohnehin schon von Ihren Freunden und Bekannten gefragt wurden, ob Sie deren Hochzeit fotografieren würden, drehen Sie den Spieß doch einfach um, und fragen Sie aktiv nach, ob Sie deren Hochzeit fotografieren dürfen. Starten Sie dabei mit kleinen Trainingsintervallen, und fotografieren Sie zunächst reine Porträt-Sessions mit maximal zwei Stunden, dann kleine Reportagen (beispielsweise auf dem Standesamt) mit maximal vier oder fünf Stunden, und laufen Sie dann erst, quasi nach einer gewissen Trainingszeit, einen Halbmarathon in Form einer Ganztagesreportage mit rund zehn oder zwölf oder gar sechzehn Stunden. Das bietet auch einen Akquise-Vorteil. Denn kaum ein hauptberuflicher Fotograf blockiert sich gerne die beliebten Samstage mit »kleinen« Aufträgen, die so für Sie bleiben. So sind Sie im Geschäft, können sich weiterentwickeln und freuen sich über die (zunehmend) besseren Ergebnisse.

Nach einer »bestandenen« Hochzeitsaison können Sie zudem vielleicht etwas weiter fahren oder im Ausland fotografische Erfahrungen machen. Zu einer vierzehnständigen Auslandsreportage würde ich Sie allerdings nur sehr ungern animieren wollen. Anreise, Koordination und ganz andere Lichtverhältnisse vor Ort können viel Energie kosten, und so droht auch hier Überforderung.

Die Organisation, die Abstimmung im Vorfeld und vor allem auch die Nachbearbeitung der Bilder auf der Festplatte sind ebenfalls mit weniger Frust verbunden, wenn Sie sich sicher fühlen mit dem, was Sie bisher geleistet haben.

→ Ihre erste Hochzeit

Verlieren Sie niemals die Bilder Ihrer ersten von Ihnen fotografierten Hochzeit! Dies hier ist mein erstes Hochzeitsbild. 2006 im JPEG-Format mit einer Nikon D70 aufgenommen. Ich war unendlich stolz darauf, so schön!



Möchten Sie aber nicht auf solche Erfahrungen verzichten, gibt es natürlich immer noch die Möglichkeit, eine Kollegin oder einen Kollegen, beispielsweise als *Second Shooter*, zu begleiten. Bei großen Hochzeiten im Ausland oder auch auf Hochzeiten mit vielen Gästen ist es keine Seltenheit, dass ein zweiter Fotograf (oder eine zweite Fotografin) hinzugezogen wird, um auch wirklich alle Ereignisse festhalten zu können. Fragen Sie Ihren *First Shooter* einmal per E-Mail an, oder stellen Sie die Frage in einer der angesagten Facebook-Gruppen.

Wenn es gerade keine Hochzeiten für Sie gibt ... dann arbeiten Sie kurzerhand an freien Projekten. Stehen Sie gerade erst am Anfang Ihrer Karriere und warten sehnstüchtig auf Jobs? Dann können und dürfen Sie gerne etwas mit dem Thema Hochzeit umsetzen, was Ihnen persönlich am Herzen liegt.

Eine weitere beliebte Methode, um freie Zeit zu überbrücken, Erfahrungen zu sammeln und Kontakte zu knüpfen, ist das Fotografieren von sogenannten *Styled Shoots*. Dabei finden sich Dienstleister unterschiedlicher Gewerke (aus dem Bereich Patisserie und Brautmoden sowie Hairstylisten und Make-up-Artisten etc.) zusammen und inszenieren Porträts und Dekorationsbilder auf sehr geringer Kostenbasis oder teilweise sogar kostenlos. Diese *Styled Shoots* können selbst organisiert und in Eigenregie durchgeführt sein, aber auch von auf Hochzeiten spezialisierten Wedding Plannern initiiert werden. Ein stimmiges Konzept soll Paare inspirieren, einen Raum für Experimente schaffen sowie für neue Erfahrungen und (im einen oder anderen Fall) auch für Portfoliomaterial sorgen.

ACHTUNG: STYLED SHOOTS SIND KEIN ERSATZ FÜR RICHTIGE HOCHZEITEN

Bitte kennzeichnen Sie *Styled Shoots* auf Ihren Werbematerialien, sodass ersichtlich ist, was als Referenz gilt und was tatsächlich eine inszenierte Hochzeit war. Der Unterschied ist riesig, denn bei *Styled Shoots* haben Sie nicht nur motivisch ideale Voraussetzungen (perfekte Torte, wunderschöne Papeterie etc.), sondern auch die Möglichkeit, fotofreundlich zu inszenieren. Bei realen Hochzeiten haben Sie meist keinen so großen Einfluss darauf, wo genau die Torte stehen wird und wie der Lichteinfall sein wird.



↑ Freie Arbeiten

Anstelle eines *Styled Shoots* fotografierte ich zu Beginn meiner Laufbahn als Fotografin eine redaktionelle Porträtserie von ein paar älteren Damen, die zum Shooting ihr Hochzeitskleid trugen, das ihnen noch immer wie angegossen passte. Das sorgte seinerzeit für mehr Aufmerksamkeit als jeder *Styled Shoot* und brachte mich zudem den Menschen und der tiefen Bedeutung der Hochzeit näher.

1.4 Was Sie noch wissen sollten

Die Hochzeitswelt ist eigen, so auch ihre Begriffe. Was wir als Hochzeitsfotografen meist selbstverständlich verwenden, wird von Außenstehenden nicht immer sofort verstanden. Ich habe für Sie einige spannende und vielleicht auch ein wenig skurrile Begrifflichkeiten zusammengetragen:

- Das **Getting Ready** wird als die Zeit des Ankleidens bezeichnet. Es beschreibt also das »Zurechtmachen« kurz vor Beginn der Hochzeit.
- Eine **Bridezilla** bezeichnet eine besonders kontrollsüchtige Braut, die ihre Mitmenschen und auch die von ihr engagierten Dienstleister durch ständige Anweisungen und Pingeligkeit nahezu in den Wahnsinn treibt. Ein männliches Pendant ist mir nicht bekannt, sollte aber baldmöglichst eingeführt werden. Schließlich musste ich als Fotografin auch schon mit dem einen oder anderen sehr anstrengenden Bräutigam zureckkommen.
- **Onkel Bob** ist der besonders fotoenthusiastische Gast auf einer Hochzeit. Charakteristisch für diese Art Lebewesen ist ihr störender Eingriff in den Arbeitsfluss durch unentwegtes Fragenstellen. »Mit welcher Kamera arbeiten Sie da? Aha, ich hab die so und so, die ist doch viel besser, oder?« Die respektlose Verhaltensweise dieser Mitmenschen führt oft zu Frust beim Fotografen, weshalb die Begrifflichkeit des Onkels Bob eher negativ konnotiert ist.
- Der **Wedding Hangover** – Was normalerweise im Zusammenhang mit einem ausgiebigen Trinkerlebnis steht (der typische Hangover), bezieht sich im Hochzeitsjargon eher auf das leicht schmerzerfüllte Erwachen nach einem Hochzeits-Shooting, wenn der harte Hochzeitsfotografenalltag vorüber ist, alle Glieder schmerzen und man sich müde und ausgelaugt fühlt. Anders als bei einem normalen Hangover ist diesem Begriff jedoch durchaus etwas Positives abzugewinnen. Schließlich sind wir stolz auf unsere Leistungen!
- **#readyforweddy** – Der Hashtag, der vornehmlich in Instagram verwendet wird, aber auch im alltäglichen Sprachgebrauch von Hochzeitsfotografen vorkommt, sagt nichts anderes aus als: Wir sind bereit für die anstehende Hochzeit. Yeah!

→ Das ganz Besondere

Eine aufwendige Dekoration und extra für die Hochzeit entworfene Design-Konzepte sorgen regelmäßig für großes Staunen und strahlende Augen (und das nicht bei den Kindern). Hochzeiten können aufwendig und prunkvoll sein. Es gibt viel zu fotografieren.



INTERVIEW

ANGELIKA UND ARTUR

Hochzeitsfotografie und Hochzeitsfilm im Team



▲ Artur, Bonny und Angelika

Bereits während ihrer Ausbildung zur Fotografin gründete Angelika zusammen mit ihrem Vater ein kleines Fotoatelier und stattete die Studioräume entsprechend ihren individuellen Anforderungen

aus. Im Laufe der Zeit wurde ihr jedoch immer deutlicher bewusst, dass der klassische Studioweg nicht der ihre ist, und so fotografierte sie immer häufiger außerhalb von Räumen, mit natürlichem Licht. Während dieser Zeit kam es zu ersten Berührungs punkten mit dem Bereich der Hochzeitsfotografie, und schließlich erstellte Angelika sogar komplette Reportagefotografien eines Hochzeitstages. Schon bald nachdem sie und Artur sich kennengelernt hatten, wurde den beiden klar, dass sie beide gemeinsam hauptberuflich als Fotografen arbeiten wollten, dabei legten sie ihren Fokus zunehmend auf den Bereich der Hochzeitsfotografie. Zunächst widmeten sich beide der Fotografie, schließlich entdeckte Artur seine Vorliebe für das bewegte Bild. Heute sind Fotografie und Videografie gleichberechtigte Komponenten des gemeinsamen Haupt einkommens der kleinen Familie, und zu ihrem

- Telefon: +49 7231 4627577
- E-Mail: mail@diehochzeitsfotografen.de
- Website: www.diehochzeitsfotografen.de
- Social: www.facebook.com/Die-Hochzeitsfotografen-Angelika-Artur-362254449111/
- ★ www.instagram.com/diehochzeitsfotografen ★ www.pinterest.de/diehochzeitsfotografen/pins/ ★ <https://vimeo.com/user1905609>

Kerngeschäft zählt vornehmlich die Hochzeitsfotografie. Aber auch Workshops, Hochzeitspapeterie und Familienfotografie sowie die eine oder andere Produktion für mittelständische Unternehmen bieten die beiden an. Sie haben sich dabei auf eine helle Fine-Art-Fotografie spezialisiert, die hauptsächlich mit natürlich vorhandenem Licht arbeitet. Angelika und Artur begleiten Hochzeiten meist ab zehn Stunden vom Getting Ready bis nach dem ersten Hochzeitstanz, maximal aber (so sagen sie) für eine Dauer von fünfzehn Stunden. Die hellen, pastelligen Farbtöne und die positiv-emotionalen Bilder bezaubern, wirken fein abgestimmt und entführen in eine visuell perfekte Welt, nicht selten mit mediterranem Einschlag.

Saja Seus: Ihr Lieben, die Anzahl der zu begleitenden Hochzeiten im Jahr ist ja meist begrenzt. Wie macht ihr das, wenn ihr sogar beide als hauptberufliche Fotografen unterwegs seid? Gibt es euch auch einzeln auf unterschiedlichen Hochzeiten zu buchen, oder seid ihr immer gemeinsam unterwegs?

Artur: Einzeln gab es uns bisher nicht. Zumindest nicht auf Hochzeiten. Selbst wenn nur Foto gebucht ist, war ich als Zweitfotograf immer mit dabei. Mittlerweile ist es aber schon sehr oft so, dass wir für Foto und Video gemeinsam gebucht werden.

Angelika: Ja, es ist schon sehr selten, dass wir nur für Foto gebucht werden.

Artur: Manchmal buchen Paare den Film auch kurzfristig dazu, weil sie sich das noch mal überlegt haben und sich das dann doch wünschen.

Wow. Gibt es zudem ein zweites Standbein oder einen zusätzlichen Bereich, den ihr abdeckt?

Angelika: Ich mache schon immer viel Familienfotografie unter der Woche. Wir bewerben das nicht, weil es meistens ehemalige Paare oder Stammkunden

sind und sich das automatisch ergibt. Artur kümmert sich eher mal um Businesskunden.

Denkt ihr, dass das notwendig ist, wenn man davon leben möchte?

Angelika: Mittlerweile machen wir uns schon einige Gedanken, was wir zusätzlich tun können, um abgesichert zu sein. Auftragsarbeit setzt immer voraus, dass man auch gesund ist. Aber gerade wenn einer von uns beiden krankheitsbedingt ausfallen würde, wären auch viele Aufträge gefährdet. Deshalb haben wir nun auch ein Buch geschrieben und geben zudem Workshops. Das ist eine kleine Absicherung.

Aber wie ist das dann, wenn ihr die ganze Zeit zusammen seid? Trennung zwischen Business und Privatleben, gibt es das? Wie funktioniert das?

Angelika: Gar nicht (beide lachen).

Artur: Es ist schon manchmal schwierig, klar. Du kannst nie sagen, ab 18:00 oder 19:00 Uhr ist jetzt alles privat. Kunden kontaktieren uns auch noch zu später Stunde, und wir unterhalten uns dann auch darüber. Die Arbeit gehört ja zu uns dazu. Genauso wie andere Paare sich abends nach dem Heimkommen von ihrem Tag erzählen, so reden wir über die Arbeit auch in der »privaten« Zeit.

Angelika: Wir hatten aber auch schon immer die Büro- und Atelierräume außerhalb unseres Wohnbereichs. Da ist es so, dass wir morgens zur Arbeit gehen und abends wieder heimkommen. Das hat bislang sehr gut geklappt, und das möchten wir in Zukunft auch unbedingt weiter so machen.

Eure Aufgabengebiete sind unterschiedliche. Während Angelika eher fotografiert, ist Artur der Filmer. Wo liegen die Unterschiede, weshalb macht ihr das so?

Artur: Na ja Wenn wir beide Unterschiedliches auf Hochzeiten machen, geht für uns die Zeit oft schnel-

ler rum. Es ist zwar anstrengender, weil jeder zu 130% bei der Sache sein muss und die Verantwortung dafür allein trägt, aber das Arbeiten ist eben auch schneller vorbei. Ich mag es gar nicht, wenn wir uns auf Hochzeiten langweilen.

Angelika: Ja. Wenn wir beide Fotos machen, ist es zwar oft entspannter, aber es »zieht sich« am Abend meist etwas hin, bis wir fertig sind.

Artur: Ein weiterer Unterschied ist die Bewegung. Beim Shooting müssen die Paare beim Fotografiert werden nicht unbedingt in Bewegung sein. Für Film benötigen sie, zumindest bei meinen Filmen, definitiv eine Handlung. Das kann auch das Spazierengehen sein.

Angelika: (lacht) Der Artur findet es zu langweilig, wenn das Paar einfach nur dasteht.

Artur: Ja. Aber das beeinflusst Angelikas Bilder dann ja auch. Wir ergänzen uns da perfekt.

Angelika: Manchmal machen wir deshalb aber auch einen Durchgang, wie Artur ihn gerne fürs Video hätte, und noch mal einen, wie ich ihn für das Foto brauche.

Gleichzeitig geht nicht?

Angelika: Doch. Ich mag oft auch die Momente, wenn Artur die Paare anweist und Bewegungsvorschläge erteilt. Dann suche ich mir die passenden Blickwinkel und fotografiere ebenfalls.

Artur: Wir arbeiten da dann schon parallel zueinander und achten darauf, uns gegenseitig nicht in die Quere zu kommen.

Und eure Ausrüstung?

Artur: Am Anfang war das Equipment beim Film viel mehr als in der Fotografie. Im Hochzeitsbereich, wo du schnell sein musst, ist es aber besser, zu reduzieren. Du baust auch vieles ungern auf, weil es einfach zu lange dauert. Wir nutzen jetzt nur noch zwei Einbeinstative und eine Steady-Cam. Und natürlich die

Drohne. Wir arbeiten dabei mit den gleichen Kameras, mit denen wir auch fotografieren.

Angelika: Genau, ich arbeite mit einer Kamera »an der Frau« und habe eine Backup-Kamera in der Tasche. Früher haben wir im Auto so viel Platz gebraucht wegen des großen Drohnenkoffers. Das war alles so unhandlich und schwer. Mit neuem und weniger Equipment wird das besser.

Artur: Ja. Ich würde auch jedem raten, der damit anfangen will: Kauft nicht zu viel Zeug und es muss auch nicht immer brandneu sein. Mein Einbeinstativ aus eBay hat echt nicht viel gekostet, und ich habe das fünf Jahre lang verwendet. Weniger ist mehr.

Hilft das wenige Equipment dann auch, wenn es darum geht, sich eben nicht gegenseitig ins Gehege zu kommen?

Angelika: Ja, auch. Und dass wir ein eingespieltes Team sind. Das ist auch der Grund, weshalb Paare es toll finden, dass wir uns kennen und gemeinsam kommen und arbeiten. Die Zusammenarbeit mit externen Filmern war für uns auch schon schwierig, weil manche Blickwinkel gar nicht fotografiert werden konnten, weil Stativen aufgebaut waren. Mitten im Gang. Da ist die Arbeit, wenn man sich kennt und weiß, wie der andere arbeitet, deutlich besser.

Und wie ist es mit dem zeitlichen Aufwand im Vergleich zum Foto?

Angelika: Der Schnitt ist gar nicht das langwierigste, das geht mit etwas Übung recht schnell. Die Liedauswahl dauert bei mir immer sehr lange. Hier arbeiten wir nicht auf Basis von Kundenwünschen, denn rechtlich ist das nicht immer einfach, und die Lieblingslieder der Paare passen nicht unbedingt zu den Bildern, die wir aufgenommen haben. Das Probehören benötigt viel Zeit.

Artur: Wir machen sogenannte Highlight-Filme, die mit Musik hinterlegt sind und meist rund acht Mi-

nuten dauern. Sie spiegeln den kompletten Tag wider und zeigen unsere Sicht auf die Hochzeit. Deshalb bleibt auch die Musikauswahl in unserer Hand.

Angelika: *Wir hatten zu unserer eigenen Hochzeit einen Film über fünf Minuten, der nur mit Bildern unterlegt war, und waren erstaunt darüber, wie emotional so etwas sein kann, ohne dass uns was gefehlt hat.*

Das heißt, ihr wisst idealerweise schon während des Aufnehmens, wie das Endprodukt (zum Beispiel der Film) sein wird?

Artur: *Nein. (Alle lachen). Nein. Nie. Aber das macht jeder anders. Ich versuche die jeweilige Situation aus unterschiedlichen Perspektiven zu filmen. Ich wechsle hier öfter den Standort. Übersicht, Detail etc., und das in recht kurzen Sequenzen von rund zehn bis fünfzehn Sekunden. Damit es eben auch eine Variation gibt. Erst im Schnitt baue ich das Material dann mit der passenden Musik zu einer Story zusammen.*

Angelika: *Lange Filme kann man auch selten emotional schneiden. Meist verarbeiten wir zum Beispiel das Eheversprechen als Tonspur mit in den Film. Und so sind die Filme in der Kürze zusammengefasst viel emotionaler, weil emotionale Bilder auf einen emotionalen Ton treffen.*

Videografie kenne ich aus der Hochzeitsbranche noch nicht wirklich lange. Empfindet ihr das auch so? Was hat sich im Vergleich zu »früher« geändert? In der Branche und mit den Paaren?

Angelika: *Hochzeiten sind »schöner« geworden. Ich mag die farblich abgestimmten Details sehr gerne, Paare geben sich mehr Mühe. Aber oftmals wirkt es so, als wenn sie wegen der ganzen Organisation am Tag selbst nicht richtig loslassen könnten. Dass Film auch schön sein kann, ist immer mehr etabliert. Das spüren wir deutlich. Paare finden es auch immer öfter besser als die Bilder, weil Filme emotionaler sind.*

Artur: *Ja. Es wird sehr viel mehr nachgefragt als noch vor fünf oder sechs Jahren.*

Glaubt ihr, dass es für die Zukunft ein Must-have ist, um in der Branche bestehen zu können?

Artur: *Nein, keinesfalls. Aber es hat Vorteile. Wenn man sowieso schon zu zweit unterwegs ist und es Spaß macht, ist es sinnvoll, beides anzubieten. Man verdient ja auch etwas dazu. Video wird und sollte immer zusätzlich berechnet werden. Es gibt auch Einzelpersonen, die beides gleichzeitig machen. Für uns persönlich ist das nicht der richtige Weg, denn im Zweifel leidet ein Medium. Entweder der Film oder das Foto. Im schlimmsten Fall leidet beides. Zum Beispiel beim Kuss. Hier muss man sich als Einzelkämpfer entscheiden, ob man filmt oder ein Foto macht. Zu zweit kann man beides besser abdecken. Dass ein Medium durch das andere verdrängt wird, das glaube ich aber nicht.*

Angelika: *Nein ... keinesfalls.*

Danke, ihr zwei!



↑ Den richtigen Moment erwischen

Bei besonders emotionalen Momenten ist es wichtig, dass die Person sich in dieser Emotion in jedem Fall auch gefällt. Im Filmischen ist das durch die Bewegung nicht ganz so kritisch. Bei der Fotografie verzichten wir immer auf eine Serienbilddaufnahme, die durch das Klickgeräusch sehr auffällig ist. Den richtigen Moment zu treffen ist dann besonders wichtig.

→ Auf dokumentarische Bilder nicht verzichten

Manchmal gibt es auch rein dokumentarische Bilder, die für das Paar wichtig sind. Wie zum Beispiel dieses hier. Das Licht war schwierig, weil es so stark von der Seite kam. Aber da greifen wir nicht ein. Das Bild wird trotzdem geliefert, auch wenn es nicht superideal ist. Letztlich kann man da auch mit der Bildbearbeitung noch viel herausholen.





↑ Tilt-Shift, um den
Blick zu lenken

Wir sind hier immer noch
in der Gartenpagode, aber
der vollzogene Perspek-
tivenwechsel zeigt nun
das grüne Umfeld sehr
deutlich. Für diese Aufnah-
me kam ein Tilt-Shift-Ob-
jektiv zum Einsatz, um
den Schwerpunkt im Bild
bewusst zu lenken.



↑ Foto und Film aus einer Perspektive

Als Foto-Film-Team arbeiten wir oftmals aus ein und derselben Perspektive,
denn wir wollen uns ja nicht gegenseitig auf dem Bild haben.



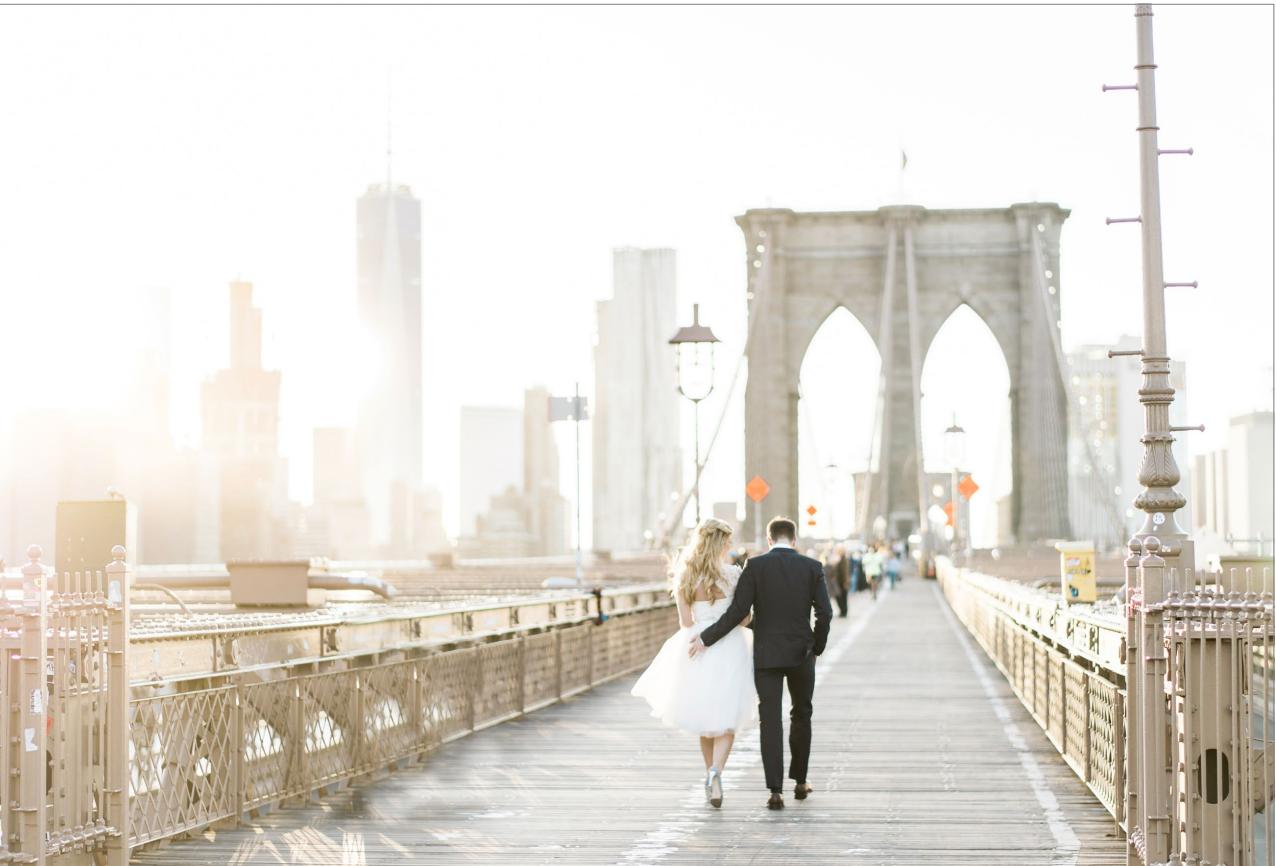
← **Regeln brechen und authentische Bilder machen**

Ein kurzer Snack nach der Trauung war für uns alle wichtig zur Stärkung. In dem Moment war es so passend, dass wir uns auch getraut haben, die beiden beim Essen zu fotografieren.

↓ **Fotos in Bewegung**

Wieder ein Bild »in Bewegung«. Wir nutzen die Serienbildfunktion meist nur in solchen Situationen, niemals bei der Trauung. Lieber passen wir konzentriert den richtigen Moment ab. Denn dieses maschinenartige »Durchballern« stört die Trauung und hinterlässt ein ungutes Gefühl.



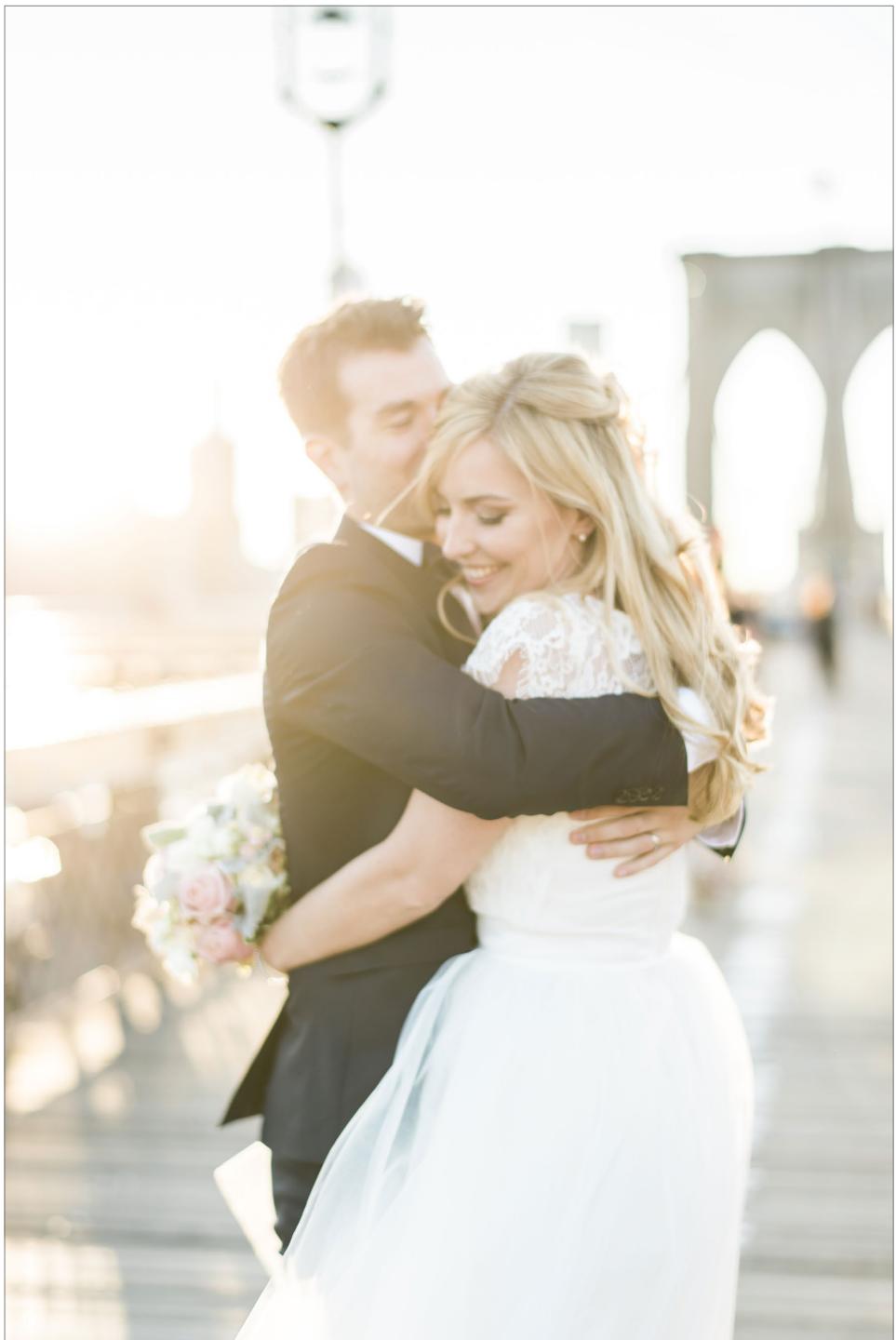


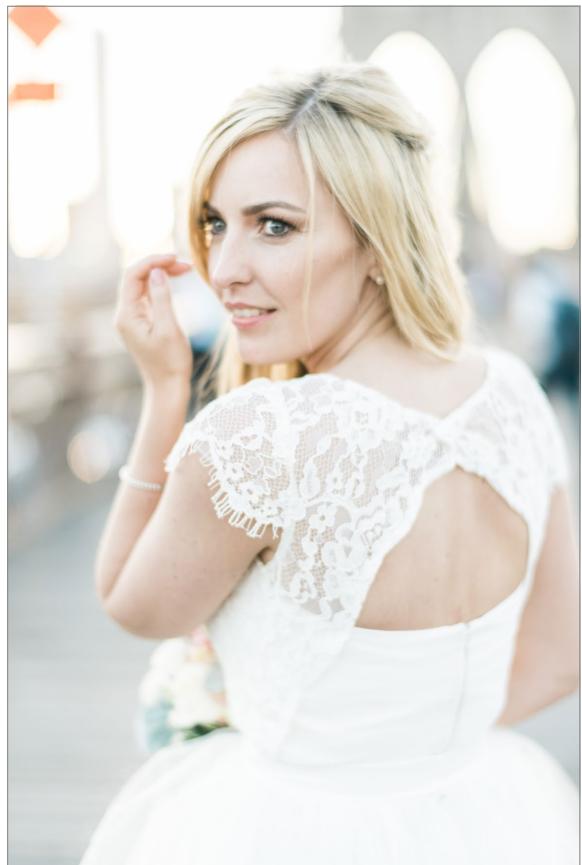
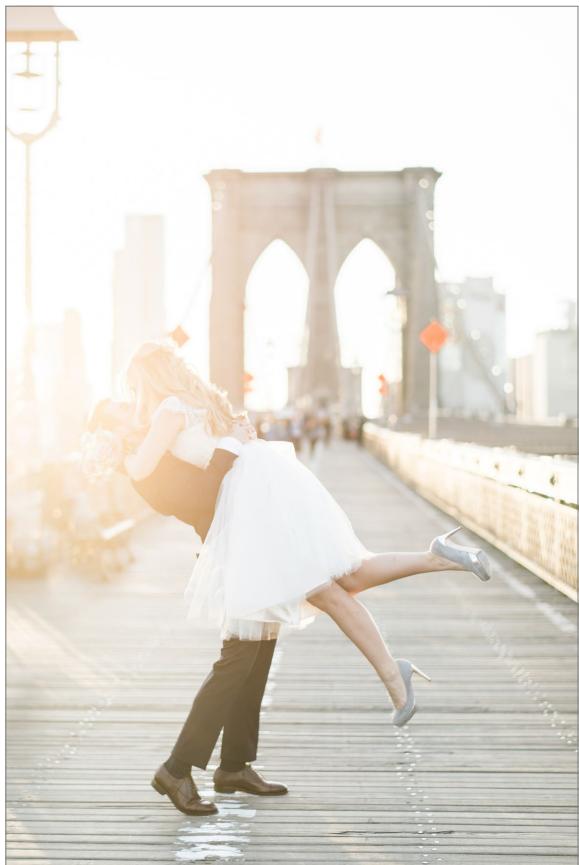
↑ Formatwechsel

Wir versuchen neben einem Hochformat auch immer ein Querformat zu fotografieren. Im Gegensatz zum Hochformat (siehe rechts) sieht man hier mehr von der Skyline, das heißt, auch der Ort des Geschehens wird deutlicher gezeigt. Weil es natürlich aussehen soll und nicht so, als wenn das Paar das nur für das Bild macht oder für den Fotografen posiert, machen wir auch gerne Fotos von der Rückansicht des Paares, wenn es sich also von der Location entfernt. Hier spaziert es entspannt über die Brooklyn Bridge in New York.

→ Authentische Momente

Wir hatten Glück mit dem Wetter. Am Morgen war es noch total verregnet, und am Abend kam die Sonne raus! Es war Juni, aber trotzdem etwas kalt. Für das sehr kurze Porträt-Shooting auf der Brücke haben wir den Bräutigam gebeten, er solle seine Braut in den Arm nehmen. So entstand eine ganz natürliche Situation.





↑ Schnell und konzentriert

Manchmal muss es schnell gehen auf Hochzeiten. Für das Porträt-Shooting auf der Brooklyn Bridge hatten wir lediglich 15 Minuten Zeit. Das Licht war perfekt, aber wir wollten auch noch andere Locations besuchen. Um möglichst wenig Leute im Bild zu haben, mussten wir also superschnell reagieren und die Momente abpassen, in denen die Brücke frei war. Fahrradfahrer hätten uns dabei schier umgefahren. Aber da muss man dann schauen, dass man die Bilder bekommt, die man haben möchte. Sich nicht rausbringen lassen ist hier ganz wichtig.

↑ Bereit sein für den Zufall

Manche Bilder entstehen durch Zufall. Hier haben wir darauf geachtet, dass ich auch ein Bild von hinten bekomme. Wege des schönen Rückenausschnitts des Brautkleides war uns das besonders wichtig. Die Braut drehte sich einen kurzen Moment zu ihrem Mann um, und das war der Moment.

↓ Perfektion liegt im Auge des Betrachters

Dieses Bild ist eines unserer »all time favorites« und hängt bei uns im Großformat im Atelier. Außerdem haben wir es in ganz vielen verschiedenen Flyern abgedruckt. Auch wenn es unscharf ist, es vermittelt eine starke Emotion. Es ist so zart in seinen Farben, und das Licht ist perfekt.





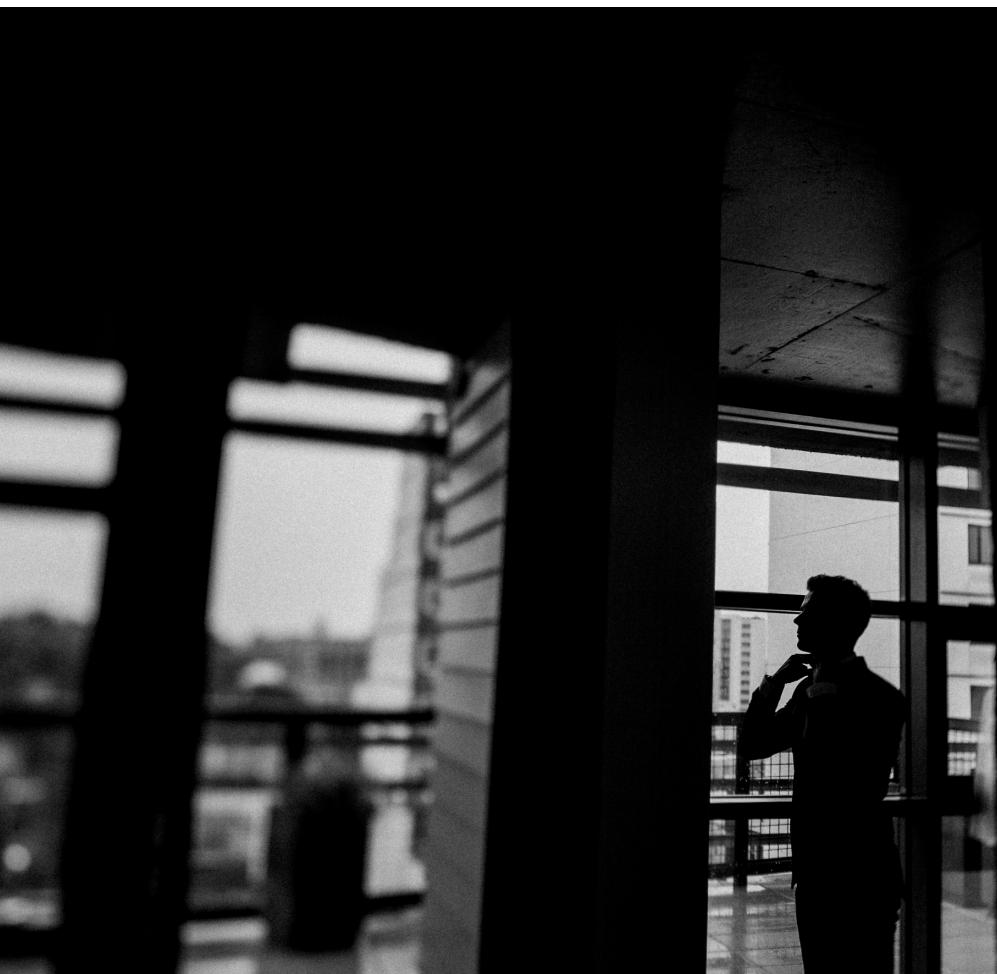
↑ Den Fokus richtig setzen

Hier haben wir ganz bewusst auf den Hintergrund scharf gestellt. Es war uns wichtig, zu zeigen, dass es New York ist! Das Brautpaar sollte aber trotzdem auf dem Bild sein. Denn es war ja schließlich dessen Hochzeit.

→ Details!

Wir fotografieren gerne Details des Hochzeitsoutfits beim Getting Ready. Das ist den Paaren wichtig. Bei den Männern sind einzelne Sachen zu langweilig. Deshalb finden wir es schöner, alle Details in der Übersicht zu zeigen. Die Aufsicht von oben machen wir eigentlich fast immer. Gerade bei einem schönen Fußboden oder einem schönen Tisch bietet sich das an.

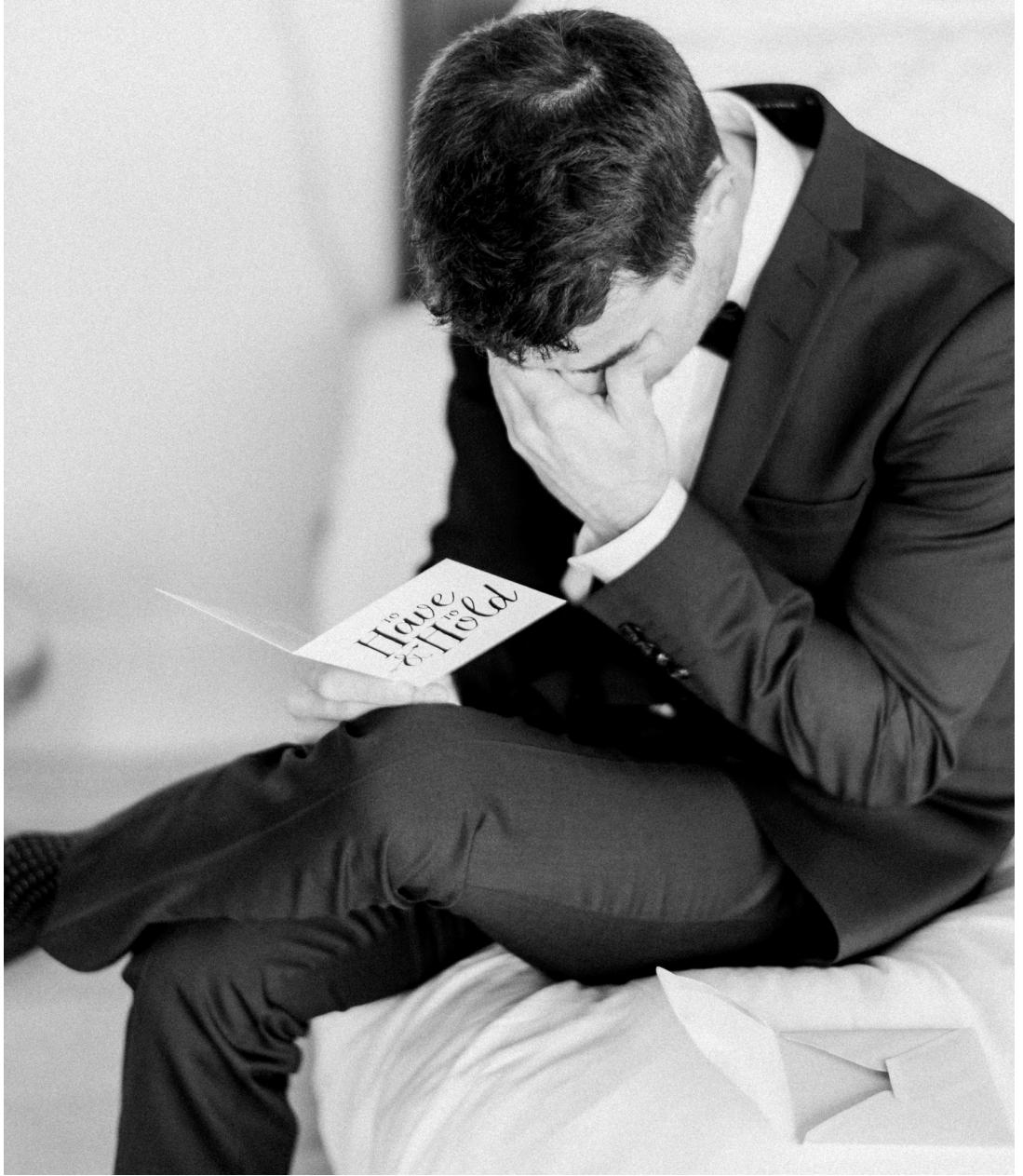




↑ Momente mitnehmen

Dieses Bild ist für unsere Fotografie eigentlich völlig ungewöhnlich. Wir machen selten Bilder, die eher dunkel sind. In dieser Situation hat es aber absolut zum Wetter gepasst. Am Morgen war es total regnerisch und düster. Wir hatten Angst, dass uns das Wetter den Tag verriesen wird.







↑ Die ganze Geschichte erzählen

Als es dann zur Trauung ging, stiegen wir alle in ein Taxi. Dieses Bild entstand auf dem Weg dorthin. Es war unser Blick aus dem Taxi heraus, aber auch der Blick des Brautpaars. Solche Bilder finde ich wichtig, um die Geschichte im Ganzen zu erzählen.

← Perspektivenwechsel

Meist teilen wir uns für das Getting Ready von Braut und Bräutigam auf: Angelika bei der Braut, Artur beim Bräutigam. Da sich die beiden gemeinsam fertig gemacht haben, hat Angelika zur Abwechslung auch mal Bilder vom Bräutigam gemacht.



↑ Paarporträts

Wenn uns Zeit bleibt, machen wir am Ende des Stylings Porträts des Paares. Hier hatten wir aufgrund des starken Regens über eine Stunde länger Zeit, weil die Trauung spontan verschoben wurde. Das Bild vom Brautstrauß ist in der gleichen Zeit entstanden, er hat uns als Detail eben auch besonders gut gefallen.



↑ Bewusste Perspektiven

Diese Perspektive ist bewusst gewählt. Die Farbe Grün war in der Umgebung sehr dominant und lenkte vom Hauptmotiv (dem Brautpaar) ab. Der Blick aus dieser Perspektive zeigt die schöne Umgebung und auch das Paar so, dass man sich auf das, was passiert, konzentriert und nicht auf das Grün. Es rückt durch die Unschärfe weiter in den Hintergrund.

↓ Bereit für den Moment sein

Hier wurden im Bruchteil einer Sekunde die Ringe an das Paar übergeben. Es war klar, dass dieser Moment bevorstand, und wir warteten nur darauf, dass der Trauredner das Ringkästchen übergeben würde. Einige Abläufe sind, egal, welcher Redner oder Pfarrer die Trauung begleitet, immer die gleichen. Die genaue Umsetzung ist aber jeweils unterschiedlich. Was hier neu war, war, dass der Trauredner die Ringe auf die Handfläche des Bräutigams legte. Schnelligkeit war gefragt, um das so einzufangen. Das Bild passt perfekt zur Story.



KAPITEL 2

IHRE POSITION AM MARKT

KAPITEL 2

IHRE POSITION AM MARKT

Kunden (er-)kennen und verstehen

Kennen Sie das Phänomen, wenn Sie im Prinzip nur eine kurze Antwort auf eine Frage benötigen und stattdessen hundertfach unterschiedliche Antworten erhalten? Es macht alles viel komplizierter und bringt Sie nicht unbedingt weiter. Fragen Sie bei Ihren Kolleginnen und Kollegen nach dem einen goldenen Weg, Hochzeitsfotograf zu werden, wird es Ihnen ähnlich ergehen. Sie werden tausend unterschiedliche Antworten erhalten und am Ende nicht wissen, was Sie tun sollen.

Positionieren Sie sich, erschaffen Sie eine Marke, und werden Sie unverwechselbar.

Dabei ist genau diese Vielseitigkeit letztlich auch das Geheimnis: Jeder hat seinen eigenen perfekten Weg zum Erfolg. Sie dürfen sich diesen ebenfalls selbst aussuchen und gehen.

Je klarer Sie sich ausrichten, desto leichter machen Sie es potenziellen Kunden, sich (für Sie) zu entscheiden. Je breiter Sie Ihre Zielgruppe definieren, desto flexibler müssen Sie im Umgang mit deren Wünschen sein. Und Sie werden Ihre eigenen Wünsche zurückstellen müssen.

DIE DREI SÄULEN IHRER POSITIONIERUNG

- ➔ Finden Sie Ihre Lieblingskunden.
- ➔ Wählen Sie Ihren Wunscharbeitsplatz.
- ➔ Entscheiden Sie sich für Ihre Produktpalette.

In diesem Kapitel geht es darum, herauszufinden, welche Art von Paaren Sie gerne bedienen möchten, an welche Orte Sie diese begleiten wollen und auf welche Weise Sie Ihre Leistungen anbieten können. Einzelne Wahlmöglichkeiten werden es Ihnen einfacher machen, den aktuell üblichen Branchenstandard

zu überblicken. Aber seien Sie gerne kreativ, und legen Sie Ihre eigenen Standards fest! Nutzen Sie dieses Kapitel, nachdem Sie einige Hochzeiten gemeistert haben, aber auch immer wieder aufs Neue, wenn Sie zwischenzeitlich merken sollten, Sie bedienen Ihre Wunschkundschaft nicht treffsicher genug. Los geht's!

2.1 Finden Sie Ihre Lieblingskunden

Der Wohlfühlfaktor Ihres Paars kann entscheidend dafür sein, wie gut bzw. wie stimmig Ihre Bilder letztendlich werden. Finden Sie gar keinen menschlichen Zugang, kann das dazu führen, dass Paare beim Fotografieren »blocken«. Sie haben das sicherlich schon erlebt, wenn die Situation seltsam skurril wird. Das kann sich beispielsweise in völligem Überdrehtsein äußern. Oder wenn das Paar beginnt, seltsame Posen einzunehmen oder unentwegt plappert. Aber auch das regungslose Nebeneinanderstehen kann ein Ausdruck der Blockade sein. Die beiden wissen einfach nicht, wie sie sich verhalten sollen, sind aber auch für Vorschläge nicht wirklich zugänglich. Dann haben Sie keine Chance auf eine gelöste und angenehme Stimmung. Das verhindert nicht per se technisch schöne Fotos, aber es kann dazu führen, dass das Paar in letzter Konsequenz nicht richtig glücklich mit den Bildern sein wird. Denn das damit verbundene Erlebnis war kein wirklich schönes.



◀ Nur Standesamt oder Standesamt und Kirche?

Egal, welche Größe eine Hochzeit hat, jeder, der in Deutschland rechtskräftig heiraten möchte, muss den Gang ins Standesamt auf sich nehmen. Und die standesamtliche Trauung kann ja auch durchaus wunderschön sein. Immer mehr Ämter bieten dazu spezielle Locations sowie umfassende, persönliche Zeremonien mit musikalischer Untermalung und individuell abgestimmten Traureden an. Da gibt es viel zu fotografieren!

Um einen Zugang zu Ihrem Paar zu bekommen, braucht es Gemeinsamkeiten und gegenseitiges Interesse. Eine ähnliche Lebensart und -anschauung oder vielleicht lediglich gleiche Hobbys.

Spannend ist es übrigens, zu beobachten, dass Weiterempfehlungen von Kolleginnen und Kollegen oftmals ganz spezielle Kundencharakteristika zutage fördern. Da ist es dann möglich, Paare anhand ihres Charakters ganz klar einem jeweiligen Kollegen oder einer Kollegin zuzuordnen. Sogar ohne das Wissen, dass dieses Paar über eine Weiterempfehlung dieses Kollegen oder der Kollegin kam. Verrückt, oder?

Überlassen Sie die Wahl Ihres Lieblingspaars also keinesfalls dem Zufall. Überlegen Sie lieber: Welche Menschen würde ich gerne fotografieren? Wer interessiert mich, mit welcher Lebenseinstellung könnte ich jedoch aus moralischen Aspekten in Konflikt geraten? Wenn Sie jetzt glauben, als professioneller Dienstleister müssten Sie mit jedem klarkommen, ist das ein Irrtum. Verbiegen Sie sich nicht um jeden Preis. Schnappen Sie sich also einen Stift, und kreuzen Sie im Folgenden an, wo Ihre Präferenzen liegen. Ihre Kreuze sind dabei keinesfalls in Stein gemeißelt; arbeiten Sie mit einem Bleistift, können Sie diese jederzeit neu setzen, indem Sie die alten Kreuze ausradieren. Die folgenden Beispiele sollen Ihnen helfen, die Verhaltensweisen vieler Kunden und ihre Auswirkungen auf Verhandlungen besser zu verstehen.

Jedes ihrer Kunden-Paare wird aus zwei Parteien bestehen. Manchmal sogar aus drei oder vier Parteien, weil der Fotograf von der Verwandtschaft bezahlt wird und diese mitreden möchte. Seien Sie sich also bewusst, dass entweder einer der Protagonisten der große Entscheider ist oder Sie einen Kompromiss für alle Beteiligten finden müssen, um engagiert zu werden. Um das Leben eines Fotografen jedoch zu verdeutlichen, charakterisieren wir einmal drei unterschiedliche Paare, die sich für Ihre Leistungen interessieren könnten:

Martin (38) und Thilo (35) sind ein Paar mit unterschiedlicher, internationaler Herkunft. Beide leben gemeinsam in einer Wohnung mitten in einer Großstadt. Martin arbeitet in der IT, Thilo im Marketing. Auf ihrer Hochzeit wollen sie auf Ringe und Torte verzichten, jedoch nicht auf außergewöhnliche Bilder und ein Album. Die Fotos sollen außergewöhnlich sein und dürfen gerne einen künstlerischen Touch haben.

Nina (26) und Daniel (30) kennen sich schon seit der Grundschule und sind während der Studienzeit zusammengekommen. Sie wünschen sich eine kirchliche Trauung und ein schönes Fest mit Verwandten und Freunden. Die Scheune für die

Feier im kommenden Jahr ist bereits gebucht. Vom Fotografen erwarten sie vor allem Professionalität und technisch korrekte Bilder. Ganz besonders wichtig ist Daniel, dass es viele Bilder der Highlights gibt (beide beim Tanz, beim Anschneiden der Torte und so weiter).

Natalie (37) und David (32) haben sich über eine Online-Dating-Plattform kennengelernt. Es hat sofort gefunkt. Beide planen ihre Hochzeit weit über anderthalb Jahre voraus. Es soll ein kinderreiches, buntes Fest auf einem Hofgut werden und die zahlreiche internationale Verwandtschaft und Freunde reisen bereits vor dem Hochzeitswochenende an. Im Mittelpunkt der fotografischen Begleitung sollen vor allem die Gäste stehen, die sie selten sehen und mit denen sie die gemeinsame Zeit unbedingt genießen möchten.

Soziodemografische Merkmale

Lange habe ich mir überlegt, ob (stereotype) soziodemografische Merkmale notwendig sind, um die eigene Zielgruppe zu bestimmen. Ich glaube mittlerweile, sie sind es. Nicht unbedingt (nur) zu Werbezwecken, sondern vielmehr dafür, um sich selbst klarer darüber zu werden, was man eigentlich möchte, und zu reflektieren, wie man es nach außen hin kommuniziert. Ich selbst war mir immer unschlüssig über meine Zielgruppe gewesen, weil ich niemals jemanden ausschließen wollte. Das Ende vom Lied war, dass ich kein klares Profil hatte und Paare bediente, die nicht einmal zu 30 % zu mir passten. Es holperte (auch für die Paare) und ich war oft unglücklich damit. Unsicherheit ist kein hilfreicher Partner. Rückblickend hätte ich mir vor meinem Berufsstart mehr Gedanken machen sollen.

Schauen wir also zunächst auf folgende Rahmenmerkmale und vergessen dabei nicht, dass es auch immer das »egal«-Häkchen gibt, als Ausdruck Ihrer Neugierde.

Alter des Paares <25 25–35 35–45 >45 egal

Geschlecht Frau – Mann Frau – Frau Mann – Mann egal

Anzahl der Kinder kinderlos ein Kind zwei und mehr Kinder egal

»You sell what you show« ist der wohl einfachste und bekannteste Marketing-Spruch, den es gibt (und der mir als erstes eingefallen ist). Er bedeutet, dass Sie lediglich das zeigen müssen, was sie auch verkaufen wollen. Liegen Ihnen Hochzeiten mit besonders vielen Kindern am Herzen: Schauen Sie, dass Sie

entsprechende Referenzhochzeiten bekommen und diese in Ihren Marketing-Kanälen so oft wie möglich zeigen.



↑ Durch Objekte hindurchfotografieren

Eine Handlung, einen Gesichtsausdruck oder einfach eine Situation durch Gegenstände hindurchzufotografieren kann zu einem schönen »Rahmen« um das Motiv führen. Hier nutzte ich die in die Hüfte gestemmten Arme der Trauzeugin als Rahmen und fotografierte in den Spiegel hinein, in das konzentrierte Gesicht der Braut. Ich stand in ihrem und im Rücken der Trauzeugin – kein Wunder, dass niemand bemerkt hat, dass ich das Bild gemacht habe.

Kulturkreis des Paars

Traditionen sind vielseitig. So finden sich in westlichen Ländern andere zeremonielle Schwerpunkte als in östlichen Ländern. Auch Religionen werden in den einzelnen Ländern unterschiedlich »gelebt«. Schon eine katholische Trauung in Mitteleuropa wird anders vonstattengehen als eine katholische Trauung ganz im Westen von Europa. Hochzeit kann wunderbar bunt sein und so viele Aspekte bieten. Gerade wenn unterschiedliche Kulturen aufeinandertreffen, ist das für mich oft ein Zeichen von Moderne. Denn Paare nehmen sich immer öfter das Recht heraus, ganz anders zu feiern, als es die Tradition von ihnen erwartet. Das macht die Hochzeit zu etwas sehr Persönlichem.

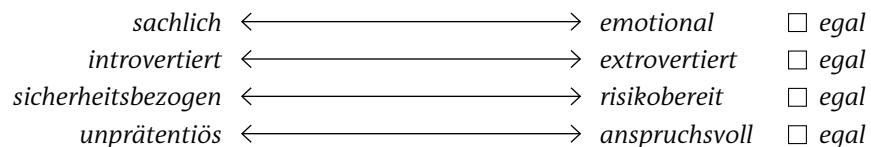
Nehmen also auch Sie sich kurz Zeit, einmal zu recherchieren und sich mit unterschiedlichen Kulturkreisen vertraut zu machen. Welche sprechen Sie dabei besonders an?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> <i>afrikanisch</i> | <input type="checkbox"/> <i>sinisch</i> |
| <input type="checkbox"/> <i>hinduistisch</i> | <input type="checkbox"/> <i>slawisch-orthodox</i> |
| <input type="checkbox"/> <i>islamisch</i> | <input type="checkbox"/> <i>westlich</i> |
| <input type="checkbox"/> <i>japanisch</i> | <input type="checkbox"/> <i>eine bunte Mischung</i> |
| <input type="checkbox"/> <i>lateinamerikanisch</i> | |

Darf man seine Wünsche kommunizieren? – Ja, darf man! Paare, die sich auf Ihrer Website oder in Ihren Social-Media-Kanälen aufhalten, nehmen Ihre Wünsche wahr und fühlen sich davon angesprochen. Möchten Sie beispielsweise also unbedingt einmal bei einer persischen Trauung dabei sein: Sagen Sie das!

Charakter des Paars

Allem voran sollte auch der Charakter Ihrer Paare zu Ihnen passen. Klingt doof? Ist nicht böse gemeint, sondern kann auch eine reflektierende Wirkung auf Sie selbst haben. Sind Sie ein chaotischer Typ, werden Sie mit einem pedantischen Paar nichts anfangen können, und dieses nicht mit Ihnen. Wie, denken Sie, sollte Ihr Lieblingspaar orientiert sein?



»Ich möchte gerne nur entspannte und sachliche Paare fotografieren.« – Das ist vielleicht der falsche Weg, Ihre Vorlieben zu kommunizieren. Denn die wenigen wissen um ihre Eigenschaft oder sind in der Lage, sich richtig einzuschätzen. Die schlimmste »Bridezilla« könnte sich für ausnahmslos entspannt halten, Sie aber im Stundentakt anrufen und »terrorisieren«. Dann haben Sie den Salat! Zudem: Sobald Sie eine Zielgruppe kommunikativ ausschließen, sorgt das für Frust bei den Ausgeschlossenen. Viel einfacher ist es, darüber zu sprechen, wie schön es war, dass diese oder jene Hochzeit entspannt vonstattenging und auch, warum das so war. Dann haben Sie ein Beispiel, an dem sich Ihre Kunden orientieren können. In Ihrem Blog, auf Ihrer Website, in Ihren Stories in den Social-Media-Kanälen oder in Ihren weiteren inhaltsbezogenen Werbemaßnahmen können Sie zudem Tipps für eine entspannte Hochzeit geben. So sprechen Sie Paare an, die es ebenfalls entspannt haben wollen und/oder schulen Paare, die vielleicht nicht entspannt sind, aber es werden könnten. Alles ohne, dass Sie jemandem auf den Fuß treten.

→ Schummrige Intimität

Es passt nicht für jedes Paar, aber es gibt sie: »Winter-Hochzeit-Paare«, dies es bevorzugen, im Hotelzimmer Porträts zu fotografieren. Ganz intim und absolut nicht »klassische Hochzeit« charakterisiert es nicht nur Ihren Stil als Fotograf, sondern auch das Paar und seine Beziehung.



Grad der Nähe

Der Grad der Nähe zu Ihrem Kunden ist ein weiterer spannender Punkt, der Ihr Angebot abrunden kann. So bevorzugt der eine Fotograf eher eine distanzierte Beziehung. Familiäre Hintergründe sind für seine Bilder unwichtig, und er sieht seine Aufgabe im sachlichen Ablichten der Situationen. Der anderen Fotografin hingegen ist es unheimlich wichtig, die individuell passenden Motive für ihre Paare zu finden. Die gemeinsame Geschichte oder familiäre Hintergrundinformationen sind Grundlage für ihre Arbeit. – Wie »nah dran« möchten Sie sein?

persönliche Nähe ←————→ *sachliche Distanz*

Auch hier ergibt sich in der Kommunikation nach außen ganz automatisch eine Zugehörigkeit, ohne dass Sie sich auf spezielle Weise verstehen müssen. Sind Sie selbst ein sehr offener, direkter Mensch, werden Sie auf Ihrer Website von Persönlichem und weniger Sachlichem erzählen. Beispielsweise zeigen Sie Erinnerungen aus Ihrem eigenen Leben (Urlaub, Hochzeit, Familienfeiern) statt die Vorteile Ihrer Fotografie aufzuzählen. Sie werden Ihre Preise individueller gestalten und Ihre Abläufe nicht in dem Maß automatisieren, wie es ein Fotograf tun wird, dem der persönliche Kontakt nicht so wichtig ist. Schon sprechen Sie damit die passenden Paare an. Total einfach, oder?

2.2 Wählen Sie Ihren Wunscharbeitsplatz

Die Art bzw. die Location der Hochzeit ist ebenfalls ein wichtiges Puzzlestück für die Qualität Ihrer Arbeit. Zu Beginn kann eine große Hochzeit mit vielen Gästen und viel Programm fotografisch überfordern. Sie werden vielleicht gar nicht wissen, wohin Sie überall schauen sollen, weil so viel um Sie herum passiert. Kommt dann noch eine schwierige Location dazu, die lichttechnisch anspruchsvoll ist, führt das schnell zu Frust. Auch hier gilt: Haben Sie Ihr Ziel konkret vor Augen, können Sie sich besser auf Ihre Aufgabe einstellen und sind sich auch dem Anspruch dieser Hochzeit bewusst.

Ihr Arbeitsplatz besteht übrigens gemeinhin nicht nur aus der Location, Ihrer Anfahrt dorthin und dem dort herrschenden Licht, sondern wird auch durch die Anzahl der Gäste und die Atmosphäre am Set definiert.



← You sell what you show
Vielelleicht möchten Sie unbedingt einmal an einer ganz speziellen Location arbeiten, beispielsweise mit Bergpanorama oder im Schnee? Hier waren wir für eine inszenierte freie Trauung mitten in Österreich auf einer Hängeseilbrücke. Ein großer Traum von mir war, eine Hochzeit im Schnee begleiten zu dürfen. Dieses Bild hat Paare dazu inspiriert, mich in der Folge für genau so eine Hochzeit zu buchen. Yay!

Die Größe einer Hochzeit

Die Größe der Hochzeit entscheidet in der Fotografie ein Stück weit über den Stresslevel und die Motive, die gegeben sind. Die Anzahl der Bilder, die gemacht werden, steigt in der Regel im Verhältnis zur Anzahl der Gäste. Vorausgesetzt, Sie haben den Anspruch, jeden Gast mindestens einmal abzulichten. Es gibt mehr Gesichter einzufangen und auch mehr Momente zu erhaschen.

Aber auch die Stimmung auf Hochzeiten mit vielen Gästen unterscheidet sich zudem meist von kleineren Hochzeiten. Diese sind während der Trauung emotionaler – vielleicht auch, weil der Druck »der Öffentlichkeit« nicht ganz so groß ist. Eine große Hochzeit ist, wenn nach der feierlichen Hochzeitszeremonie die Party beginnt, erfahrungsgemäß etwas ausgelassener. Natürlich gibt es auch hier Ausnahmen, und selbstverständlich ist keine Hochzeit gleich. Wenn ich pauschalisieren müsste, würde ich es auf diese Art und Weise tun. Überlegen Sie sich also, unter wie vielen Leuten Sie sich wohlfühlen könnten und was Ihnen zu viel ist. Auch hier dürfen Sie übrigens wieder gerne mehr als ein Häkchen setzen:

- zu zweit* *3–20 Personen* *20–60 Personen*
 60–100 Personen *ab 100 Personen*

Schlägt Ihr Herz für kleine, unkomplizierte standesamtliche Hochzeiten, sollte sich das nicht nur in den Bildern auf Ihrer Website widerspiegeln, sondern auch in Ihrer Preiskalkulation (geringere Gesamtbudgets) und Ihrer Flexibilität (weniger lang im Voraus gebucht). Das beeinflusst natürlich nicht nur Ihre wirtschaftliche Planung, sondern auch die Werbemaßnahmen. So ergibt es keinen Sinn, sich mit Locations zu vernetzen, die im Sommer ein Minimum von 100 Gästen haben. Hier können Sie sich eher in eine Nische begeben und feine Restaurants kontaktieren, die 20 bis maximal 35 Gästen einen Ort zum Feiern bieten können.

Der Ort einer Hochzeit

Fotografie ist auch vom Motiv geprägt, und so haben Sie vielleicht eine Vorliebe für bestimmte Umgebungen, die Sie besonders inspirieren. Was schauen Sie sich gerne an? Welche Art von Architektur mögen Sie? Verlieben Sie sich schnell in Landschaften? Spielen Sie lieber mit dem Licht an urbaner Architektur? Das könnte ein Hinweis auf das Setting der Hochzeiten sein, bei dem Sie sich wohlfühlen. – Wo liegen Ihre visuellen Vorlieben?

urban ←————→ *naturnah* *egal*

Diese Information ist perfekt, um Ihre Werbemaßnahmen zu planen. Wissen Sie, wo sie sich wohlfühlen, wissen Sie auch, wo sie werben müssen. So können Sie direkt in Kontakt mit speziellen Locations treten, die entweder sehr urban oder sehr naturnah sind, oder an passenden Orten (beispielsweise in Magazinen

mit einem urbanen oder ländlichen Schwerpunkt und mit einem Hochzeitsspecial) Werbung schalten.

Möchten Sie sich ganz klar auf Hochzeiten im urbanen Umfeld spezialisieren, passen Sie bitte auf, dass es genug Möglichkeiten in Ihrem Umkreis gibt! Eventuell müssen Sie für weitere Locations dann ein wenig mehr Kilometer hinter sich bringen.

Die Atmosphäre einer Hochzeit

Die Atmosphäre auf einer Hochzeit kann Sie motivieren oder in Stress versetzen. Ist es bunt und geht es wuselig zu, kann Sie das vielleicht überfordern. Zu ruhige Feste langweilen Sie womöglich. Überlegen Sie, wie und ob Stress Sie positiv beeinflusst oder eher lähmmt:

entspannt ← → *aufgereggt* *egal*

Auch hier können Sie gezielt die Hochzeiten ansteuern, die Sie bedienen möchten. Ist es Ihnen wichtig, dass auf der Hochzeit viel passiert, sind beispielsweise Paare mit vielen kleinen Events auf der Hochzeit genau Ihr Ding. Es ist zwar etwas aus der Mode gekommen, »Hochzeitsspiele« zu organisieren, aber die schöne Alternative für den Sommer sind mittlerweile freie Spiele wie ein Riesen-Jenga oder die Möglichkeit, seinen Gästen Badminton-Schläger bereitzustellen. All das sind Ideen, die Sie Ihren Paaren auch weitergeben können. Auf dem Blog, in einem hauseigenen Magazin, in Interviews auf den Seiten der Wedding Plannerin etc.

→ Paare so sein lassen, wie sie sind

Je weniger ich in Situationen eingreife und Anweisungen erteile, desto natürlicher und persönlicher werden die Interaktionen und somit die dazugehörigen Bilder. Einen ähnlich zurückhaltend-liebevollen Umgang des Paares miteinander hatte ich in bisher keinem anderen Bild. Vielleicht gehört dieses Bild und seine Serie deshalb zu meinen Favoriten.



Der Charakter einer Hochzeit

Hochzeiten sind meist mit Traditionen verbunden. Dabei brechen gerade diese in den letzten Jahren vermehrt auf. Zu Recht! Denn Paare möchten zunehmend individuell heiraten und ihre ganz persönlichen Traditionen in die Feier integrieren. Möchten Sie Neues auf einer Hochzeit erleben, oder schlägt Ihr Herz eher für Altbekanntes? Wie sollten Ihre Hochzeiten sein?

traditionell ← → *modern* *egal*

2.3 Entscheiden Sie sich für Ihre Produktpalette

Das Angebot inkl. Ihrer Arbeitsweise formt Ihre Marke. Es ist im Idealfall darauf abgestimmt, den Vorstellungen Ihrer Lieblingspaare zu folgen.

Serviceleistung

Neben der reinen Fotografie, dem Produkt, das Sie schlussendlich anbieten (denn hier wird ein Werk erschaffen), sollten Sie sich auch kurz Gedanken darüber machen, in welchem Maß Sie einfach nur Dienstleister sein möchten, das heißt rein im Dienst Ihrer Kunden stehen wollen.

Dabei geht es darum, des Kunden Problem zu lösen. Möchte er gerne von jedem Gast ein schönes Bild haben, können Sie als Fotografin oder Fotograf mit einem »Das biete ich nicht an« oder einem »Dafür habe ich folgende Lösung« antworten. Sind Sie Künstler, gehört das nicht in Ihr Repertoire – dann entscheiden Sie alleine, was fotografiert wird.

Wie hoch soll der Dienstleistungsanteil Ihrer Arbeit sein? Möchten Sie jeden Wunsch Ihrer Kunden anstandslos erfüllen, auch wenn er nicht in Ihre persönliche Vorstellung eines schönen Produktes passt?

gering ← → *hoch* *egal*

Die Anfangsphase der Kommunikation (also das Anfragen, das Einholen der Preise und das persönliche Treffen) ist ideal, um Ihre Ausrichtung diesbezüglich (noch einmal) zu kommunizieren. Das können Sie auch ganz klar formulieren! Ich bin beispielsweise dazu übergegangen, meinen Paaren wörtlich zu sagen: »Ich bin so eine Mischung aus Künstler und Dienstleister. Im ersten Schritt lieferre und handle ich so, wie ich es für richtig halte. Ich bin mir aber nicht zu schade, das Bild von Tante Else unterm Rosenbogen zu machen, wenn Ihr mich darum

bittet.« Meine Paare wissen damit, dass ich erst einmal meinen eigenen (Stur-)Kopf habe und ihnen keinesfalls jeden Wunsch von den Lippen ablesen werde, dass ich sie aber auch nicht alleine lasse, wenn sie dann doch merken, dass sie es anders haben möchten.

Up-Selling-Produkte

Für ein zusätzliches Einkommen können sogenannte *Up-Selling-Produkte* ebenfalls von Vorteil sein. Hochzeitsalben sind selbst im digitalen Zeitalter stark nachgefragt und eine schöne Möglichkeit, seiner Arbeit Beständigkeit zu verleihen. Fotoboxen waren vor Jahren bereits ein großer Renner und haben sich trotz des modernen Selfie-Trends bis heute behauptet. Hierbei wird ein Fotokasten aufgestellt (in verschiedenen Varianten), und Gäste können eigenständig ein Bild von sich machen. Es gibt sie als einfache Variante in einer ruhigeren Ecke der Location, als Fotobox-Auto oder sogar als Fotobox-Spiegel mit integrierter Kamera.

Übrigens müssen diese Up-Selling-Produkte nicht unbedingt zusätzliche Kosten für das Paar verursachen. Es steht Ihnen natürlich frei, sie je nach Situation als kleines Goodie anzubieten. – Was meinen Sie, welche Art von Up-Selling-Produkten wäre für Ihr Lieblingspaar passend?

Alben *Fotodrucke* *Fotoboxen* *Diashow* *Onlinegalerie*

Up-Selling-Produkte können, müssen aber nicht von Ihrem Hauptprodukt ablenken. Manche Paare (die konsumorientierten Paare) möchten sehr viel Leistung für ihr Geld bekommen, ohne dass ihnen die Qualität derselben besonders wichtig ist. Andere wiederum sind von einem derartigem »Bauchladen-Angebot« schlicht überfordert und möchten lieber nachhaltig und wenig kaufen.

Datenlieferung

Ihr fertiges Werk sollten Sie Ihrem Kunden in einer angemessenen Art und Weise liefern. Die Verpackung Ihrer Produkte kann unheimliche Wertigkeit ausstrahlen und Ihre Marke stärken oder umständlich und unangemessen sein. Das kommt auf Ihre Zielgruppe an. Es gibt drei Varianten, die in der Branche üblich sind, vielleicht fällt Ihnen selbst noch etwas Spannendes oder Ausgefallenes ein?

- Onlinegalerie* *USB-Stick* *Fotodrucke*

Was in Ihrem Paket als Lieferumfang enthalten ist, können Sie deutlich kommunizieren oder eher als Randbemerkung vermitteln. Für manche Paare ist der Lieferumfang nämlich nicht unbedingt buchungsrelevant, bietet aber offensichtlich Verhandlungsmasse. Zeigen Sie deutlich, wie viele zusätzliche Kleinigkeiten im Angebot enthalten sind, kann das dazu führen, dass Paare aufgrund dieser Kleinigkeiten beginnen, den Preis zu hinterfragen. Gleichzeitig werden diese Kleinigkeiten Ihrem Angebot natürlich auch Transparenz verleihen und es stimmig machen. Fragt mich jemand nach dem Preis für mein zehnstündiges Hochzeitspaket, antworte ich mittlerweile im ersten Schritt mit: »Eine zehnstündige Hochzeitsreportage kostet mich rund 35 Stunden Arbeitszeit und Sie damit x.xxx €«

Arbeit allein oder im Team?

Nicht alle Hochzeitsfotografen bestreiten den Tag allein. Auch ich habe im Team mit einem anderen Fotografen begonnen. Das Arbeiten zu zweit ist schön, bedeutet aber auch, teilen zu dürfen und zu müssen: den Aufwand und den Ertrag. Das kann prima sein, erfordert aber auch Kompromissbereitschaft.

Im Team können nicht nur zwei Fotografen arbeiten, sondern es lassen sich auch Fotografie und Film kombinieren. Das kann Paaren die Entscheidung erleichtern, beide Medien zu buchen. Denn sie bekommen alles aus einem Guss – eine Vertrauenssache. Wählen Sie, wie Sie gerne arbeiten möchten:

- allein* *zu zweit* *im Team (beispielsweise Fotografie und Film)*

Im Team zu arbeiten kann für Paare ein erhöhtes Maß an empfundener Sicherheit bieten. Wenn es um Krankheitsausfälle geht oder einfach um die Möglichkeit, das Fertigmachen (Getting Ready) gleichzeitig an zwei verschiedenen Orten dokumentieren zu können. Eine Möglichkeit, die Sie unbedingt kommunizieren sollten und die auch Ihr weiteres Angebot stark beeinflussen kann. So habe ich mich als Einzelkämpferin darauf spezialisiert, Hochzeiten zu begleiten, bei denen das Getting-Ready vornehmlich im Hotel, meist an der Location, stattfindet. So kann ich gewährleisten, beim Ankleiden mehr oder weniger gleichzeitig an zwei Orten sein zu können: dem Zimmer der Braut und dem Zimmer des Bräutigams.



↑ Hochzeitstorte!

Für eine gute Hochzeitstorte fahre ich auch durchaus einmal 100 km weiter. Individuelle Details sind mir persönlich wichtig, denn sie sind schön zu fotografieren und inspirieren mich. Immer die gleiche Location oder immer die gleiche Art von Torte würden mich bald langweilen. Wie ist es mit Ihnen? Und haben Sie schon Hunger?

DAS ARBEITEN ALLEIN ODER ALS FOTOGRAFENTEAM

Die Selbstständigkeit als Einzelunternehmerin und das Arbeiten auf Hochzeiten haben einen Vorteil, der gleichzeitig auch ein erheblicher Nachteil ist: Sie arbeiten meist allein. Entscheidungswege sind zwar meist sehr kurz und unkompliziert, dafür aber auch risikoreicher, denn nicht immer werden Sie sich mit anderen abstimmen, und Fehlentscheidungen, auch monetärer Art, werden unter Umständen übereilt und aus dem Bauch heraus getroffen. Diese Schwierigkeit muss Ihnen bewusst sein.

Nicht nur deshalb haben sich in den letzten Jahren immer mehr Fotografenpaare auf Hochzeiten zusammengefunden. Besonders bewusst wurde mir dies, als ich einmal auf einer Hochzeit etwas verwundert gefragt wurde, weshalb ich denn allein unterwegs sei. »Aber das ist doch total einsam!«, war die verblüffte Aussage des Gastes. Da war ich ebenfalls kurz verblüfft. Doch nicht nur der Einsamkeit wegen, sondern auch zur Minimierung des fotografischen Risikos kann ein zweiter Fotograf sinnvoll sein. Bei vielen Gästen oder einem sehr straffen Programm kann das Arbeiten aus unterschiedlichen Perspektiven einen fühlbaren Mehrwert für das Paar bieten. Doch trotz all der Vorteile, bedenken Sie, Sie werden auch deutlich mehr Bilder nach Hause bringen, die alle kuratiert und bearbeitet werden müssen. Das kann Einarbeitungszeit kosten und natürlich auch Nerven, wird Sie aber sicherlich vor der Einsamkeit auf Hochzeiten retten.

2.4 Zeigen Sie, wer Sie sind

Um die richtigen Menschen zu erreichen und diese von sich zu überzeugen, ist es zu allerletzt auch wichtig, zu zeigen wer Sie selbst sind. Was Sie als Person ausmacht und was Sie Paaren bieten können.

Alleinstellungsmerkmal

Um sich vom Gros Ihrer Fotografenkollegen abzugrenzen, sollten Sie genau definieren, was das Besondere an Ihnen und Ihrer Arbeit ist. Machen Sie sich klar, aus welcher Perspektive Sie selbst auf Ihre Arbeit blicken und finden Sie so auch immer eine Motivation, diesen Job durchzuhalten.

Wie stellen Sie sich einen schönen Hochzeitstag vor?

Was ist Ihre persönliche Vorstellung von einer erfüllten Ehe?

Gäbe es eine einzige Eigenschaft, die alle anderen Eigenschaften Ihres Charakters überstrahlt, welche wäre das?

Charakter

Apropos Charakter: Gerade Ihre Persönlichkeit kann der Grund sein, warum Sie ein tolles Paar bucht! Nutzen Sie deshalb die Skala und Einschätzung der Charaktereigenschaften, die Sie sich bei Ihrem Lieblingskunden vorstellen, gerne auch für eigene Zwecke, und werden Sie sich (auch mit der Hilfe Dritter) vielleicht etwas bewusster über sich selbst:

Sind Sie eher:

sachlich ←————→ emotional
introvertiert ←————→ extrovertiert
sicherheitsbezogen ←————→ risikobereit
unprätentiös ←————→ anspruchsvoll



← Alternative während einer Regenhochzeit

Auch bei starkem Regen können schöne Bilder entstehen. So geschehen in einem einfachen Hauseingang mitten im Stuttgarter Osten. Kurz vor der Abfahrt zur Trauung stellte ich die kleine Familie in diesen Hauseingang. Zugegeben, ein paar störende Elemente (beispielsweise ein Feuermelderschild) wurden in Photoshop entfernt, aber das Licht und die Farben waren perfekt für einen kurzen Stoppt. Da die Milchglasfenster ohnehin nur einen Blick auf die Straße gezeigt hätten, ließ ich diese ganz bewusst vom Licht »überstrahlen«.

JE KLEINER DIE ZIELGRUPPE, DESTO WENIGER MÖGLICHE AUFTRÄGE?

Zugegeben, im Idealfall wirkt Hochzeitsfotografie wie der goldene Topf am Ende des Regenbogens: 30 tolle Hochzeiten im Jahr fotografieren und nur die großartigsten Kunden bedienen. Aber Vorsicht: Mögliche Aufträge reduzieren sich, sobald Sie sich zu sehr spezialisiert haben und das durch Ihre Außenkommunikation auch kundtun. Mögliche Aufträge (im Umkreis) reichen Ihnen dann vielleicht nicht mehr zum Überleben. Schließlich ist die Zahl derer, die heiraten, beschränkt. Dann müssen Sie vielleicht weitere Anfahrten in Kauf nehmen oder in größerem Stil Werbung schalten, um von Ihrer Traumkundschaft gesehen zu werden. So ist es mir passiert, als ich aus der Stuttgarter Gegend in die Frankfurter Gegend gezogen bin und einen ordentlichen Umsatzeinbruch zu verzeichnen hatte. Im Süden war ich regional ausgerichtet und musste in Mitteldeutschland dann mit dem Reisen beginnen. Die Hochzeiten wurden größer, die Anfahrtswege länger. Meine Zielgruppe verschob sich immer weiter, und heute bin ich fast ausschließlich über die gesamte Republik verteilt unterwegs.

Ein Markenauftritt mit klarer Ausrichtung und die fokussierte Ansprache Ihrer Traumkundschaft können also Fluch und Segen zugleich sein. Überlegen Sie sich gut, wie Sie beginnen bzw. ob Sie sich nicht lieber erst ein wenig später (mit etwas größerem Erfahrungsschatz) mit einer speziellen Ausrichtung etablieren wollen.

2.5 Ihr Ziel: Erschaffen Sie eine Marke

Nun wissen Sie bereits sehr gut, wohin Ihre Reise gehen soll und was für Sie infrage kommt. Das ist gut, denn Menschen wollen gerne wissen, auf was sie sich einlassen. Eine sogenannte *Marke* kann entstehen, wenn Ihr äußeres Erscheinungsbild (Geschäftsausstattung, Logo und Weiteres), Ihre (Bild-)Sprache und Ihre Fotomotive, aber auch Ihr Verhalten (beispielsweise die Reaktionszeit auf eingehende E-Mails) für einen Außenstehenden stimmig sind. Ihre Zielgruppe wird sich sofort angesprochen fühlen und mit Ihren Produkten identifizieren können. Das hilft Ihrem Paar bei der Buchungsentscheidung und Ihnen bei der entspannten Abwicklung.

Dabei verkörpert die sogenannte *Corporate Identity* die nach außen repräsentierte und nach innen gelebte Einstellung Ihres Unternehmens. Sie spiegelt Ihre Persönlichkeit, Ihre Werte wider. Das, was Ihnen wichtig ist und auf was Sie Ihren persönlichen Fokus legen. Das kann zum Beispiel sein, dass Sie besonders nachhaltig leben möchten. Und nachhaltiger bedeutet für Sie vielleicht, bewusst auf Plastikverpackungen oder Ähnliches zu verzichten.

Das *Corporate Design* umfasst alles, was gestalterisch kommuniziert wird und ein Gefühl für Ihre Persönlichkeit symbolisiert. Dazu zählen Ihr Logo, die verwendete Schriftart und die dazugehörigen Farben. Wenn Sie beispielsweise

nachhaltig leben möchten, ist Ihnen als erste Assoziation sicher die Natur sehr wichtig. Passende naturnahe Farben wie Grün- oder Brauntöne könnten hier demnach gut dazu passen.

Beides, Corporate Identity und Corporate Design, bildet letztendlich Ihre Marke. Marke bedeutet auch, dass (potenzielle) Kunden Ihren Geschäftsauftritt und Ihre Bilder emotional mit etwas Positivem verbinden, zum Beispiel mit Leichtigkeit, Nachhaltigkeit und Freude, und sofort verstehen.

Sie sollten also auch bei der Wahl Ihrer Unternehmensfarben und Ihrer Up-Selling-Produkte darauf achten, dass Angebot und Auftritt stimmig sind und sich nicht widersprechen. So musste ich schon bald feststellen, dass die ziemlich sperrigen Holzboxen, die ich zur Lieferung meiner Bilder und des USB-Sticks zuvor gekauft hatte, leider gar nicht zu meinem Markenauftritt mit der eher eleganten Unternehmensausrichtung passen. Sie waren zwar von einer kleinen Werkstatt nachhaltig produziert, aber zu rustikal. Selbst wenn ich sie weiß streichen würde, würde es nicht helfen. Sie mussten also weichen. Seit Neuestem liefere ich sogar nur noch online, da viele meiner Paare lieber die Onlinegalerie nutzen und den USB-Sticks kaum Beachtung schenken.

Welche Farbe(n) würden Sie für Ihren Markenauftritt wählen?

- Gelb Orange Rot Violett
- Blau Grün Gold Silber

Geschäftsausstattung

Haben Sie eine Idee, was Ihre Marke konkret transportieren und kommunizieren soll, wird es Zeit, sich um Ihre Geschäftsausstattung zu kümmern. Folgende Rahmenpunkte können, müssen aber nicht relevant für eine Buchung oder einen professionellen Auftritt sein. Ich kenne genug Fotografen, die ohne das alles arbeiten, aber auch genug, die darauf nicht verzichten möchten.

→ Ihr Logo

Ein gutes Logo transportiert alles, was die Marke ausmacht (Identität und Emotion) mithilfe von Formen und Farben. Das gängigste Modell eines Logos ist dabei die sogenannte *Wortmarke* – also im Idealfall Ihr Firmenname oder Ihr persönlicher Name. Dabei sollten Sie darauf achten, Ihr Logo reduziert darstellen zu

↓ Das Bild mit Mama unterm Rosenbogen

Auch wenn es ein klassisches Motiv ist, kann es immer auch modern interpretiert werden. Hier trifft der klassische »Rosenbogen« auf ein natürliches Posing und ein offenes, ehrliches Lachen der Braut. Eine schöne Erinnerung, wenngleich sie auch etwas kitschig daherkommen mag. Entscheiden Sie vor Ort, ob es sinnvoll ist, den Rosenbogen zu wählen oder beispielsweise lieber eine Türe mit Holzverschlag. Es muss zum Paar und zur Situation passen.



können. Wie sagt man so schön: Sie sollten Ihr Logo mit dem großen Zeh in den Sand malen können.

→ **Ihr Briefpapier**

Neben dem Logo sollten Sie auch einen Erstentwurf Ihres Briefpapiers erstellen, um später beispielsweise Rechnungen schreiben und Angebote verschicken zu können.

→ **Aufkleber, Postkarten und Visitenkarten**

Die flexibelsten Helferlein sind Aufkleber. Diese können Sie genauso auf Umschlägen platzieren wie auf Paketen oder Postkarten. Postkarten sind zudem perfekt für kurze Botschaften geeignet. Visitenkarten sind im Businessumfeld hilfreich, um auch mal an einer Location seine Kontaktadresse zu hinterlassen.

Website

Früher war es das Ladenfenster, heute ist es die Website. Das Aushängeschild eines Fotografen in der Onlinewelt vermittelt einen ersten Eindruck von Ihren Kompetenzen und Ihrem Angebot. Ich kenne genug Kolleginnen und Kollegen, die es bisher auch ohne solch ein Aushängeschild geschafft haben – rein durch Mundpropaganda oder über ihre Social-Media-Auftritte. Doch von Dritten abhängig machen würde ich mich ungern.

Sollten Sie sich für eine Website als zentrale Anlaufstelle für Ihre Kunden entscheiden, gilt es Folgendes zu beachten:

→ **Wählen Sie eine stimmige URL**

Entscheiden Sie sich für Ihren vollen Namen (www.vornamenachname.de) oder einen Markennamen als URL. Sie sollte leicht zu lesen und einfach zu buchstabieren sein und die von Ihnen gewünschten Assoziationen hervorrufen. Eine URL wie »www.tinaundhase.de« mag vielleicht für ein Fotografenpaar stehen, weckt aber im allgemeinen Gebrauch eher Assoziationen an eine Kindergeschichte.

→ **Wählen Sie ein Baukastensystem**

Möchten Sie Ihre Website selbst bauen, bieten sich Baukastensysteme wie WordPress, Squarespace oder Ähnliches an. Je nachdem, welche Funktion Ihre Website schlussendlich für Sie haben soll, ist es sinnvoll, sich mit einem Profi zu unterhalten oder diesen mit der Gestaltung und dem Aufbau Ihrer Website zu beauftragen.

→ **Achten Sie auf die mobile Nutzung**

Über 60 % meiner Websitebesucher surfen im Internet via Smartphone. Allgemein wird von über 70 % mobiler Nutzung gesprochen – mit steigender

Tendenz. Vor allem im Privatkundensegment ist das relevant. Achten Sie daher darauf, Ihre Texte und Bilder auf die kleinen Smartphone-Monitore, die nur wenig Platz bieten, hin zu optimieren. »Responsive Webdesign« ist hier das Stichwort.

→ **Legen Sie die »richtigen« Inhalte fest**

Vergessen Sie nicht, für wen Sie die Website bauen (lassen): für Ihre Kunden. Überlegen Sie sich also, welche Inhalte sinnvoll sein könnten. Haben Sie keine Scheu vor klaren Aussagen, wie beispielsweise »günstige Hochzeitsfotografie«, wenn Sie das auch wirklich von Ihren Mitbewerbern unterscheidet. Meine Erfahrung hat gezeigt, dass Paare bei einer Anfrage sehr gut informiert sind, wenn wichtige Informationen bereits auf der Website stehen.

- **Ihre Fotoarbeiten**

Zeigen Sie komplette Reportagen wie auch eine Auswahl von Einzelbildern.

- **Informationen zu Ihrer Person**

Erzählen Sie etwas über sich. Die Eigenschaften (wie Wunscharbeitsplatz), die Sie weiter vorne im Buch gewählt haben, können Ihnen helfen, ein »Über mich« zu formulieren.

- **Informationen zu Ihrem Angebot**

Machen Sie deutlich, was Sie anbieten. Auch hier helfen Ihnen die vorherigen Seiten. Blättern Sie gerne zurück und schauen Sie noch einmal nach, was Ihnen wichtig ist.

- **Kundenstimmen, Referenzen und Bewertungen**

Wenn bereits Referenzen vorhanden sind: Lassen Sie Ihre Kunden für sich sprechen. (Formulieren Sie deren Aussagen nicht um!) Das baut Kundenvertrauen auf und sorgt für Glaubwürdigkeit.

- **Impressum und Kontakt**

Bieten Sie Transparenz. Ihre Adresse und Telefonnummer so wie auch Ihre E-Mail-Adresse oder ein Kontaktformular helfen Ihren potenziellen Kunden dabei, Sie zu kontaktieren. Und vergessen Sie nicht das Thema Datenschutz – im Impressum und bei der Gestaltung der Seite.

Denken Sie bei Ihrer Website unbedingt an das sogenannte *Tracking*. Sie sollten wissen, wie lange und wo auf Ihren Seiten gesurft wird. Damit erhalten Sie fundierte Erkenntnisse darüber, wie sich Ihre Besucher verhalten, und können Ihr Angebot und Ihre Marketingmaßnahmen entsprechend anpassen. Auch aktuelle Rechtsverordnungen machen Ihnen da per se keinen Strich durch die Rechnung. Aber natürlich muss das für Ihre Websitebesucher immer transparent und in jeder Hinsicht rechtskonform sein.

PREISE AUF DER WEBSITE?

Ob man Preise auf der Website angeben sollte oder nicht, ist und bleibt eine strittige Frage unter Hochzeitsfotografen. Konkret angegebene und klar ersichtliche Preise haben viele Vorteile, aber auch Nachteile. Sie bieten nicht nur Transparenz, sondern filtern auch gleich die Kunden aus, die aus Budgetgründen ohnehin absagen würden. Gestalten Sie Ihre Preise individuell, wird es hingegen schwierig. Eine komplette Preistransparenz kann Kunden auch abschrecken, gar überfordern. Gäste, Verwandte und Bekannte müssen schließlich nicht immer wissen, was das alles gekostet hat. Auch Ihrem Nachbarn wollen Sie das vielleicht nicht unbedingt auf die Nase binden. Ein Kompromiss: Kommunizieren Sie, was für Sie bzw. Ihre Dienstleistung mindestens auf den Tisch gelegt werden muss, oder nennen Sie einen Betrag, den die meisten Paare für Sie ausgeben. So zeigen Sie, auf welchem preislichen Niveau Sie sich bewegen, sind nicht gänzlich zu durchschauen und lassen sich zudem einen gewissen Spielraum für Verhandlungen.



↑ Die eigene Website

Perfekt optimiert sowohl für Desktoprechner als auch für mobile Geräte. Achten Sie darauf, dass Ihre Website auf jedem Gerät passend dargestellt wird. Moderne Baukastensysteme bieten das meist von Haus aus an, aber auch Content-Management-Systeme wie WordPress können das. Immer mehr Nutzer sind mittlerweile mobil unterwegs. Das bedeutet vor allem, dass Sie sehr klar und effektiv kommunizieren müssen. Denn von unterwegs aus haben die wenigsten viel Zeit und suchen eher nach einer schnellen Lösung für ihr Problem bzw. nach einer raschen Antwort auf ihre Frage.



← **Spielende Kinder und der richtige Moment**
Ich weiß nicht, wie lange ich gewartet habe und wie viele Bilder ich ins Leere fotografiert habe, bis es mir gelang, diesen Moment einzufangen. Die Anordnung der Regenschirme ist einfach perfekt! Die Farben der Kleidung harmonieren ebenfalls. Ein Glückfall oder eben auch das Ergebnis von viel Geduld.

INTERVIEW

MARCO SCHWARZ

Starke Bilder, starke Marke



▲ Marco Schwarz

Marco behauptet unbeirrt, er habe keine Ahnung von dem, was er da eigentlich tue. Er sei ein Autodidakt und »irgendwie da reingeschlittert«. Bohrt man jedoch etwas nach, merkt man schnell, dass seine Fotos und die Art, wie er arbeitet, definitiv auf einer soliden Wissensbasis beruhen. Der Erfahrungsschatz ist ebenfalls riesig. Ein Grund, sich mal intensiver mit ihm zu beschäftigen.

Fotografie betrachtete Marco während eines Griechenlandurlaubs zunächst als sein neues Hobby, später auf Anfrage von Freunden wurde es auf deren Hochzeit zu einer Aufgabe. Warum nicht? Die

Ergebnisse waren gut, die nächste Hochzeitsanfrage folgte. Eine Website wurde gestaltet, seine Dienstleistung wurde immer häufiger nachgefragt. Die Paare waren glücklich. 2013 erhielt Marco schließlich so viele Anfragen, dass er kurzerhand seinen Hauptjob kündigte und Hochzeitsfotograf wurde.

Einige seiner Bilder gelten als »Marco-typisch« und sind sehr bekannt. Er hatte schon früh in seiner Karriere die Gelegenheit, fremde Länder zu bereisen, und hielt sich schließlich nur noch selten noch in seiner Heimat auf (in der Nähe von Mainz). Heute ist Marco auch als Dozent (unter anderem für Sony) tätig.

- Telefon: +49 170 5265060
- E-Mail: info@schwarz-bild.de
- Website: www.schwarz-bild.de
- Social: www.facebook.com/schwarzbild.photography ★ www.instagram.com/schwarzbild.photography

Saja Seus: Hallo Marco, du bist ein sehr bekannter Hochzeitsfotograf, und ich freue mich, dir heute ein paar Fragen stellen zu dürfen. Kennt man sich ein bisschen in der Szene aus und hört deinen Namen, weiß man in der Regel sofort, für was deine Bilder stehen und welche Art von Paaren du fotografierst. Das zeugt von einer starken Markenkommunikation, wie ich finde. Was aber zeichnet für dich persönlich eine starke Marke aus?

Marco: Eine starke Marke generell bedeutet, dass du eine sehr hohe Identifikation mit deinem Job hast, ein klares Markenbild und einen Wiedererkennungswert. Denk beispielsweise an Nivea – die Farbe und den Schriftzug –, du weißt sofort, um was es geht. Die Marke Nivea bringt auch immer wieder die gleiche Art von Kosmetik in Erinnerung. Immer das Natürliche, das Nicht-Zugekleisterte, so sehen die Models dann auch aus: jung und natürlich, blond ... sie zeigen immer ein bestimmtes Bild.

Warum ist das wichtig?

Na ja, man muss sich ja unterscheiden. Du darfst nicht austauschbar sein. Heute sieht man tausendfach die gleichen Bilder, und dann passiert aus Kundensicht das: Du hast zwanzigmal das gleiche Angebot, und es bleibt dir nur der Vergleich der Preise. Das ist so, wie wenn du einen Kühlschrank kaufst. Dann kaufste dort, wo er am billigsten ist. Dass die Leute sagen: »Ich will aber den SMEG-Kühlschrank, und den gibt's nun mal nicht bei Media Markt, und der hat halt seinen Preis, und der ist schweineteuer, aber schöne Kühlschränke sind nun mal mein Leben, und deswegen gönne ich mir das«, ist das Resultat einer starken Marke.

Hat das was mit Zeit zu tun?

Ja. Kontinuierlich am Ball bleiben und immer für das Gleiche stehen, ohne veraltet zu sein. Ich hab ja, als ich das mit dem Social-Media-Zeugs gesehen habe,

mit den vielen Like-Zahlen und dem Erfolg der Leute dort, gedacht: »Vielleicht biste ja hängengeblieben in den Nullerjahren, vielleicht ist das, was du tust, nicht mehr zeitgemäß ... guck, dass du's nicht komplett änderst, aber ein bisschen auf Kurs bringst« und habe dann angefangen, nicht mehr ganz so starken Kontrast zu fahren und etwas Körnung mit reinzubringen. Ich habe meine Marke geändert. Dann gab's tatsächlich Mails von Leuten, die gefragt haben: »Was ist denn das? Das ist komisch. Das passt nicht.« Und daran siehst du, du wirst immer mit einer bestimmten Sache in Verbindung gebracht. Auch noch nach langer Zeit.

Haben die Paare Unterschiede bemerkt, als du da was geändert hast?

Hm. Ich hab den Eindruck, dass Brautpaare sich hier mehr auf ihr Gefühl verlassen. Du weißt ja schlussendlich auch nicht, welche Tagescreme die passende für dich ist, sondern stützt dich auf die Markenkommunikation, mit der du dich identifizierst. Ich sitz tagelang an einer Reportage, und für mich muss jedes Bild perfekt sein. Ich weiß manchmal gar nicht, weshalb ich das mache, weißte. Das ist wie bei Wein. Ich weiß: Schmeckt mir oder nicht. Der Winzer würde wahnsinnig werden! Erst wenn ich mich lange damit beschäftige, erkenne ich die Unterschiede. So ist es mit Paaren auch: Gefällt ihnen oder nicht. Manche aber beschäftigen sich intensiv damit, und die sehen den Unterschied dann. Wenn ich Bilder aus dieser Zeit ansehe, frage ich mich aber ehrlich gestanden selbst, was ich da eigentlich gemacht habe. Haha. Leute, die meine Marke wirklich kennen, haben den Unterschied übrigens auch sofort bemerkt. Also muss etwas dran sein, oder?

Würdest du sagen, die Änderung war ein »Fehler«? Oder war es wichtig, das gemacht zu haben? Nein ... überhaupt nicht wichtig. War Blödsinn. (lacht)

Und was macht man dann? Also, um solche unnötigen Änderungen zu vermeiden? Oder wie geht man damit um, wenn es passiert ist?

Ich frag manchmal. Ich habe gute Freunde, die bringen mich wieder auf die Spur. Klar, wenn diese Leute dich dann kritisieren und oder dich aus dem Nichts fragen: »Was machst du da?«, ist man schon etwas irritiert. Da bin ich erst mal sauer geworden, und meine »Ich hab mir so viel Mühe gegeben, das ist cool!«-Einstellung ging den Bach runter. Das ist, wie wenn du in den Parfümladen gehst und machst ganz viel Proben. Du riechst und riechst und riechst, und irgendwann riechst du dann gar nichts mehr. Du bist reizüberflutet. Dann brauchst du etwas, was neutralisiert. So eine Kaffeedose, kennste das? Dann riechst du daran, und erst dann kannst du das Parfüm wieder riechen. So ist das mit Bildern auch. Irgendwann siehst du nichts mehr, dann brauchst du eine Auszeit, und dann kannst du wieder neutral auf die Bilder gucken und weißt, ob's gut ist oder nicht.

Also ist Abstand auch wichtig?

Definitiv! Ich hatte irgendwann Olivenzweige und Schmetterlinge auf meiner Seite und hab nach etwas Abstand gemerkt: »Moment, hast du nicht mehr alle Tassen im Schrank?« Und da wusste ich: zurück zu deiner Marke.

Was war dein »bester« Fehler? Also der, aus dem du am meisten gelernt hast?

Ja! Das war, als ich so ein bisschen von meiner Pseudo-Künstlerarroganz runtergekommen bin. Die hatte ich nämlich auch mal. Logisch. Eine Aussage werde ich nie vergessen, sie stammte von einer tollen Braut und Kundin. Sie meinte: »Ist ja schick, dass du all die tollen Hochzeitsbilder gemacht hast und ich aus tausend tollen Perspektiven zu sehen bin. Aber ich sag dir was, mein Freund, ich hab ein halbes Jahr an den Serviettenringen gebastelt. Wo sind denn bit-

te schön die Deko-Fotos?« Da hab ich aber gestaunt! Im Nachhinein aber dachte ich mir: »Marco, wie arrogant bist du denn? Das ist das Hochzeitsfest von den beiden. Und wenn deren Herzblut an solchen Sachen hängt und du machst keine Fotos davon, bist du leider ein Eumel.« Das habe ich gelernt, und seitdem mach ich halt Deko-Fotos, und die waren am Anfang echt schlimm. Aber auch das habe ich gelernt. Man lernt nie aus.

Erzählst du so etwas deinen Paaren?

Ich bin mit Vorliebe ehrlich. Ich sag Brautpaaren auch mal: »Hör mal, ich glaube, ich bin nicht der Richtige für euch.« Ich verkaufe auch kein Zwölf-Stunden-Paket, wenn nur acht Stunden Sinn ergeben.

Ich denke, es ist auch superwichtig, wie man sich auf Hochzeiten benimmt. Wie empathisch man ist. Ich glaube, das können ganz wenige. Das höre ich von so vielen Filmern und Hochzeitsplanern. Viele vergessen, dass sie nur der Fotograf sind und letztendlich zum Gesamtkonzept beitragen. Die Feier wird nicht ihretwegen ausgerichtet.

Glaubst du, man hat irgendwann keinen Bock mehr?

Nö. Also bei mir nicht, gibt's bestimmt, aber bei mir komischerweise nicht. Zwischendrin denke ich mir schon mal: »Ach, noch fünf Stunden«, klar, aber insgesamt? – Nein. Ich habe echt noch Spaß an meinem Job.

Was macht das aus? Also woher kommt das?

Ich weiß nicht, ich mag das Hochzeitsthema gerne. Ich heul auch immer mit. Wenn's ganz ergreifend ist. Ich liebe Reportagen, dass ich Fotos machen kann und dass man mich einfach Fotos machen lässt. Hochzeitsfotografie wird ja auch mit dem Genre der Street-Fotografie verglichen. Dass du Bilder machen darfst, das hast du aber auf offener Straße nicht. Und

ich mag Porträts ja genauso. Porträts sind großartig! Ich pass mich auch gerne an. Wenn das Paar Spaß daran hat, lange Porträts zu fotografieren, dann lassen wir uns eben superlange Zeit und machen kreative Fotos. Wenn es schnell gehen muss, dann eben schnell. Auch in der Nachmittagssonne.

Wie viel Business muss denn in der Fotografie sein?

Puh. Ich will nicht zwingend als Unternehmer, sondern als Künstler gelten. Ich bin eher so der »Teeny Tapsi Törtels«-Typ, dem andere Sachen wichtig sind. Aber ich muss mich am Riemen reißen, weil ich in Bürosachen ganz schlimm bin. Das gehört nämlich auch dazu.

Ist Disziplin wichtig?

Ja. Du musst gut fotografieren können, musst Bilder bearbeiten können, ein bisschen Marketing, verkaufen und so, und du musst akzeptieren können, dass du eben nicht in allen Sachen gleich gut sein kannst. Gar nicht vom Naturell her, denn vieles kann man ja auch lernen. Die Art von Arbeit, wie beispielsweise im Büro sitzen und diszipliniert seine Buchhaltung machen. Da muss man dran arbeiten, um besser zu werden, oder eine Möglichkeit finden, das zu umgehen.

Danke, Marco!



← Brautporträt beim Getting Ready

An diesem Bild mag ich die Ästhetik sehr gerne. Ihren Gesichtsausdruck und den ganzen Bildaufbau, die Tätowierung. Ich stand mit dem Rücken zum Fenster und hatte mit 50 mm genug Platz, um die Braut auch frontal von vorn zu erwischen. Das Bild hatte sich neben vielen anderen in der Serie spontan so ergeben.

→ Schuhe, Schuhe und nochmals Schuhe

*Was ich mir dabei dachte:
»Achtung, Marco!« Bräute
wünschen sich Bilder von
ihren Schuhen, Kleidern
und den Serviettenringen.
Von dem ganzen Mäd-
chenkram eben. Und bevor
ich da Ärger bekomme,
mache ich das eben. Ich
hab die Schuhe etwas
später auch dem Kellner in
die Hand gedrückt und das
fotografiert. Das Bild habe
ich aber aussortiert. Ich
denke da nicht viel drüber
nach und probiere auch
gerne.*





↑ Natürliche, unbemerkte Situationen einfangen

Hier stand ich bereits oben am Ort der Trauung. Als ich runterschaute, sah ich diese Situation und drückte einfach ab. Dass sich der Schatten rechts an der Seite zu einem Herz geformt hat, habe ich natürlich sofort bemerkt!

← Der Weg zur Trauung – das Übergangsbild

Das ist die Situation: Komm, wir gehen jetzt heiraten. Der Weg vom Getting Ready zur Trauung. In einer Reportage ist es immer wichtig, den Weg von oben nach unten zu erzählen. Erst die Übersichtsaufnahme, dann die Details. Das mache ich immer. Erst den Ort und dann die Details.



↑ → Dokumentation ist ebenso wichtig

Oben: Das ist die Situation: Brauteinzug. Bei internationalen Hochzeiten kommen häufig erst die Eltern, dann die Bridesmaids und Groomsmen und dann die Braut. Für Paare ist es wichtig, dass man den Einzug und den Auszug festhält. Ich fotografiere oft mit zwei offenen Augen. Eigentlich schaue ich mit dem linken Auge in die Umgebung, das rechte fokussiere ich durch die Kamera und wähle den Bildausschnitt. So sehe ich immer, was rechts und links passiert, und kann die Situation besser erfassen. Rechts: Der Bräutigam wartet kurz vor der Trauung auf seine Braut. Er ist natürlich aufgeregkt. Bei dieser Hochzeit waren auch Filmer mit dabei, was mich aber nicht gestört hat. Sie gehören für mich oft ins Bild, genauso wie das Mikrofon am Anzug. Das ist es, was eine Reportage ausmacht.





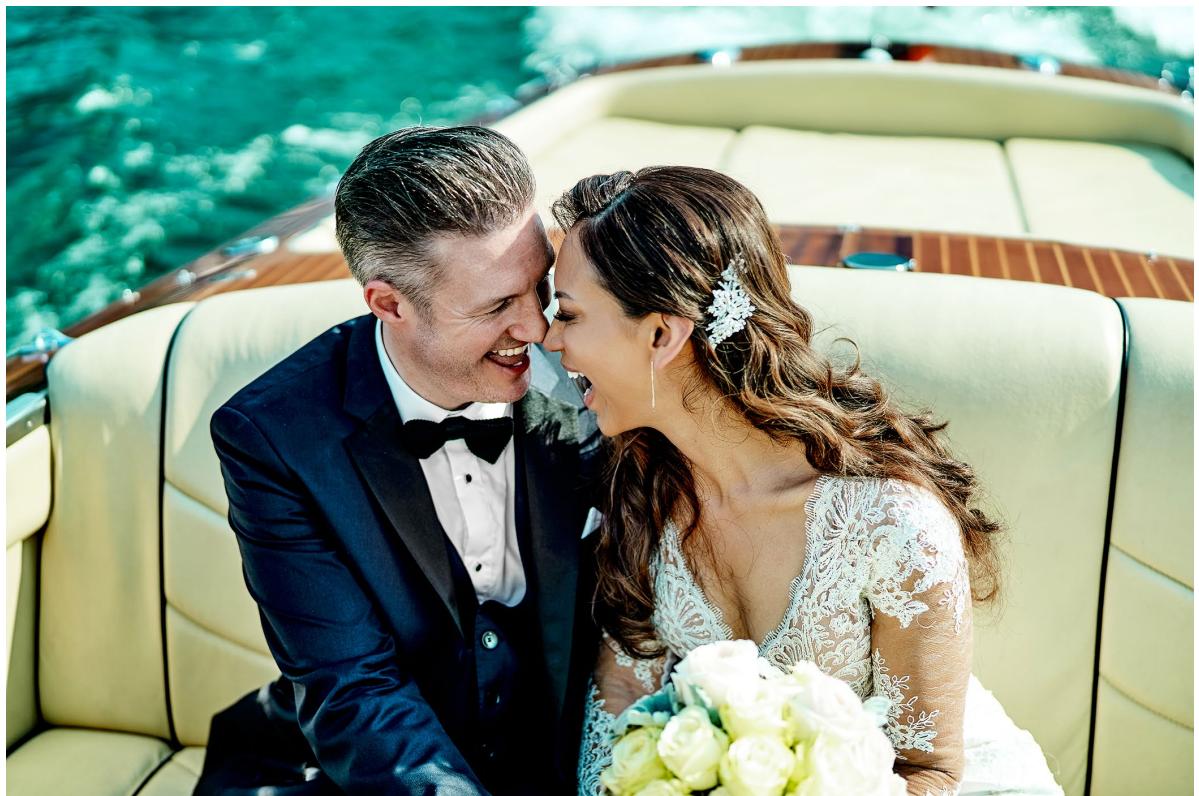
← Schwarz-Weiß oder Farbe ist Geschmacks-sache

Schwarz-Weiß-Bilder wähle ich gerne nach Ge-schmack. Manche Bilder wirken in Farbe besser, andere in Schwarz-Weiß. Da gibt es für mich keine festen Regeln. Die Schwarz-Weiß-Version ist im Hin-blick auf die Bildbearbei-tung übrigens ähnlich aufwendig wie die Farb-version. Deshalb gibt es bei mir nur eine Version, entweder Farbbild oder Schwarz-Weiß-Bild.



→ Unbemerkte Momente sind die schönsten

Ein Groomsman und die Mutter des Bräutigams. Eine schöne Situation. Fröh-liche klassische Bilder sind wichtig und werden oft gewünscht. Es ist die Ent-scheidung des Fotografen, wie sehr er sich hier vom Markt bestimmen lässt oder ob er seinen eigenen Weg geht.



↑ Perspektiv- und Brennweitenänderungen machen die Reportage spannend

Das ist die Situation: Wir sind verheiratet und superglücklich. Das Foto ist das Gegenstück zu »Wir gehen heiraten« und ist mit dem 50 mm aufgenommen. Wenn man mit zwei Brennweiten arbeitet, ist der Vorteil oft der, dass zwei Blickwinkel entstehen. Das bringt Abwechslung in die Reportage.

▼ Inszenierte Fotografie muss nicht sofort erkennbar sein

Hier hatten wir zwei Boote für die Porträt-Session. Eines für Film und Foto und eines für das Paar. Davon wusste ich im Vorfeld nichts. Für die Porträts höre ich mir gerne an, was die Paare sich wünschen (manche möchten in die Natur, andere möchten es eher urban haben), der Rest bleibt mir überlassen, und da vertrauen sie mir sehr. Ich denke, je klarer man Paaren zeigt, was sie bekommen, desto weniger versuchen sie selbst Ideen einzubringen.





↑ Spontaneität siegt!

Ich mache mir nicht viel Gedanken darüber, wann, wie und wo die Porträts entstehen sollen. An diesem Ort zum Beispiel war das Licht besonders schön.

→ Übersicht und Detail – eine gute Mischung

Hier ist der Sektempfang nach der Trauung festgehalten. Das Übersichtsbild ist ein Must-have und gehört zu jeder guten Reportage dazu. Schließlich möchte der Betrachter die Situation zuordnen können. Detailbilder entstehen anschließend ganz automatisch.





↑ Ein bisschen Humor und Ironie darf auch sein

Kurz vorm Tortenanschnitt fotografiere ich auch mal die Gäste, wie sie die Torte fotografieren. Diese Situation habe ich mittlerweile auf fast jeder Hochzeit, aber es stört mich nicht mehr. Mobiltelefone gehören einfach in unsere Zeit. Später werden sich unsere Kinder sicher darüber amüsieren, was für seltsame Geräte wir damals hatten. So, wie wir heute über die Brillen der 80er-Jahre schmunzeln. Warum also nicht?



↑ Blitzen kann helfen, muss es aber nicht

Manchmal ist es am Abend schön, wenn man für korrekte Farben einen schwachen Aufhellblitz verwendet. Ich stelle keine Blitze im Raum auf, sondern blitze nur die Gesichter auf. Das Licht auf dem Bild kommt jedoch vom Filmer. Ich blitze oft direkt, an die Decke oder sogar hinter mich. Manchmal kann aber genau das unangenehm für die Gäste sein. Mit dem plötzlichen Blitz werden sie dann richtig weggefegt. Aber natürlich alles nur für die Kunst!



↑ Vorhandenes Licht geschickt für sich nutzen

Da ich selbst keine Blitze aufstelle, nutze ich auch oft das Licht der Videografen. Der Spot auf das Paar beim Tanzen war super!



↑ Realismus vs. korrekte Farben: eine lange Diskussion

Oft herrscht abends an der Location sehr buntes Partylicht. Manchmal lasse ich die genaue Korrektur der Hauttöne sein, denn das blaue Licht gibt auch die Stimmung der Feier wieder. Viele Fotografen sehen das anders. Ich möchte nicht alles durch einen Blitz verändern.





↑ Ein letztes Bild, das vom Ende der Feier erzählt

Das Ende der Party (es ging für mich nur bis Mitternacht). Eines der Blumenmädchen ist erschöpft und schläft in den Armen von Papa. Die Gäste und das Paar haben sicherlich länger gefeiert, aber es sollte ein Bild entstehen, das die Stimmung auf positive Weise wieder gibt. An dieser Szene bin ich, wie so oft, zufällig vorbeigekommen. Das muss man dann aber auch sehen und natürlich fotografieren.

← Mitten im Freudentaumel

Hier hatte die Braut bereits ihre Haare geöffnet und ihren Mann spät am Abend fest im Arm. Ein Bild voller Glück und Freude für mich.

KAPITEL 3

DIE SUCHE NACH JOBS

KAPITEL 3

DIE SUCHE NACH JOBS

*Brautpaare auf sich aufmerksam machen
und Aufträge generieren*

*Die Suche nach
Jobs ist zuweilen
wie Radfahren. Sie
müssen stetig in
die Pedale treten,
um vorwärtszu-
kommen.*

Von einem irischen Studienkollegen wurde ich einmal in einer Diskussion über die Selbstständigkeit mit folgender Aussage konfrontiert: *to be unemployable* – die Unmöglichkeit, angestellt zu sein. So hatte er es zumindest gemeint. Recherchiert man, wird der Ausdruck oft mit »arbeitsunfähig« übersetzt. Mein Studienkollege zielte auf ein »Seinsverständnis« ab, den Unterschied zwischen den Welten »Angestelltenverhältnis« und »Selbstständigkeit«. In der Selbstständigkeit haben Sie nicht nur einen Themenbereich, auf den Sie sich fokussieren können, sondern es gibt eine ganze Bandbreite an Unternehmensbereichen, die Sie beherrschen müssen. Sie sind nicht mehr »nur Fotografin oder Fotograf«, sondern auch Buchhalter, Vertriebler, arbeiten im Qualitätsmanagement und im Marketing. Und wie auch in großen Firmen gilt es auch hier, im Kleinen Maßnahmen zu ergreifen, die dazu führen, dass der Laden läuft und dass Sie gesehen und gebucht werden.

DER WEG ZUR BUCHUNG

1. Werden Sie sichtbar, und bleiben Sie im Gedächtnis.
2. Bauen Sie Vertrauen zu Ihren Kunden auf.
3. Lassen Sie sich buchen.

Die Leute müssen wissen, dass es Sie gibt. Nachbarn, Freunde und auch Bekannte sollten Sie mit Ihrem ganz eigenen Angebot (wie zum Beispiel der Hochzeitsfotografie) im Gedächtnis behalten und im Idealfall sofort an Sie denken, wenn sie um eine Empfehlung gebeten werden. Das Internet sollte Sie »kennen« und ebenfalls »wissen«, wofür Sie stehen, damit Sie bei einer Google-Suche auch gefunden werden.

Selbst mit einem gewissen Bekanntheitsgrad müssen Sie auch Werte und Qualität transportieren können, um Vertrauen zum Kunden aufzubauen, damit Sie in letzter Konsequenz auch wirklich gebucht werden.

Alles in allem eine aufregende Sache und die wohl größte Baustelle zu Beginn Ihrer Selbstständigkeit. Fangen wir an.

3.1 Werden Sie sichtbar, und bleiben Sie im Gedächtnis

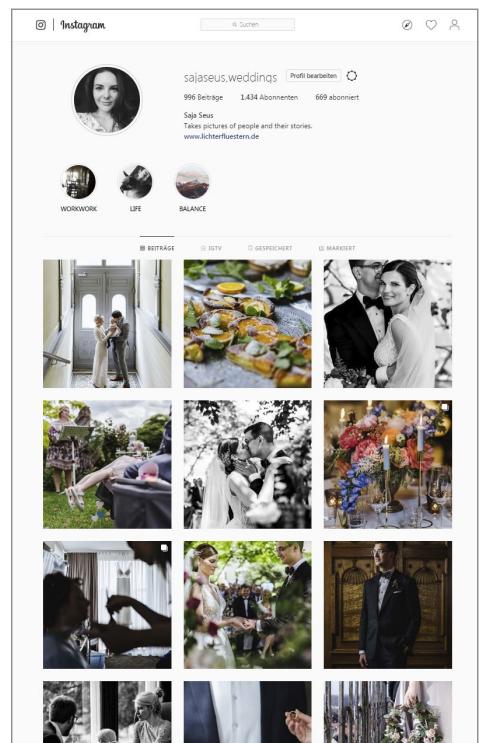
Unter Tausend weißen Schafen sehen Sie sicherlich das schwarze zuerst, denn es fällt sofort auf. Aber die Assoziation »schwarzes Schaf« ist problematisch. Sie wollen sich von Ihren Mitbewerbern unterscheiden, aber nicht um jeden Preis. So gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, bei potenziellen Kunden »auf deren Schirm« zu geraten, ohne zu sehr herauszustechen oder gar potenziell negativ zu wirken. Das sollten Sie unter allen Umständen vermeiden, denn Hochzeit ist etwas Positives, und so sollten Sie auch auftreten.

Am häufigsten wird auf Nachfrage von vielen Kolleginnen und Kollegen die *Mundpropaganda* als Mittel zum Zweck genannt. Sie ist zudem eine Art Selbstläufer, denn andere sprechen über Ihr Angebot, und Sie selbst müssen eigentlich »nur« im Gespräch bleiben. Es ist ideal, wenn zunächst Ihre Freunde und Bekannten Sie empfehlen. Das kostet nichts, und das Vertrauen aufgrund persönlicher Empfehlungen ist meist am größten.

Aber auch die Akquise über Ihre Präsenz an Locations (Ihre Visitenkarte im Landgasthaus) oder bei Hochzeitsplänen (auf der *Empfehlungsliste*) gehört ebenso zu den Möglichkeiten, an Jobs zu kommen, wenngleich sie auch etwas schwieriger zu realisieren sind – denn natürlich gibt es eine Vielzahl an Bewerbern um einen Platz für das Werbematerial oder auf einer Empfehlungsliste.

→ Aufgeräumter Instagram-Stream

Egal, worauf Sie Ihren Werbeschwerpunkt legen: Achten Sie bei der Umsetzung darauf, dass es stimmig aussieht. Selbst ein einfacher Instagram-Stream sollte farblich und thematisch aufeinander abgestimmt sein, sodass Ihre Kundschaft auf einen Blick sieht, wie Ihre Bildsprache funktioniert. Oder würden Sie unter all den Hochzeitsbildern hier plötzlich sachliche Produktaufnahmen vermuten wollen?

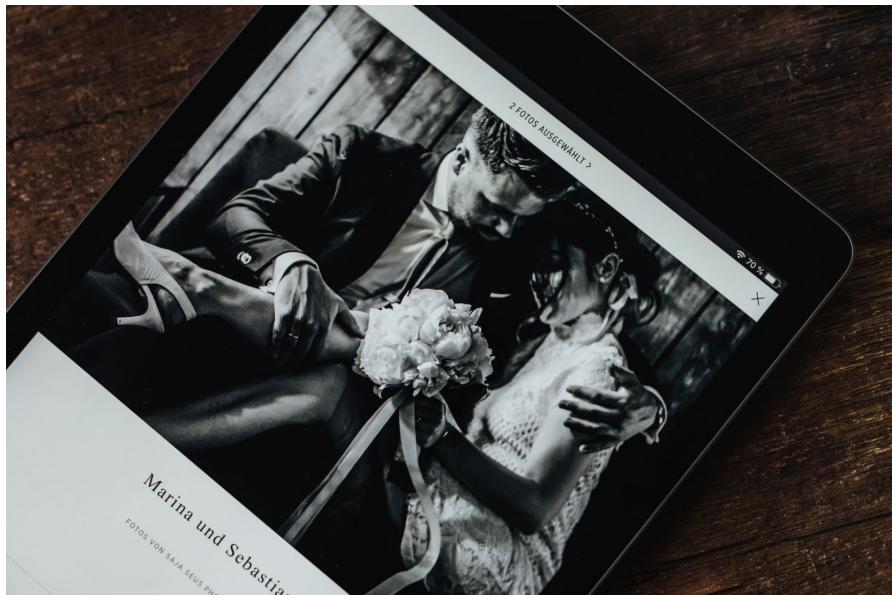


Ihre *Kolleginnen und Kollegen* gehören deshalb ebenfalls zum Weiterempfehlungsnetzwerk, indem sie Aufträge weitergeben, für die sie selbst gebucht sind. In der Regel möchte niemand seinen Kunden ohne eine Lösung stehen lassen, und so ist es für beide Seiten und für den Kunden ein Gewinn, wenn Sie jemanden zur Hand haben, der ähnlich zuverlässig arbeitet wie Sie und der Sie vertritt oder von dem Sie vertreten werden.

Neben persönlichen Empfehlungen kann auch die gute Positionierung in *Suchmaschinen* helfen, Reichweite zu generieren und für potenzielle Kunden interessant zu wirken. Allen voran spinnen *Social Media* in Form von Instagram, Pinterest und Co. ihre Netze, um von Menschen gesehen zu werden. Wer hier mitspielen möchte, muss sich regelmäßig im Internet zeigen und Inhalte generieren – bei Instagram in den sogenannten *Storys* ebenso wie im eigentlichen Stream selbst. Ist die Übersicht stimmig, sind die Storys plausibel und entspricht dann das Gezeigte auch noch den eigenen Vorstellungen, wird durchaus auch mal ganz unkompliziert über den Messenger angefragt. Auch über WhatsApp trudeln manchmal Anfragen ein. Die Kommunikationswege sind vielfältig.

→ Onlinegalerie für die Besucher Ihrer Website

Selbst eine passwortgeschützte Onlinegalerie kann ein Zugewinn an Sichtbarkeit unter den Hochzeitsgästen sein. So finden diese wie auch Arbeitskollegen und all die Menschen, denen diese Bilder gezeigt werden, Ihre Werke angemessen präsentiert und behalten Sie und Ihre Arbeit positiv im Gedächtnis. Auch ist es sinnvoll, bei der Wahl der Galerie in das Branding, also in gezielte Werbung zur Etablierung Ihrer Marke, zu investieren. Achten Sie darauf, dass Ihr Logo und Ihre URL mit der Onlinegalerie verknüpft sind. So bleibt Ihr Firmenname länger im Gedächtnis.



Machen Sie sich einen Plan dafür, sichtbar und im Gedächtnis zu bleiben. Planen, das mag verkopft oder anstrengend klingen, kann aber helfen, dranzubleiben. Ein Blogartikel im Monat sorgt dafür, Google und seine Bewertungsalgorithmen »bei Laune« zu halten. Tools für Social-Media-Kanäle, beispielsweise *later.com*, sorgen für kontinuierliche Aufmerksamkeit und helfen Ihnen dabei,

Ihren Stream aufzuhübschen. Hier planen Sie einmal im Monat Ihre Bilder, diese gehen dann automatisiert und mit den richtigen Hashtags und Verknüpfungen versehen online. Kontinuität ist dabei das wichtigste. Sie sorgt dafür, dass Sie Ihrem potenziellen Kunden im Gedächtnis bleiben und er Sie immer wieder »auf dem Schirm« hat.

Aber auch offline können Sie viel erreichen. Unterschätzen Sie beispielsweise *Hochzeitsmessen* nicht. Und auch *Magazine* mit wertvollem Inhalt grenzen sich oft positiv von der meist übervollen Onlinewelt ab. Setzen Sie einen Schwerpunkt, zielgruppengerecht, und bleiben Sie (zumindest für eine Weile) bei dieser Maßnahme. Denn auch hier ist Kontinuität wichtig, um Erfahrungen zu sammeln und sich stets zu verbessern.

In welcher Welt möchten Sie Ihren Marketingschwerpunkt setzen? Achten Sie dabei auch auf Ihre festgelegte Zielgruppe und Ihre Corporate Identity. Was passt zu Ihrer Marke? Was passt zu Ihrer Person? Wo findet sich Ihre Zielgruppe? Eher in der Online- oder der Offlinewelt?

→ **Die Onlinewelt**

Möchten Sie überregional unterwegs sein und Ihre Marketingarbeit vom Schreibtisch aus erledigen, ist es sinnvoll, sich in die Onlinewelt zu begeben. Da wären:

- Social Media (Sichtbarkeit über Instagram, Facebook, Pinterest etc.)*
- Hochzeitsblogs*
- Hochzeitsportale*
- Website (Sichtbarkeit über Google)*

→ **Die Offlinewelt**

In der Offlinewelt sind soziale Kontakte, Vor-Ort-Sein und Netzwerke von Bedeutung. Möchten Sie lieber regional arbeiten und haben Sie keine Scheu vor einem persönlichen Gespräch, nutzen Sie lieber die im Vergleich zur Onlinewelt weitaus überschaubarere Offlinewelt für Ihre Marketingmaßnahmen. Also:

- Empfehlungen*
- Magazine, Flyer, Postkarten*
- Messen*
- Aktionstage vor Ort*
- Ausstellungen*
- Treffen und Vernetzung mit anderen Fotografen*

Ich unterscheide zudem in zwei unterschiedliche Kategorien: das Erhaschen von Aufmerksamkeit und das Kommunizieren.

Eine Marketingmaßnahme erzählt immer von Ihnen. Sie erzählt von Ihrem Produkt und Ihren Leistungen auf die Art und Weise, wie Ihre Zielgruppe selbst kommuniziert bzw. wie sie die Kommunikation gewohnt ist. Dabei treten Sie für so manches Paar vielleicht zu leise auf und erregen nicht genug Aufmerksamkeit, für andere hingegen erscheinen Sie »drängelnd« und laufen so Gefahr, diese Interessenten zu verärgern und schließlich zu vergrätzen. Das hängt davon ab, welchen Umgang Ihre Zielgruppe gewohnt ist und auf welchen Kanälen das passiert. So manch einem ist ein vermehrtes Nachhaken per E-Mail unter Umständen ziemlich lästig. Ein anderer wiederum wird sich ohne stetige Stupser und Erinnerungen gar nicht zu einer Buchung (egal, bei wem) bewegen lassen.

Wünschen Sie sich für Ihren Unternehmensauftritt einen hohen Nähegrad zu Ihren Kunden, ist es sinnvoll, auch in der Öffentlichkeit von etwas Persönlichem zu erzählen. Vielleicht teilen Sie einen Erfahrungswert, den Sie bei der Planung Ihrer eigenen Hochzeit gewonnen haben. Keinesfalls sollten Sie schwerwiegende emotionale Pannen teilen, die eine schlechte Atmosphäre erzeugen.

Bestärken Sie Ihre Paare in deren Vorstellungen und Wünschen, aber seien Sie auch Berater in schwierigen Situationen. Kritik können Sie freundlich verpacken, und durch eine geschickte Fragestellung können Sie sie selbst auf die passenden Gedanken bringen, beispielsweise hinsichtlich der Zeitplanung. Ein kritisches Hinterfragen, zu welchem Zeitpunkt der noch zur Verfügung stehenden fünf Minuten am Tag der Tage das Paar denn nun gerne die Porträts machen würde, kann durchaus dazu führen, dass die beiden sich noch mal Gedanken über den Ablauf an sich machen. Öffnen Sie Ihre Türen für Beratungsleistungen, auch indem Sie persönliche Gespräche anbieten und sich wirklich Zeit für Telefonate nehmen. Auch der unkomplizierte und spontane Kontakt via WhatsApp kann für so manches Paar passend sein. So gab es nicht selten bei mir schon den Fall, dass ein Paar meine redaktionellen Location-Seiten über Google gefunden hatte und davon ausging, ich wäre der Ansprechpartner für eine Buchung der Location selbst. Ich wurde also zunächst nicht für ein Fotoshooting, sondern für eine Anfrage bezüglich der Location kontaktiert. Daraus ergeben sich häufig ganz nette Gespräche, und nicht selten biete ich diesen Paaren dann natürlich meine ganz bescheidene Unterstützung bei der Organisation ihrer Hochzeitsfeierlichkeiten an. Ich schlage dann beispielsweise vor, ihnen die Daten der richtigen Ansprechpartner via WhatsApp zukommen zu lassen, mache mich damit aber nicht zum Wedding Planner. Dennoch habe ich so direkt »den Fuß in der Tür«. Ihre (potenziellen) Paare werden von Ihrer Kompetenz beeindruckt sein.

Dieses Mehrwertmarketing können Sie auch in Form eines organisierten Werbe-Shootings einsetzen. Dies lässt sich nicht nur online auf der eigenen Website, sondern auch im Printbereich nutzen, beispielsweise in Form einer Broschüre auf einer Messe oder Ähnliches.

Wichtig ist dabei, dass Sie die passenden Inhalte kommunizieren. Erinnern Sie sich an Ihren Wunscharbeitsplatz, den wir zuvor definiert haben? Vielleicht ist es sinnvoll, Ihre zukünftige Traumhochzeit, die Sie einmal begleiten wollen, zu inszenieren und damit passendes Bildmaterial für Ihre eigene redaktionelle Arbeit und auch für die Arbeit der Location, des Make-up-Artists und vieler anderer Dienstleister zu produzieren.

Aufbau eines Netzwerks – der Nutzen von Styled Shoots | Ich habe schon so genannte *Styled Shoots* erwähnt – die nichts anderes sind als inszenierte »Werbehochzeiten«, die von allen Dienstleistern meist auf kostenloser Basis organisiert und umgesetzt werden. Die gemeinsam gemachte Erfahrung dient zum Ausbau des eigenen Empfehlungsnetzwerks, und das gewonnene Bildmaterial kann dann von allen gleichermaßen zur Werbung genutzt werden.



← Details aus anderen Gewerken
Sie können Bilder wie diese hier auch hervorragend zum Netzwerken verwenden. Denn wir Fotografen haben einen großen Vorteil: Wir produzieren unser Referenzmaterial selbst und sind dabei nicht auf andere angewiesen. Für Dienstleister anderer Gewerke jedoch ist genau das das Problem, und sie freuen sich sicherlich, wenn Sie Ihr Bildmaterial zur Verfügung stellen. Das muss nicht, darf aber aus Imagegründen kostenlos sein.

Es werden Models sowie Hairstylisten und Make-up-Artisten engagiert, und die passende Mode, eine stimmige Location, Blumen und Dekoration, Patisserie und Papeterie werden organisiert. Sie erschaffen die passende Hochzeit für Ihre

gemeinsame Zielgruppe, oder Sie erschaffen etwas gänzlich Neues. Alles wird nach Ihrem Wunsch arrangiert und von Ihnen in Bildern festgehalten.

Aber Vorsicht: Dieses fast schon perfekte, kreative Bildmaterial kann auch zu Missverständnissen und Enttäuschungen führen. Nicht selten habe ich bereits von vielen meiner Paare gehört: »Wir feiern keine Instagram-Pinterest-Hochzeit«. Das führt manchmal zur Verunsicherung, ob Sie die gewünschten Bilder gut liefern können. Manche Paare sind auch nach der Hochzeit enttäuscht von Ihren Fotos, wenn beispielsweise Regen oder eine eher mürrische Hochzeitsgesellschaft die Erinnerung an den Tag trüben. So ganz anders als im Hochglanz-Werbematerial. Schicken Sie deshalb Ihren Paaren immer auch echte Reportagen als Referenzen zu, um Missverständnissen vorzubeugen und ein realistisches Bild der Situation zu zeichnen.

REICHWEITE: BEZAHLT (SEA) VS. ORGANISCH (SEO)

Zu Beginn Ihrer Karriere werden Sie über beides kaum verfügen: über ein entsprechendes Budget für Werbeanzeigen bei Google (allgemein als *Search Engine Advertising*, kurz SEA, bekannt) wie auch über einfach verfügbare Inhalte und Erfahrungen für Blogartikel (die zur *Search Engine Optimization*, kurz SEO, gehören). Die Frage, die sich also stellt, ist, worin Sie am besten investieren sollen, wären Sie gezwungen, sich entscheiden zu müssen. Der allgemein gültige Ratschlag ist hier: Sie müssen die goldene Mitte finden.

Die Bekanntheit Ihrer Website ist wie die Bekanntheit Ihrer Marken: Es braucht eine Weile, aber jeder veröffentlichte Artikel zahlt dabei auf Ihr Vorankommen ein. Schreiben Sie deshalb gleich von Beginn an und möglichst über jede (passende) Hochzeitserfahrung, die Sie gemacht haben. Sie dokumentieren damit auch Ihre Erfahrung. Geben Sie wertvolle Tipps, was Sie auf Hochzeiten beobachten konnten, und teilen Sie sie mit Ihrer Community. Gleichzeitig können Sie diese Beiträge auch in kleinem Umfang bewerben. Ist der Inhalt wertvoll für die Paare (das merken Sie schnell anhand der Rückmeldungen dazu), wird er Sie Stück für Stück bekannter machen und neue Paare werden auf Sie aufmerksam.

Für Onlineanzeigen bezahlen | Möchten Sie nicht unbedingt über ein kostenloses bis kostengünstiges Netzwerk werben oder viel Zeitaufwand in unbezahlte Shootings investieren, kann es sinnvoll sein, bezahlte Anzeigen zu schalten. Neben Google Ads, das Sie automatisch auf Platz 1 in den Suchmaschinenergebnissen katapultiert, haben Sie bei verschiedenen Hochzeitsblogs, auf Facebook und bei Instagram zudem die Möglichkeit, ebenfalls mit Anzeigen und Bannern auf sich aufmerksam zu machen.

Kostenloses Onlinemarketing betreiben | Auch online können Sie anders als über Anzeigen Aufmerksamkeit erregen. Das sogenannte *Content-Marketing* hilft Ihnen, zielgruppenrelevante Inhalte über soziale Medien und Ihre Website zu teilen und sich damit ins Gespräch zu bringen. Aber auch wenn Paare nach einer Antwort auf ihre spezielle Frage suchen, können Sie sich ins Spiel bringen. Das kann beispielsweise ein Artikel mit Tipps zur Location-Suche sein. Oder aber ein Erfahrungsbericht über ein neues Foto-Gimmick. Überlegen Sie sich, an was Ihre Zielgruppe Interesse haben könnte und über was Sie erzählen sollten.

Hochzeitsmessen | Hochzeitsmessen erleben derzeit einen kleinen Boom. Vor allem die kleinen Messen sind beliebt und für die Veranstalter schnell organisiert. Viele Paare sind mit der Angebotsvielfalt der Onlinewelt überfordert, fühlen sich der Anforderung, hier eine individuelle Entscheidung zu treffen, und der Schwierigkeit, über die Distanz Vertrauen zu entwickeln, nicht gewachsen. »Eine Website kann ja mittlerweile jeder machen – wer weiß, was dahintersteckt«, höre ich oft von Paaren. Auf einer Messe hingegen treffen sie mögliche Dienstleister ganz real und können sich auf diese Weise ein sehr stimmiges Bild von Zuverlässigkeit, Seriosität und Umgang machen. Der Eventcharakter einer kleinen Messe ist zudem eine wunderbare Abwechslung zu Sofa und iPad. Sollten Sie sich überlegen, auf einer Messe auszustellen, bedenken Sie Folgendes:

→ **Großformatige Drucke und Referenzen**

Zeigen Sie Ihre Arbeiten. Hier reichen zwei, drei große Bilder, um Aufmerksamkeit zu erregen und sofort als Hochzeitsfotograf erkannt zu werden. Viele kleine Bilder sorgen für das »Hängenbleiben« der potenziellen Kunden, können aber auch überfordern. Gehören Hochzeitsalben zu Ihren Leistungen, kann es ebenfalls sinnvoll sein, diese zu präsentieren.

→ **Dekoration und Raumaufteilung**

Verzichten Sie auf allzu viel Dekoration. Natürlich sollte Ihr Messestand einladend aussehen und zu Ihrer Identität passen. Zu viel Dekoration kann aber auch ablenken und bedeutet zudem zusätzliche Arbeit beim Auf- und Abbau. Ihre Besucher sollten mit Neugierde Ihren Stand aufsuchen, aber während eines Gesprächs mit dem Blick immer wieder an Ihren Bildern und nicht an einem Dekorationselement hängenbleiben. Planen Sie Ihren Messestand so, dass auch ein ruhiges Eckchen für ein Gespräch reserviert bleibt.

→ **Personal**

Denken Sie auch an helfende Hände. Sie werden nicht ständig am gleichen Platz stehen können und brauchen auch Mal eine Pause oder etwas zu essen.

Freunde können Sie auch beim Auf- und Abbau entsprechend entlasten. Ich habe sogar schon einmal ehemalige Kunden als Hilfe bei einer Visagistin auf dem Messestand gesehen. Das kann eine tolle Referenz sein, oder?

→ **Kalkulation**

Rechnen Sie sich auch mal aus, wie viele Jobs Sie generieren müssten, um die Kosten für die Messe wieder hereinzubekommen, und ab der wievielten gebuchten Messe Sie sogar Gewinn daraus schlagen.

HOCHZEITSMESSEN – EIN AUSFLUG IN DIE STATISTIK

Große Hochzeitsmessen unterscheiden sich von kleineren nicht nur in der Besucherzahl, sondern auch in der Zeit, die Paare durchschnittlich an einem Stand verbringen. So behaupten die Werbematerialien einer der größten Hochzeitsmessen in Deutschland (»TrauDich!«), dass sich rund 9 000 Besucher an einem Wochenende über ihren Messe- teppich schieben. Eine kleinere Hausmesse hat im Vergleich dazu meist nur zwischen 300 und 800 Besucher pro Wochenende. Auf größeren Messen sind deshalb in der Regel auch mehrere Dienstleister gleichen Genres zu finden, wohingegen auf kleineren Messen meist einer, maximal zwei Dienstleister gleicher Gewerke anzutreffen sind.

Laut Veranstalter sind Paare, egal, ob auf einer großen oder auf einer kleinen Messe, meist zu weit oder zu dritt unterwegs, nicht selten mit einem Elternteil oder mit Freunden. Es wird stetig mehr Geld für eine große Hochzeitsfeier ausgegeben, zuletzt (nach eigenen Angaben der Besucher einer großen Messe) im Durchschnitt rund 14 600 €. Ebenso behaupten die Veranstalter, dass über 70 % der Besucher auch wirklich auf der Messe Dienstleistungen kaufen.

Auch Kolleginnen und Kollegen äußern sich positiv über Hochzeitsmessen und sind zum Teil seit Jahren dabei. Das Geheimnis liegt hierbei nicht am einfachen Weitergeben von (Preis-)Informationen, sondern daran, einen persönlichen Kontakt zu den Paaren aufzubauen, denn gebucht wird (werbungsunabhängig) meist nach Bauchgefühl, und das setzt ein persönliches Kennen voraus.



← Messestände, die einladend wirken
Kümmern Sie sich um das Wohlbefinden Ihrer Kunden. Auch und gerade auf einer Messe!



← Schillernd bunt
Klassische Hochzeits-
Posings sollten auch
bei einer Reportage
nicht zu kurz kom-
men. Wichtig hier: Die
Schärfeebene sollte
tief genug sein, damit
beide erkennbar sind.

INTERVIEW

KATJA HEIL

Vielfältig, aber klar

Katja Heil gehört zu den »alten Hasen« der nationalen Bloggerlandschaft. Seit 2009 betreibt sie den Hochzeitsblog »Fräulein K sagt Ja«, der mittlerweile mit ihrem Onlineshop untrennbar verbunden ist. Gestartet ist sie mit dem Erzählen über Hochzeiten. Sie kennt die Branche, hat schon einige Hochzeiten fotografiert und ist mit ihrem Instagram-Kanal sowie dem dazugehörigen Motivations-Mittwoch



▲ Katja Heil

ein wunderbarer Coach und eine kompetente Ansprechpartnerin in Sachen Wissen rund ums Marketing in unserer Branche.

Saja Seus: Katja, welche Rolle spielt Onlinemarketing für Fotografen?

Katja: Eine der größten Rollen überhaupt, würde ich sagen. Wer kein gut florierendes Ladengeschäft bzw. Studio hat und dazu noch überregional arbeitet, braucht ein »Schaufenster«. Denn wer keine Bilder zeigt, wird auch nicht gesehen. Nicht gefunden. Nicht gebucht und auch nicht weiterempfohlen.

Onlinemarketing bietet zum einen die Möglichkeit, Arbeiten zu zeigen, und zum anderen, ein Bild von sich als Person zu schaffen. Dienstleistungen wie die Fotografie hängen eng mit der Person des Dienstleisters zusammen.

Hochzeitsfotografie hat in den letzten Jahren einen großen Wandel durchlebt. Paare suchen nicht nur eine Fotografin oder einen Fotografen, der ein paar Bilder macht. Sie wünschen sich eine Persönlichkeit,

- Telefon: +49 721 66998826
- E-Mail: mail@katjaheil.de
- Website: www.katjaheil.de
- Social: www.facebook.com/Katjaheilfotografie ★ www.instagram.com/katjaheil_business/ ★ <http://www.pinterest.de/katjaheil/>

die sie über den Tag hinweg begleitet. Umso wichtiger, dass es auch menschlich passt! Onlinemedien bieten die große Chance, sich sowohl handwerklich als auch menschlich zu positionieren, neue Kunden zu finden und mit Bestandskunden in Kontakt zu bleiben. Daher ist es in meinen Augen essenziell, online aktiv zu sein!

Welche Kanäle sollte man dabei bespielen?

Kanäle, die auf visuelle Medien abzielen, sind wie gemacht für Fotografen. Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen haben Fotografen einen großen Vorteil: Sie haben gutes Bildmaterial. Das Picture-First-Prinzip gilt besonders für soziale Medien wie Instagram und Pinterest.

Der Kanal mit der größeren Aktivität und den höchsten Zuwachsraten in der Zielgruppe »24–39 Jahre« ist Instagram. Die Community ist agil, nutzt das Medium mehrmals täglich und hat gelernt, dass es dort attraktiven und stetig neuen Content zu sehen gibt. Neben Instagram halte ich Pinterest für äußerst attraktiv. Die digitale Pinnwand ist ein nachhaltiges Medium, dem man etwas Zeit zugestehen sollte, das aber große Effekte für SEO haben kann.

Unabdingbar ist zudem eine eigene Website, die technisch und optisch dem modernen Standard entspricht. Die eigene Seite ist der Abfahrtsbahnhof für alle anderen Kanäle. Während die Social-Media-Kanäle Lust auf mehr machen, liefert die eigene Website detaillierteren Content und nutzbringende Informationen für Kunden.

Reicht es dabei, einfach nur Informationen weiterzugeben?

Nein, das reicht heute nicht mehr. Menschen erzählen sich seit jeher Geschichten. Geschichten sind persönlich, sie sind emotional, und sie berühren. Man merkt sich Geschichten besser als einen sachlichen Bericht, weil sie mit einer Person verknüpft werden.

Diese Eigenschaft kann man sich in sozialen Medien wunderbar zunutze machen. Bild und Text gehen zusammen, sie verstärken gegenseitig die Botschaft. Gewürzt werden sie durch die Persönlichkeit des Publizierenden.

Dieses Prinzip lässt sich auch auf andere Medien übertragen. Auf die eigene Website, auf Blogs, Facebook, Pinterest, Google Ads – jeder Kanal kann zielgruppengenaue Geschichten zeigen, gemeinsam vermitteln sie ein einheitliches und überzeugendes Markenbild.

Viele blicken neidvoll ausschließlich auf Follower-Zahlen. Das kann demotivierend dafür sein, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen, denn der Weg ist lang und anstrengend. Bei unserer schnelllebigen Zeit eher eine kritische Zeitinvestition, oder? Nein. Wie so oft zählt die Qualität, und nicht die Quantität. Es sollte viel mehr darauf geachtet werden, die richtigen Menschen zu erreichen als richtig viele. Interessen, Lebenssituation, Wohnort, Alter, Kaufkraft und viele Eigenschaften mehr kennzeichnen den Kunden, der zu einem passt. Lieber die Energie auf das Durchdringen dieser Gruppe aufwenden als auf den Wunsch einer möglichst großen, aber leider verwässerten Followerschaft.

Früher war der klassische Marketingmix die hohe Kunst des Werbens: Was wird in welchen Medien wann an welche Zielgruppe ausgespielt ...? Würdest du das weiterhin verfolgen? Oder auf ein großes Pferd (wie zum Beispiel Instagram) setzen?

Prinzipiell ist dieser Gedanke nach wie vor richtig, nur, dass weitere Medien hinzugekommen sind. Zudem sind Kunden und Follower nicht mehr so trennscharf einzukreisen. Wer jemandem auf Instagram folgt, liest nicht zwingend auf dessen Website mit oder kauft eine Zeitschrift mit dessen Anzeige. Das Marketing muss sich dem kurzweiligen und mobi-

len Nutzerverhalten anpassen. Ich nenne es gerne »Konfetti-Marketing«. Man muss immer und immer wieder schöne, kleine Impulse in die Medien werfen, um präsent zu bleiben und Aufmerksamkeit zu erreichen. Wer einen nachhaltigen Effekt erzielen möchte, stimmt die Inhalte aufeinander ab. Man zeigt nicht überall dasselbe Bild. Wohl aber solche, die zueinanderpassen und eine ähnliche Geschichte erzählen.

Mit stetiger, stringenter Kommunikation auf verschiedenen Kanälen schafft man es, im Gedächtnis des Kunden zu bleiben. Die eine Aktion, die x neue Aufträge bringt, gibt es nicht mehr.

Es braucht Konfetti. Immer wieder und überall!

Dankeschön, Katja!



↑ Zusammenhänge zeigen

Fotografieren Sie nicht nur einzelne Elemente der Tischdekoration, sondern setzen Sie diese auch in einen Zusammenhang. Das Besondere der Papeterie ist nämlich oftmals, dass diese perfekt aufeinander abgestimmt ist. (Hier ersichtlich durch das gleiche Muster auf Namensschild und Serviettenhalterung.) Nutzen Sie eine kurze Brennweite um beides abzubilden und schließen Sie die Blende auf f4 oder f5,6).



← **Details mit Liebe fotografieren**

Die vielen Details auf Hochzeiten sind für einige Paare besonders wichtig. Denn sie wurden mit Liebe und Achtsamkeit ausgesucht. Besonders beeindruckend werden die Bilder, wenn man die Details ein wenig umarrangieren kann. Hier sorgt ein Seidenband, das wie von selbst aus dem Ringkästchen »fließt«, für einen zusätzlichen Wow-Effekt.





↑ Gesamtaufnahmen und Arrangements

Die Aufnahme des Nachtischbuffets kann manchmal eine Herausforderung sein. Achten Sie hier auf das vorhandene Licht und die Lichtrichtung, testen Sie Perspektiven. So lange, bis Sie der Meinung sind, dass Leckereien und Kuchen in anständigem Maße erkennbar sind.

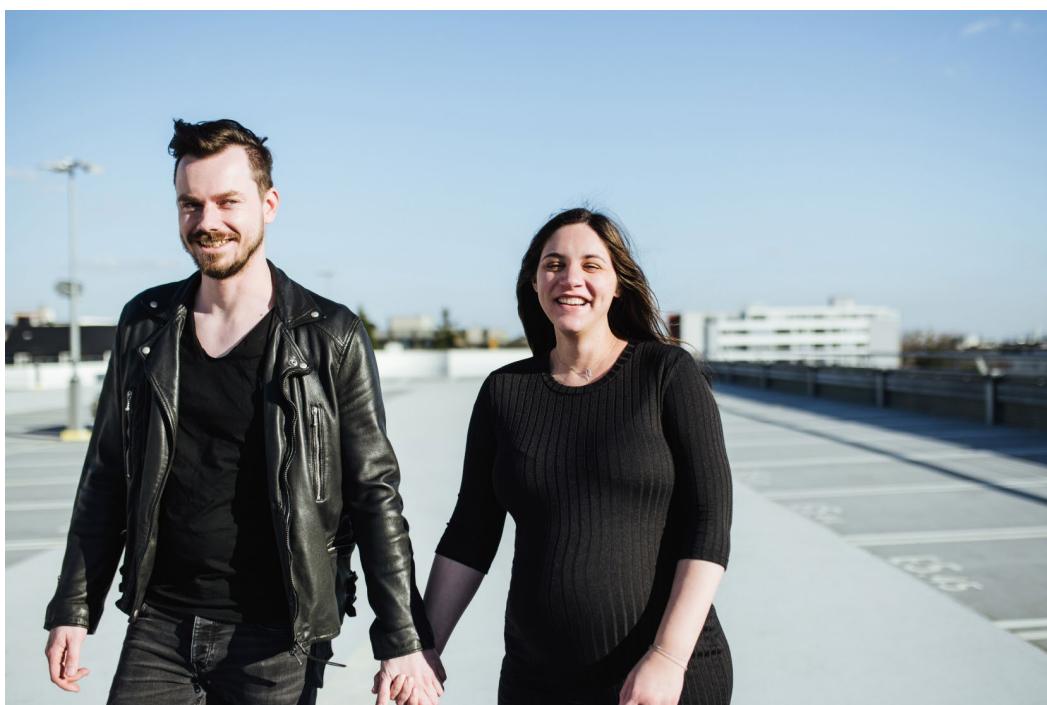
← Reihung und Fokus

Die Dekoration steht oftmals in Reih und Glied nebeneinander. Sind alle Bildenebenen scharf, kann sich der Betrachter kaum konzentrieren. Das Auge ruht nicht, sondern hüpfstetig im Bild herum. Mit einer offenen Blende und dem Herauspinkeln eines Elementes (hier die Anhänger der Fläschchen) setzen Sie klare Akzente und helfen dem Betrachter, das Bild einfacher zu erfassen.

3.2 Bauen Sie Vertrauen zu Ihren Kunden auf

*Sorgen Sie dafür,
dass Paare sich
von Anfang an
sicher sind: »Bei
dieser Fotografin
oder diesem Foto-
grafen kann uns
nichts passieren,
hier sind wir gut
aufgehoben.«*

Zu einer jeden intakten Beziehung gehört Vertrauen. Vertrauen sorgt dafür, dass wir keine Angst vor möglichen Konsequenzen haben und uns frei in unseren Handlungen fühlen. Wir geben die Verantwortung aus der Hand und sind uns sicher, dass uns diese Entscheidung nicht zum Nachteil gereicht. Vertraut wird intuitiv, und Vertrauen kann im schlimmsten Fall (wenn es zerstört wurde) nur schwierig wieder aufgebaut werden.



↑ Schwangerschaftsfotos auf einem Parkdeck im Sommer

Haben Sie die Möglichkeit, Paare über viele Jahre hinweg zu begleiten, und werden Sie immer und immer wieder gebucht, zeigt dies, dass Sie das Vertrauen Ihrer Kundschaft gewonnen haben und halten können. Mit diesem Paar durfte ich nicht nur ein Engagement-Shooting und die Hochzeit, sondern auch die Zeit kurz vor der Geburt des Nachwuchses festhalten. Übrigens in der prallen Mittagssonne, denn ich als Langschläferin schaffe es im Sommer einfach nicht, pünktlich vor dem Sonnenaufgang aufzustehen.

Vertrauen basiert auf zwei aufeinander aufbauenden Werten: Erfahrung und Information. Wir haben blindes Vertrauen, wenn es um Handlungen oder Ereignisse geht, die wir am eigenen Leib immer und immer wieder gleich erleben. Es

stellt sich eine gewisse Zuverlässigkeit ein. Zum Beispiel vertrauen wir darauf, dass die Sonne jeden Tag auf- und wieder untergehen wird. Das klingt banal, ich weiß, aber wann ist die Sonne denn mal nicht aufgegangen, hm? Ist dem Paar bisher nichts oder nicht viel Negatives passiert, wird es Ihnen blitzschnell vertrauen. Ist es eher misstrauisch, vielleicht aufgrund schlechter Erfahrungen, dann benötigen sie natürlich etwas mehr Zeit und auch den einen oder anderen Vertrauensbeweis von Ihnen, um Sie für die sichere Wahl zu halten.

Kommt zu Erfahrungswerten noch die passende Information hinzu, können Sie auch Paare mit schlechten Erfahrungen überzeugen und aufklären. Sie müssen also mit beidem aufwarten können: mit durchgängig positiven Erfahrungen mit Ihnen als Fotograf und mit ausreichend Hintergrundinfos bezüglich Ihres Angebots und Ihrer Person.

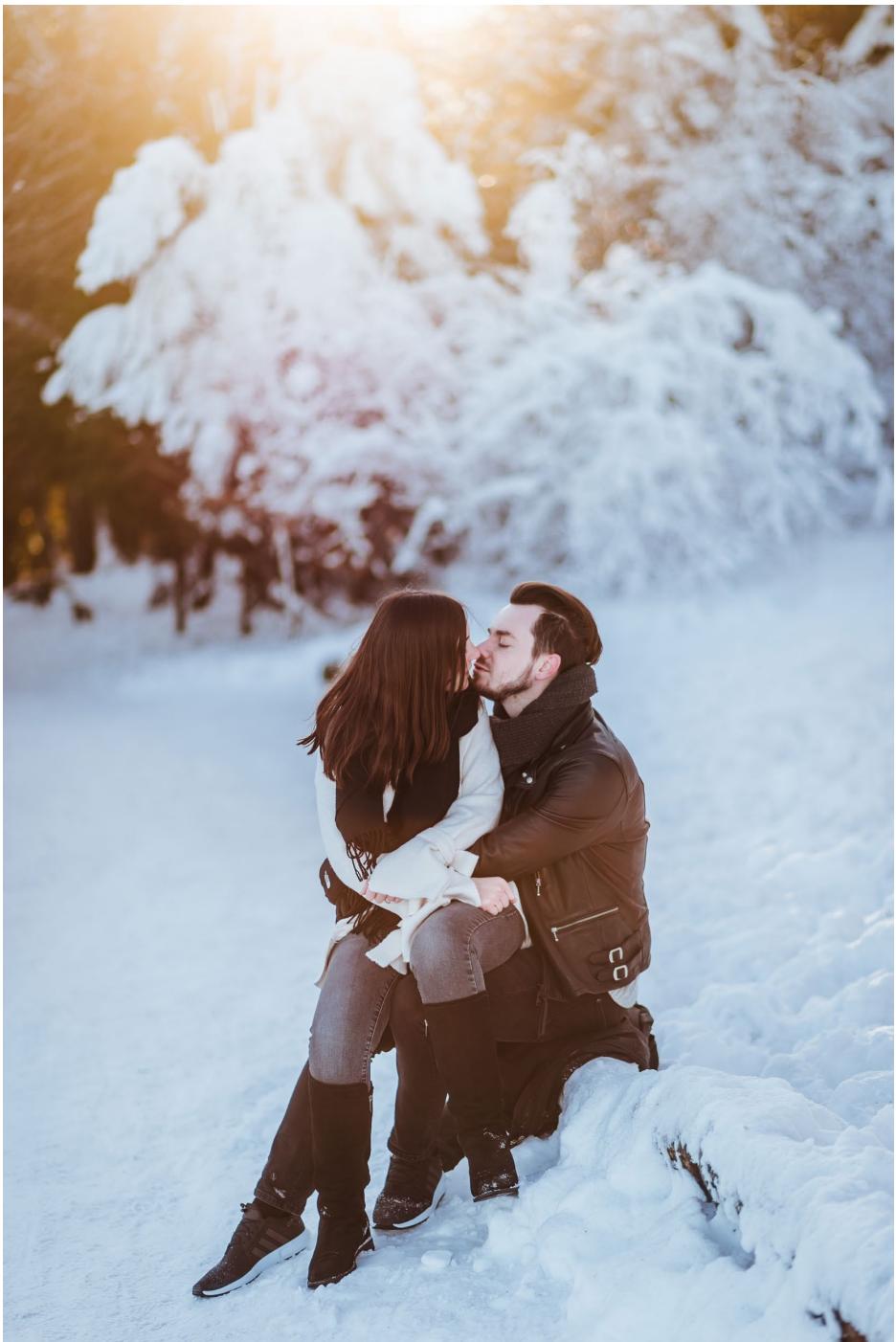
Referenzen zeigen und Erfolge kommunizieren

Qualitätssiegel, wie das von Verbänden (etwa der *Bund professioneller Portraitfotografen*, kurz bpp), oder Veröffentlichungen auf Blogs (nicht nur dem eigenen) sind optisch schnell erfassbar und an verschiedenen Stellen, wie der Website oder in Printprodukten, einfach anzubringen. Kundenstimmen oder Google-Bewertungen können ebenfalls eine Möglichkeit sein, Vertrauen zu wecken. Sie sind öffentlich zugänglich, und verifizieren Sie als echt und glaubwürdig.

Eine zusätzliche Maßnahme zum Vertrauensaufbau ist der Einblick in eine bereits bestehende Kundengalerie, die der Hochzeit ähnlich ist, die gerade angefragt wird. Fragt Sie ein Paar nach einer 13-stündigen Begleitung in einer Scheune, zeigen Sie gerne alle 600 Bilder der letzten Scheunenhochzeit, die Sie im Portfolio haben. Eine passwortgeschützte Galerie und natürlich das vorherige Einverständnis des Kunden, dessen Bilder Sie zeigen, ist obligatorisch.

Auch das zuvor erwähnte *Engagement-Shooting*, also das Aufnehmen von Paarfotos im Vorfeld einer Hochzeit, kann zum einen helfen, Vertrauen aufzubauen, und zum anderen für das Paar (und auch für Sie) gleichzeitig eine Art Übungsstunde sein. Auch Sie können viel Job-relevantes über das Paar lernen und zudem für die Fotografie üben und Neues ausprobieren. Damit zeigen Sie nicht nur, wie Sie arbeiten, sondern auch, dass es Ihnen wichtig ist, dass sich das Paar vor der Kamera wohlfühlt und Sie zuverlässig liefern können.

Sie dürfen und sollten zudem Ihre Erfolge kommunizieren. Auf Ihrer Website können Sie problemlos Verlinkungen zu gewonnenen Preisen, Bilder zu Referenzen oder Videos einsetzen, und Sie werden dadurch mehr Glaubwürdigkeit und Vertrauen erzielen.





← ↑ Verlobungsbilder im Schnee

Diese Paarbilder entstanden ganz spontan. Mit nur einem Tag Vorlauf beschlossen wir, gleich morgens zum Sonnenaufgang im Schnee unterwegs zu sein. Eine sicher nicht nur für mich herausfordernde Tageszeit, jedoch mit dem Vorteil verbunden, weitestgehend allein zu sein und eine unberührte Schneedecke vorzufinden. Uns allen war es eisig kalt, trotz des heißen Tees aus der Thermoskanne, aber schlussendlich hat es sich gelohnt.

WETTBEWERBE

Besonders wenn ich an die in meiner Kindheit stattgefundenen Bundesjugendspiele denke, graust es mich rückblickend. Konkurrenzsituationen waren nie wirklich mein Ding, gegen andere anzutreten empfand ich noch nie als besonders erstrebenswert. Eine Zeit lang dachte ich das auch über fotografische Wettbewerbe. Dabei kann ein gewonnener Wettbewerb für zusätzliche Reichweite sorgen und den Kunden in seiner Entscheidung ungemein bestärken. Nicht alle Wettbewerbe sind dabei gleich. Ein vergebener *Online Award* kann für mehr Reichweite im Web sorgen. Mit einem wertvollen sogenannten *Backlink* (ein Rückverweis von der Veranstalterseite auf die eigene Seite) kann die Listung in Google oder auch direkt die Listung in den jeweiligen Fotografenportalen, beispielsweise bei den *Fearless Photographers*, steigen, und Sie werden von Paaren online besser gefunden.

Printmedien haben noch immer eine höhere Glaubwürdigkeit als online präsentierter Text. Eine Preisverleihung auf einer realen Bühne und eine Veröffentlichung in (regionalen) Printmedien können zudem perfekt zugeschnitten auf das jeweilige Publikum der Magazine sein oder die Onlinemaßnahmen ideal ergänzen. Oft werden auch Sachpreise vergeben.

Bevor Sie allerdings Bilder einreichen, sollten Sie sich die jeweiligen Wettbewerbsbedingungen ganz genau ansehen. Welche Rechte an Ihren Bildern hat der Veranstalter nach Ihrer Teilnahme am Wettbewerb? Die Zusammensetzung einerseits der Jury und andererseits der Bilder, die in früheren Runden in die engere Auswahl gekommen sind, geben Ihnen Aufschluss darüber, was gern gesehen wird und welche Bilder voraussichtlich weniger Chancen haben werden, auf einen der ersten Plätze gewählt zu werden.



↑ Braut Foto Award

Die meisten Wettbewerbe im Bereich der Hochzeitsfotografie werden online vergeben und juriert. Nicht so der Braut Foto Award, der vom Verlag Brautmedia ins Leben gerufen wurde. Bereits viele Jahre ist dieses Format in den Niederlanden sehr erfolgreich. Die Nähe zu den Paaren, die durch die Publikation des »Braut & Bräutigam Magazins« geschaffen wird, ist ebenfalls etwas Besonderes und sorgt nicht nur für Online-, sondern auch für Offlinereichweite.

Zuverlässig bleiben – Vertrauen nicht enttäuschen

Vertrauen aufzubauen kann manchmal einfacher sein, als es zu aufrechtzuerhalten. Denn Sie wissen es genauso gut wie ich: Einmal zerstörtes Vertrauen ist schwer wiederherzustellen. Über eine enttäuschende Erfahrung kann man zwar Stillschweigen bewahren, aber das ungute Gefühl bleibt bestehen. Nur nach sehr langer Zeit werden Sie zur vorherigen Leichtigkeit zurückfinden.

Aber keine Panik. Geht es vorrangig um die Ausführung eines Dienstes, fällt eine kleine Enttäuschung nicht über die Maßen ins Gewicht. Sie müssen nicht perfekt sein. Verantwortung für seinen Kunden zu übernehmen ist wichtig, aber reine Selbstaufgabe sollte dabei nicht an der Tagesordnung sein. Verschweigen Sie beispielsweise Ihre Preise gegenüber Gästen oder Paaren, ist das kein Verbrechen, weil es kein Indiz für Ihr Können ist. Schwierig wird es erst, wenn Sie beginnen sollten, in der Öffentlichkeit aktiv über Preise zu sprechen, die Sie bislang nie durchgesetzt haben, und damit ein falsches Bild von sich zeichnen. Auch imaginäre Jobs, Jobs, die Sie nie hatten, könnten Schwierigkeiten bereiten. Bleiben Sie bei der Wahrheit!

Zudem sind Hochzeitspaare zumindest für eine gewisse Zeit emotional mit ihrem Hochzeitsfotografen verbandelt. Das Schlimmste, das Paaren nach einer überzeugt durchgeführten Buchung passieren kann, ist die Stornierung derselben. Vielleicht aufgrund einer Doppelbuchung oder wegen Krankheit. Oft liest man in Onlineforen verzweifelte Rufe nach einem kurzfristig einspringenden Ersatzfotografen, da der eigene nicht mehr verfügbar ist. Das passiert. Auch mir ist so ein Fall bereits untergekommen. Mitten in der Hauptsaison, den Kopf woanders, und zack – da könnten Sie auch mal vergessen, den Kalendereintrag zu setzen.

Nicht immer, aber doch hin und wieder kommt es vor, dass Menschen auch dann den Bezug zur Realität verlieren und ihren Frust an Ihnen auslassen. Das ist kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken. Eine zuverlässige Erreichbarkeit ist hier wichtig und gehört ebenfalls zum guten Ton unserer Zeit. Natürlich müssen Sie nicht innerhalb weniger Minuten antworten. Vier Wochen Wartezeit hingegen ist deutlich zu lang. Ein jedes Paar wird sich dann ganz sicher fragen, was bei Ihnen passiert sein mag und ob Sie die Hochzeit überhaupt begleiten können. So führte seinerzeit ein zwischenzeitliches »Stilllegen« meines Instagram-Kanals sogar zeitweise für besorgte Rückfragen per E-Mail, ob bei mir alles in Ordnung sei ...



↑ **Die Ankunft des neuen Erdenbürgers**

Haben Sie die Zeit vor der Geburt fotografisch festgehalten, werden Sie in der Regel auch dafür gebucht, zwei, drei Aufnahmen nach der Geburt des Kindes zu machen und die Erinnerungen an diese Zeit festzuhalten. Hier bietet sich durchaus auch mal das Zuhause des Paares an.

UMGANG MIT ENTTÄUSCHUNG

Nicht immer werden Sie es schaffen, ein Paar ohne jede noch so kleine Enttäuschung »in die Ehe zu entlassen«. Gerade bei Hochzeiten, die hochemotional sind, kann das sogar sehr schnell passieren. Häufig erleben Paare kleine Enttäuschungen, wenn es darum geht, alle Fotos einer Hochzeit zu betrachten oder bekommen zu können. Der Wunsch nach Kontrolle und Erinnerung ist meist sehr stark. Ihre Paare hier enttäuschen zu müssen, kann aber nötig sein. Mitfühlend zu reagieren, ist dann angebracht und das würden Sie (als empathischer Mensch) vermutlich ohnehin tun. Ein »Das tut mir leid« kann ehrlich und aufrichtig von Ihnen gemeint sein, auch ohne dass Sie die Enttäuschung zu verantworten haben. Denn meist wissen Paare bereits vor der Buchung, dass sie nur eine Auswahl der besten Bilder vom Fotografen erhalten werden. Zumindest sollten Sie das deutlich kommunizieren. Die Enttäuschung über unerfüllte Zusatzwünsche, haben Sie also nicht zu verantworten.

Sind Sie allerdings mitverantwortlich für das Dilemma, weil Sie diese Problematik nicht angesprochen oder das Paar nicht ausreichend darüber aufgeklärt haben, gilt es sich nicht nur dafür zu entschuldigen, sondern (wenn es möglich ist) für einen Ausgleich zu sorgen. So kann die Nachlieferung weiterer Bilder helfen, die Stimmung des Paares zu heben oder die Enttäuschung auszugleichen. Aber Vorsicht: Sie müssen auch hinter Ihren Entscheidungen stehen können. Fordert das Paar unangemessene Entschädigungen, dürfen Sie sich emotional distanzieren und auch angemessen zur Wehr setzen. Rechtsgrundlagen sind immer ein gutes Regelwerk, ansonsten hilft auch der Rat eines spezialisierten Anwalts, ob es sich in einem solchen Fall wirklich lohnt zu streiten.

3.3 Lassen Sie sich buchen

Bei meiner verzweifelten Suche nach einer treffenden Eingebung für diesen Abschnitt tippte ich »Wenn es denn so einfach wäre« in das Google-Suchfeld. Sofort spuckte mir mein elektronischer bester Freund innerhalb weniger Sekunden 271 000 000 Ergebnisse aus – doch keines der Ergebnisse brachte es auf den Punkt. Vielmehr waren es viele kleine Details, die vermeintlich bei einem Kunden zu einem Kauf führten. Von allgemeinen Regeln zu sprechen finde ich deshalb höchst schwierig, denn wir haben ja bislang festgelegt, wie Sie individuell agieren und wie Sie auftreten wollen.

Glauben Sie mir auch, wenn ich etwas »verkauft« habe, dann machte ich das bislang unbewusst. Ich bin eher begeistert von der Idee, als Fotografin mitwirken zu können. Mein Produkt ist transparent durchkalkuliert, und ich stehe zu dem, was ich als Preis aufrufe. Es bleiben also bei Verhandlungsfragen genug gute Argumente übrig. Aber was bei Buchungen immer der Fall ist: Die Sympathie füreinander ist vorhanden. Man hat sich ein bisschen ineinander »verliebt«.

Ich glaube letztendlich, dass wir vom menschlichen Miteinander auch sehr viel über das Verkaufen lernen können. Genau wie etwa in der Liebe können Gemeinsamkeiten bezogen auf Nähe und Distanz, Empathie und Sympathie eine große Rolle spielen, um schlussendlich für eine Hochzeit engagiert zu werden. Gerade im Hochzeitsbereich, in dem ein Dienstleister sehr viele emotionale Momente erfassen wird, ist es umso wichtiger, dass sich das Paar auch so zeigen kann, wie es ist. Und genau diese Eigenschaften lassen sich selten einfach erlernen, vorspielen oder nach Schema F abarbeiten. Entweder man mag sich oder eben nicht.

Für eine Buchung kann zum Beispiel auch der richtige Zeitpunkt eine Rolle spielen. Zögert das Paar noch wegen einer Kleinigkeit, obwohl es bereits kurz vor der Buchung steht, bieten Sie etwas an, was das Paar (oder einer von beiden) gerne haben möchte, kommen Sie einer Buchung vielleicht etwas näher. Der Kaufgedanke muss zwar bereits vorhanden sein, kann aber oft durch individuell auf das Paar zugeschnittene Vorschläge noch verstärkt werden. Möchte das Paar allerdings gar keine Fotografin oder keinen Fotografen, werden Sie es schwer haben, und im Zweifel steht der Aufwand nicht in Relation zu einer möglichen Buchung.

Jeder Mensch möchte zudem Aufmerksamkeit und Wertschätzung erfahren. Denn dann fühlt er sich gut. Zeigen Sie also, was Sie an Ihrem potenziellen Kunden mögen (und man mag immer irgendetwas!) und warum Sie sich auf ihn freuen. Er wird lieber zu Ihnen kommen, wenn er weiß, dass er willkommen und erwünscht ist. Auch wenn es nicht direkt »Klick« macht: Schicken Sie ihn nicht direkt weg, sondern versuchen Sie zu verstehen, was er möchte. Anfrage-E-Mails können oft kurz, manchmal auch barsch oder unsensibel formuliert sein. Das Verhalten am Telefon oder andere Kommunikationsversuche werden nicht immer dem entsprechen, was Sie sich unter einer positiven ersten Kontaktaufnahme vorstellen. Ihr Traumpaar wird es im Zweifel aber nicht böse meinen, sondern einfach nicht wissen, wie es besser geht. Klappt das mit der Kommunikation, haben Sie vielleicht schon den bekannten »Fuß in der Tür«.

Als absoluter Traumdienstleister wissen Sie auch um die Sorgen Ihrer (potenziellen) Kunden. Paaren, die sonst in der Hochzeitsplanung versinken würden, hilft es besonders, wenn Sie unkompliziert und durchweg positiv gestimmt sind. Ihr Paar muss kurzfristig den Termin für das Vorgespräch verschieben? – Ärgerlich, hat aber nichts mit Ihnen zu tun. Ihr Paar benötigt Hilfe bei der Suche nach einer Foto-Box? – Natürlich wissen Sie, wo Ihr Paar so etwas findet. Glänzen Sie mit Flexibilität und Verständnis, denn die Probleme Ihrer Kunden zu lösen kann auch Spaß machen und Ihnen sehr viel Wertschätzung entgegenbringen.

Überschreitet ein potenzieller Kunde Ihre persönlichen Grenzen, kommunizieren Sie dies offen. Ein »Mehr kann ich aktuell leider nicht für euch tun« bleibt freundlich und signalisiert unmissverständlich das Ende einer Diskussion über einen Rabatt oder sonstige unangebrachte Wünsche. Setzen Sie auch zeitliche Fristen. Natürlich möchten Sie das Spielchen nicht ewig hinauszögern. Irgendwann einmal sollte Ihr Kunde sich auch entscheiden können, ob er Sie wirklich buchen möchte oder nicht. Der gängige »Trick« der Branche: Es gibt immer auch ein anderes Paar ... Versäumen Sie es daher nicht, Ihr Angebot zeitlich zu befristen.



↑ Kurz vor der Unterschrift

Hier lässt sich der Bräutigam, offensichtlich recht entspannt, von der Standesbeamten erklären, wo er auf der Heiratsurkunde unterzeichnen muss. Mir war es wichtig, diese Situation auch mal aus der bisherigen Perspektive des Paares zu zeigen (ich habe für meine Aufnahme die Position eingenommen, an der die beiden zuvor Platz genommen hatten). Das bringt Abwechslung in die Perspektiven und wird das Paar später vielleicht einmal an seine Sicht auf die Trauzeremonie erinnern.

DREI DINGE, DIE SIE IN DER KOMMUNIKATION MIT EINEM PAAR UNBEDINGT UNTERLASSEN SOLLTEN

Hochzeiten sind sehr emotional, und genauso wie es in anderen Bereichen absolute No-Gos im Umgang mit Ihren Kunden gibt, so gibt es diese auch in der Hochzeitsbranche.

Sagen Sie niemals einen gebuchten Termin ab, ohne einen gleichwertigen Ersatz für Ihre Dienstleistung anzubieten

Das Paar hat sich im Zweifel lange umgeschaut und vielleicht aus sehr persönlichen Gründen den Termin bei Ihnen bestätigt. Paare nehmen damit ein hohes Risiko auf sich und investieren viel Vertrauen in Sie. Können Sie den Hochzeitstermin nicht wahrnehmen (aus welchen Gründen auch immer), gehört es sich, zumindest mit dem Vorschlag eines gleichwertigen Ersatzes abzusagen und dafür zu sorgen, dass Ihr Paar am wichtigsten Tag in seinem Leben in kompetente und zuverlässige Hände kommt.

Sich nicht mehr melden und kein Feedback geben

Eine weitere Horrorvorstellung ist es für das Paar, wenn es eine oder zwei Wochen vor der Hochzeit über Tage nichts von Ihnen hört. Gibt es den Fotografen überhaupt noch? Wird er auch kommen? Ihre Kunden möchten sich auf Sie verlassen können, sie wünschen sich Zuverlässigkeit, auch in der Kommunikation. Deshalb gilt es, für das Paar jederzeit erreichbar zu sein und in angemessenen Abständen von sich hören zu lassen.

Bilder nicht liefern

Auch Ihre Zuverlässigkeit nach der Hochzeit ist wichtig. Abgesehen von der im Punkt zuvor bereits angesprochenen verlässlichen Kommunikation sollten Sie auch fristgerecht liefern können. Ein Zeitraum von ein, zwei Wochen nach der Hochzeit bewegt sich noch im akzeptablen Rahmen (Sie könnten ja auch einmal krank werden). Verzögerungen über Wochen hinweg jedoch sorgen für berechtigten Frust. Die Paare warten auf die Bilder! Sollten Sie den vorab vereinbarten Liefertermin aus welchem Grund auch immer nicht einhalten können, kommunizieren Sie dies auf jeden Fall rechtzeitig! Sich nach der Hochzeit gar nicht mehr zu melden führt meist zu einer sehr großen Enttäuschung und häufig zu starken emotionalen Reaktionen, wenig überraschend. Überdies würde ein solches Verhalten Ihrem guten Ruf schaden – diesen Aspekt sollten Sie nicht unterschätzen!

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie professionell arbeiten und zuverlässig sind, und machen Sie um die drei oben genannten Szenarien unbedingt einen großen Bogen!

Der korrekte Umgang in Preisverhandlungen

Sie wird kommen: die Frage nach einem Rabatt. Warum? – Weil Feilschen offensichtlich zum guten Ton gehört. Schon oft haben Paare mich nach einer Rabattmöglichkeit gefragt, ich habe verneint, und sie haben trotzdem gebucht. So what? Kein Grund, in Panik zu geraten. Einige probieren es einfach. Ob Sie von

Ihrem Preis abweichen, entscheiden Sie ganz allein (das macht es ja so schwierig). Mögliche Gründe könnten ein leeres Konto sein oder der Wunsch nach neuem Portfoliomaterial. Vielleicht ist Ihnen das Paar besonders sympathisch oder, oder, oder ... Ihre Aufgabe während harter Preisverhandlungen besteht darin, das Paar aufzuklären, ohne sich dabei zu rechtfertigen. Möchten Sie pokern, tun Sie es! Aber wenn ein Paar wirklich unverschämt wird, weil es von Ihnen nicht bekommt, was es sich in den Kopf gesetzt hat, dürfen Sie gerne klare Aussagen treffen. Derartige Verhandlungen sind üblich, sie sollten jedoch stets aufrichtig und freundlich geführt werden.

Wie gesagt, auch bei mir haben bereits viele Paare versucht, den Preis herunterzuhandeln. »Wir finden Ihren Stundenpreis absolut nicht gerechtfertigt« ist aber sicherlich keine gute Grundlage für einen Einstieg in wertschätzende Verhandlungen. Persönliche Abwertung hat noch nie zum gewünschten Ziel geführt. Sie sollten also Ihrerseits im Gegenzug keinesfalls mit »Ihre Hochzeit ist aber auch nicht besonders interessant für mich« oder Ähnlichem argumentieren. Seien Sie lieber transparent und erklären Sie, wie viele Arbeitsstunden Sie in diese Hochzeit investieren werden.

Und fragen Sie das Paar gerade heraus, wo es der Schuh drückt. Vielleicht findet sich ja ein Kompromiss. Manchmal allerdings, wollen Paare gerne etwas haben, dass sie sich schlichtweg nicht leisten können.

Machen Sie sich bewusst, was Sie wert sind, und stehen Sie zu Ihrem Preis. Vergessen Sie nicht: Sie können jeden Samstag nur ein Mal vergeben.

WERTSCHÄTZUNG IN DER HOCHZEITSFOTOGRAFIE

Schon oft habe ich mir Gedanken über die Gründe der vielmals geringen Wertschätzung von Fotografen gemacht. Einer Fotografin oder einem Fotografen ist es natürlich wichtig, schöne Bilder zu machen. Aber nicht zuletzt die größten und aufwendigsten Hochzeiten haben manchmal einen branchenfremden oder gar keinen Fotografen, der sie begleitet. Weshalb nur?

Den meisten Paaren ist nicht bewusst, dass Fotografie ein Geschäftsmodell ist (und sein muss). Menschen gehen meist von ihrem eigenen Interesse aus und so würde etwas, was Paare als Hobby betreiben (nämlich Fotografie), immer etwas bleiben, dass mit Spaß in Verbindung gebracht wird. Nicht aber mit Arbeit. Dementsprechend fehlt das Verständnis dafür, viel Geld zu zahlen, sollten Sie mit Ihrer Dienstleistung nicht angemessen professionell auftreten.

Zudem verstehen nicht alle Ihre professionelle Ausrichtung. So ist in der Wahrnehmung vieler ein Fotograf für »alle« Genres perfekt. Dabei sind unterschiedliche Genres völlig unterschiedliche Welten. Eine klare Ausrichtung kann demnach nur helfen, dem Kunden klar zu machen, wofür Sie stehen.

Meist ist es auch Überforderung, die bei vielen Paaren herrscht. So greifen viele aus Unsicherheit für die Hochzeitsfotografie zum Freund oder zur Freundin, zu der Vertrauen besteht. Fragte ich einige meiner Freunde, weshalb sie mich darum batzen, ihre Hochzeit zu fotografieren, kam nicht (wie vielleicht erwartet und erwünscht) der Hinweis auf meine Kompetenz, sondern der Wunsch nach jemanden, der ihnen bereits bekannt ist.

↓ Die Ehe als rechtlicher Vertrag

Eine oft fotografierte Geste im Standesamt: das Setzen der Unterschrift unter die Heiratsurkunde. Im nationalen Umfeld scheint diese Geste wichtig. Im internationalen Umfeld ist es oft der Kuss, der bindend wirkt.

Neben klaren kalkulatorischen Rahmenbedingungen helfen Ihnen ganz sicher auch ein gesundes Selbstbewusstsein und ein ausreichender emotionaler Abstand, um sich gegen unfaire Verhandlungsfragen zu wehren. Ein Bewusstsein für Ihre Stärken und Schwächen und die Fähigkeit, diese Stärken in angemessener Weise zu kommunizieren und über Ihre Schwächen hinwegglachen zu können, sind dabei ebenfalls essenziell. Sympathie entsteht, wenn man einer anderen Person ähnlich ist. Das heißt: Auch kleine Fehler oder Schwächen können dafür sorgen, dass Ihr Paar Sie gut leiden kann und Sie trotz des vielleicht höheren Preises buchen möchte.



Ein Quäntchen Andersartigkeit kann zudem dafür sorgen, dass Sie im Gespräch bleiben. Ähnlich wie beim Paar, dass zu seiner Hochzeit Kamele herbeibringen ließ, um die Gäste zu beeindrucken, können Sie vielleicht etwas bieten, was dem Paar positiv in Erinnerung bleibt, ohne dass Sie sich unter Wert verkaufen müssen ... Bitte verschicken Sie nun keine Kamele, aber eine kreative Aufmachung Ihres Angebots kann durchaus begeistern. So gab es bei mir beispielsweise lange Zeit zwei USB-Sticks für Paare, die bewusst auf eine Namensänderung nach der Heirat verzichtet haben. Das hatte auch etwas damit zu tun, dass ich selbst genauso gehandelt und meinen Namen auch nach der Eheschließung behalten habe und mir das für meine Lieblingspaare ebenso wünschen würde. Beide Partner sind unabhängig voneinander und haben beide ein Recht auf einen eigenen Namen und damit auch auf einen eigenen USB-Stick. So. Das mag vielleicht albern wirken, kann aber in Erinnerung bleiben und zeigt Persönlichkeit.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Mit der Frage nach den rechtlichen Rahmenbedingungen werden Sie wahrscheinlich frühzeitig konfrontiert werden. Und Sie werden bald und sicher Aufträge bestätigen müssen. Darauf sollten Sie sich vorbereiten und sich selbst wie auch Ihrem Paar rechtliche Sicherheit bieten. Ein Vertrag ist für beide Seiten nicht nur eine Niederschrift von all dem, was zwischen Ihnen und dem Paar vereinbart wurde, sondern auch bindend, sollte es zwischen Ihnen und dem Paar zu Unstimmigkeiten kommen. Der Vertrag gibt beiden Seiten Sicherheit, denn gerade wenn jemand verärgert ist, ist es hilfreich, wenn Dritte (wie beispielsweise Anwälte) auf Vertragsfakten zurückgreifen und den Sachverhalt klären können, bevor durch einen drohenden Streit große finanzielle Folgen im Raum stehen. Zudem kann ich aus Erfahrung sagen, dass es mit klaren Vereinbarungen seltener zu Streitigkeiten kommt, denn beide Vertragspartner sind sich bewusster in dem, was sie tun werden und mit was sie zu rechnen haben.

Ein Vertrag ist eine sogenannte *übereinstimmende Willenserklärung*. Das bedeutet, dass beide Seiten mit den zu vereinbarenden Bedingungen einverstanden sein müssen. Es muss zwischen beiden Vertragsparteien also ein Konsens bestehen.

Hierbei gibt es unterschiedliche Formen. Die Papierform ist bei vielen Fotografen die gängigste und unterstreicht auch den verbindlichen Kontakt zum Paar. Befinden sich Ihre Paare am anderen Ende der Welt oder auch nur mehrere Hundert Kilometer entfernt, können Sie auch online (mithilfe verschiedener Websitetools) schriftliche Verträge abschließen. Eine Originalunterschrift wird

nicht benötigt. Selbst ein Handschlag würde ausreichen. Doch Vorsicht! Bei einer gerichtlichen Verhandlung könnten verbale Abmachungen möglicherweise schwer bis unmöglich zu beweisen sein.

Wie hoch ist Ihr Sicherheitsempfinden?

Erinnern Sie sich an Kapitel 2? Dort hatten Sie eine Einschätzung Ihrer Persönlichkeit vorgenommen. Insbesondere die Beantwortung der folgenden zwei Punkte kann Ihnen Hinweise geben, wie viel Aufwand und Zeit Sie in eine rechtliche Beratung investieren sollten.

<i>sicherheitsbezogen</i>	←————→	<i>risikobereit</i>	<input type="checkbox"/> <i>egal</i>
<i>unprätentiös</i>	←————→	<i>anspruchsvoll</i>	<input type="checkbox"/> <i>egal</i>

Sie entscheiden selbst, inwiefern Sie bereit wären, sich mit Ihrem Paar zu streiten, und wie weit Sie dabei gehen würden. Und anhand dessen entscheiden Sie auch, wie »wasserdicht« Ihr jeweiliger Vertrag aufgesetzt sein muss. So habe ich schon Kollegen erlebt, die auf zwölf (!) DIN-A4-Seiten AGB jegliche Eventualität abgewogen und festgelegt haben. Andere wiederum haben sich mit einem knappen, aber präzisen Zweizeiler via E-Mail als Buchungsbestätigung einverstanden erklärt. Eine fundierte rechtliche Beratung wird Ihnen an dieser Stelle die Möglichkeiten nationalen und internationalen Rechts erläutern. Lassen Sie sich hierzu am besten vom Anwalt Ihres Vertrauens beraten!

➔ Der finale Moment

Die Unterschrift im Standesamt gehört in nationalen Gefilden zum festen Bestandteil der Zeremonie. Bei unserer eigenen Hochzeit in Irland wurden keine Bilder der Vertragsunterschrift gemacht. Dort war das Unterschreiben der Urkunde auch kein fester Bestandteil der Zeremonie, sondern wurde »schmucklos« im Nachgang erledigt.



INTERVIEW

BIRTE STRACK

Der Blick der Anwältin



▲ Birte Strack

Birte Strack hat nach ihrem juristischen Staatsexamen im Jahr 2003 zunächst als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Mannheim, anschließend in einer Frankfurter Großkanzlei und dann in einer mittelständischen Immobilienkanzlei gearbeitet. Seit ihrer Referendariatszeit im Jahr 2006 ist sie außerdem als Hochzeitsfotografin tätig. Die Gestaltung von Verträgen war schon immer ein Schwerpunkt ihrer wissenschaftlichen und anwaltlichen Tätigkeit, die Nähe zur Hochzeitsfotografie hilft ihr bei ihrer aktuellen Spezialisierung auf Vertragsrecht für Fotografen. Als Fotografin und Rechtsanwältin kennt sie sowohl die Belange ihrer Fotografenkollegen als auch die Wünsche der Kunden und weiß, wie man beides rechtssicher und interessengerecht in Einklang bringen kann.

Saja Seus: Birte, Fotografen haben selten eine Ausbildung im Bereich Recht, was siehst du hier als Problem für die Fotografenwelt an? Was konntest du bisher beobachten?

Birte: Ich beobachte immer und immer wieder, dass viele Fotografinnen und Fotografen nicht wissen, wann sie Recht haben und wann der Kunde Recht hat. Das führt dazu, dass Streitigkeiten unnötig eskalieren. Ein anderes Problem ist, dass Fotografen als rechtliche Laien zwar wissen, welches Ergebnis sie sich wünschen, eine entsprechende rechtliche Konstruktion allerdings nicht umsetzen können. Da werden dann alle Wünsche unstrukturiert aufgeschrieben, und der Kunde wird zu allen möglichen und vor allem unmöglichen Sachen verpflichtet. So funktioniert das leider nicht. Die Folge ist, dass die meisten der selbst ausgedachten Klauseln unwirksam sind. Vertragsgestaltung ist ein Handwerk, das man über viele Jahre lernt. Wie Fotografie. Musterverträge und AGB unterliegen einer strengen rechtlichen Kontrolle. Anwälte schauen dabei, was möglich ist und was im Hinblick auf die rechtliche Landschaft eben nicht möglich ist.

- Telefon: +49 6351 1267842
- E-Mail: kontakt@birtestrack.de
- Website: <https://birtestrack.de>

Die meisten Fotografen gehen doch aber erst zum Anwalt, wenn es Probleme gibt, richtig?

Wenn es schon konkrete Probleme mit einem Kunden gibt, ist es eigentlich bereits zu spät. Man muss bestehende Risiken unter den Parteien gerecht aufteilen. Dazu gehört z.B. eine Antwort auf die Frage, wann bei einem Ausfall der Hochzeit oder einer Kündigung des Vertrages ein Ausfallhonorar in welcher Höhe zu zahlen ist. Eine Vereinbarung, die zu einseitig gestaltet ist, wird von den Kunden nicht angenommen und kann im schlimmsten Fall nach AGB-Recht sogar unwirksam sein. Risiken, die der Fotograf selbst tragen muss, sind anders abzusichern, z.B. durch Versicherung, Rücklagen oder einen entsprechenden Preisaufschlag in der Kalkulation. Dazu muss man die Risiken erkennen und wissen, welche Risikoverteilung rechtlich überhaupt bis zu welchem Grad möglich ist. So machen es die großen Unternehmen auch und diese differenzierte Arbeit kann nur ein Rechtsanwalt oder eine Rechtsanwältin leisten. Für den Fotografen ist es hingegen wichtig, dass er seinen eigenen Vertrag versteht und weiß, wie die Risiken verteilt sind. Auch hierbei bekommt er Hilfe von seinem Rechtsanwalt oder seiner Rechtsanwältin.

Gibt es Fälle, in denen ein Vertrag nicht schützt oder niemals schützen kann?

Die Frage stellt sich so gar nicht, da ein Vertrag nicht zum Schutz eines Einzelnen da ist. Gegenseitige Rechte und Pflichten sind das Stichwort. Man muss bestehende Risiken unter den Parteien aufteilen und

absichern. So wie in großen Unternehmen. Hier wird auch abgesichert. Zum Beispiel Zahlungsausfall. Das kann auch durch Versicherung, Rücklagen oder einen entsprechenden Preisaufschlag in der Kalkulation erfolgen. Oder eben durch eine mögliche Ausfallzahlung bei Auflösung des Vertrags.

Nun gibt es unzählige Spezialregelungen, mit denen man als Selbstständiger oft Probleme hat. Zum Beispiel das Thema Datenschutz. So viele Fotografen sind unfassbar unsicher. Was denkst du darüber?

Ich glaube, dass viele Fotografen wegen der seit Mai 2018 in Kraft getretenen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) unsicher sind, weil dieses Thema insbesondere in den sozialen Netzwerken sehr präsent war. Dabei ist es im Vergleich zu dem großen Thema Vertragsgestaltung/Schuldrecht, mit dem sich jeder selbstständige Fotograf intensiv auseinandersetzen sollte, ein kleines Randgebiet, das wesentlich weniger Risiken birgt als ein falsch geschlossener Werkvertrag. Mit der DSGVO muss man sich sicher beschäftigen – allerdings nicht sehr lange. Die Verordnung ist noch relativ neu, und vieles ist noch im Fluss. Der Besuch eines Seminars der Handwerkskammer oder Vorlagen, die über die Regelungen aufklären und 1:1 verwendet werden können, helfen mehr, als sich wochenlang verrückt zu machen und sich gegenseitig Angst einzuflößen.

Vielen lieben Dank, Birte!

KAPITEL 4

DER GROSSE TAG

KAPITEL 4

DER GROSSE TAG

Eine Hochzeit fotografisch begleiten

Wie oft schon haben Sie ein schlechtes Produkt, von dem Sie enttäuscht waren, wieder zurückgegeben? Wie oft war das überhaupt möglich? Deutschland hat für den Onlinehandel laut de.statista.com die höchste Rücklaufquote im europäischen Vergleich. Dies gilt vor allem für Mode und Möbel. Bei diesen Produkten sind Maße und Machart online oft nicht klar erkennbar. Kunden können sich nicht richtig vorstellen, was sie erhalten. Sie bestellen und schicken es im Zweifelsfall zurück.

Im Hochzeitsgenre ist das schwieriger, denn das komplette Produkt wird erst nach dem stattgefundenen Event sichtbar und kann dann nicht mehr zurückgegeben werden.

Was Ihnen hier übrig bleibt, ist schlussendlich nur der Ansatz, so professionell wie möglich zu arbeiten und die bestmögliche Arbeit abzuliefern. Machen Sie sich vor Ort bloß keine Sorgen! Das blockiert. Fühlen Sie stattdessen lieber mit. Es ist das, was die Hochzeitsarbeit oft zusätzlich herausfordernd macht. Jedes Wochenende diese röhrende Emotionalität, die Aufregung, das Chaos. Dabei macht genau dieses (Mit-)Fühlen viele Handlungen vorhersehbar und Sie damit besser in Ihrer Arbeit. Sind Sie zu distanziert und sachlich, werden Ihnen viele Kleinigkeiten entgehen. Beispielsweise die Stimmung während der Rede des Brautvaters. Fühlen Sie die Stimmung der Hochzeitsgesellschaft, können Sie (ohne krampfhaft schauen zu müssen) im richtigen Moment abdrücken. Fühlen Sie die Stimmung, werden Sie bereits wissen, ob sich der Blick ins Publikum lohnt oder ob Sie Ihren Fokus auf das Hochzeitspaar oder den Brautvater richten sollten. Geben Sie sich keine Mühe zu fühlen, werden Sie einfach ein Bild machen, in einem banalen Moment. Um (Mit-)Fühlen zu können, sollten Sie eben nicht blockieren, sondern professionell entspannt in der Situation sein.

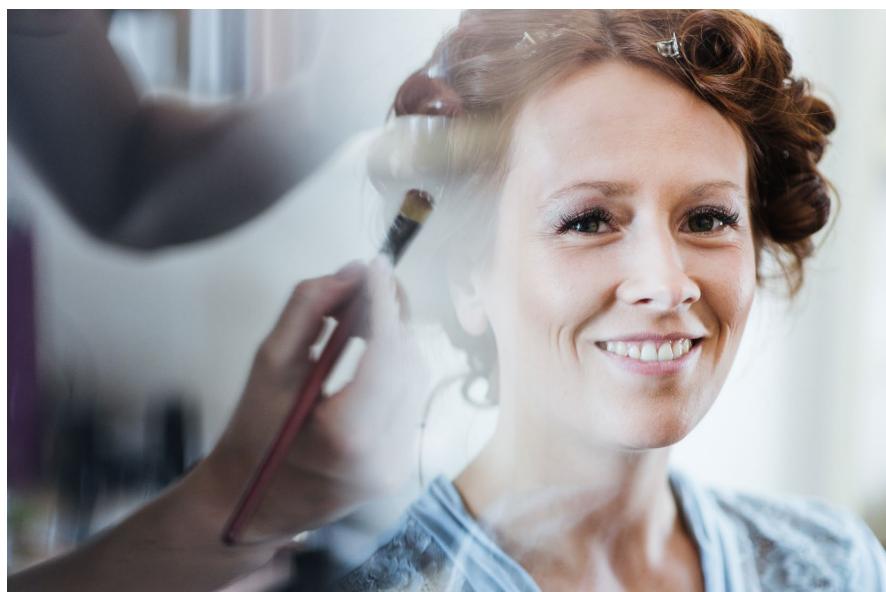
Planen Sie mit Ihrem Verstand, aber fotografieren Sie mit Ihrem Herzen.

Natürlich heißt das keinesfalls, dass Sie gänzlich unvorbereitet in die Hochzeit starten sollten. Aber bereiten Sie sich darauf vor, Ihre Pläne kurzfristig über den Haufen schmeißen zu können.

ALS HOCHZEITSFOTOGRAF IM EINSATZ

1. Bereiten Sie sich gründlich vor – Hausaufgaben und Trockenübungen.
2. Bleiben Sie stets aufmerksam – der Verlauf des Hochzeitstages.
3. Liefern Sie – Daten und wie Sie den Überblick behalten.

Der Tag der Hochzeit ist zudem der Tag, an dem Sie einem größeren Kreis an Menschen begegnen werden. Sie treten öffentlich in Erscheinung und können nun zeigen, wie großartig Sie sind und neben guten Bildern auch menschlich einen bleibenden Eindruck hinterlassen (oder auch nicht). Dies ist ein großer Vorteil gegenüber anderen Hochzeitsdienstleistern, die meist nur Teile des Tages miterleben dürfen, und ein weiterer Punkt, den es zu beachten gilt. Trotz all der Technik, die Sie mittlerweile auf Hochzeiten unterstützt, sind die Probleme vor Ort meist nicht die Kamera oder das Blitzgerät, sondern Sie als Mensch und wie Sie mit der Situation umgehen. Das Gefühl, das Sie während des Fotografierens vermitteln.



← Effektbilder als Reportage-Highlight
Bleibt Ihnen etwas Zeit, können Sie vermeintlich einfache Situationen mit Fotoeffekten und Tricks zu kleinen Highlights formen. Hier habe ich mithilfe eines Mobiltelefons die gegenüberliegende Wand ins Bild gespiegelt und so einen gläsernen Effekt ins Bild gezaubert. Das ist nicht jedermann's Sache, aber ein spannender Effekt, der beim Hochzeitspaar und bei den Gästen garantiert die Frage auslöst: Wie hat sie das nur gemacht?

Kommt es beispielsweise zu einem technischen Ausfall eines Ihrer Geräte, können Sie auf zwei Arten damit umgehen: offensichtlich panisch und unsicher oder souverän und mit einem humorvollen Augenzwinkern. Sie haben schon Grundlagen gelegt, auf deren Basis Sie diesen Tag erfolgreich gestalten können. Sie haben Ihre Zielgruppe und Ihre idealtypischen Lieblingskunden definiert. Deshalb stehen Sie jetzt hier auf dieser Hochzeit und nicht auf einer anderen, haben eine Vorstellung vom Ablauf und von der Stimmung. Sie konnten sich mental darauf einstellen. Das Handwerk beherrschen Sie sowieso und das Liefern der Bilder nach der Hochzeit ist für Sie dann nur noch ein Klacks.

4.1 Bereiten Sie sich gründlich vor – Hausaufgaben und Trockenübungen

Die Vorbereitung einer Hochzeit muss aus Fotografensicht nicht allumfassend sein, aber Sie sollten die Vorbereitung trotzdem ernst nehmen. Die Erfahrung zeigt zwar, dass Sie dennoch auf der Hochzeit Situationen erleben werden, in denen Sie vieles spontan lösen müssen (wenn sich etwa Rahmenbedingungen plötzlich verändert haben), aber gut vorbereitet zu sein bedeutet auch, dass Sie Alternativen kennen und am Tag der Hochzeit schneller und vor allem richtig reagieren können.

Bereiten Sie sich darauf vor, Ihre Pläne am Hochzeitstag problemlos umwerfen und spontan reagieren zu können.

Ungeplante Zwischenfälle sind die Regel auf Hochzeiten. Das kann beispielsweise eine Reihe ungeschickt geparkter Autos sein, die plötzlich an der Straßencke stehen, an der Sie Ihr Paar so prominent platzieren wollten. Oder fehlende Zeit, da sich der Tortenanschnitt am Nachmittag verzögert und somit weniger Zeit für die Paarporträts bleibt. Ihre Bemühungen zur Location-Suche können spontan über den Haufen geworfen werden, weil ein Guest plötzlich eine grandiose Idee hat und das Paar dafür begeistert. Können Sie hier nicht »nein« sagen, ist die neue Location gesetzt.

So geht es bei der Vorbereitung eigentlich mehr um das gute Gefühl, optimal vorbereitet zu sein, als darum, diese Pläne auch tatsächlich umsetzen zu können. Situationen, auf die Sie sich vorbereitet haben, haben Sie zumindest im Kopf schon einmal durchgespielt, und das kann ja nie schaden. Und überhaupt: Genug der Jammerei, auch ich habe schon Hochzeiten begleitet, auf denen alles nach Plan lief. Bereiten Sie sich deshalb gerne vor, und hoffen Sie (zu Recht) darauf, dass alles klappen wird.



Die Location-Suche

Je nachdem, wie weit entfernt Ihre Paare feiern und ob Sie als Fotograf die Location kennen (oder nicht), kann die Vorbereitung ausufernd aufwendig oder schon fast zu einfach für Sie werden. Das hängt vielfach von den gegebenen Umständen ab. Heiraten Paare beispielsweise exklusiv auf einem Hofgut mit tausend gepflegten Ecken, werden Sie es recht einfach haben, einen schönen Fleck für die Hochzeitsaufnahmen zu finden. Dann können Sie einfach einen Spaziergang rund um die Location unternehmen und sich auf das Licht konzentrieren. Feiert das Paar jedoch in einem engen Gasthaus, das sich vielleicht mitten in einer Stadt, umringt von Verkehr und Trubel, befindet, kann es sich schon schwieriger gestalten, eine ruhige, intime Ecke für Porträts zu finden, in der sich das Paar und Sie konzentrieren können. Zudem benötigt jeder Fotograf etwas anderes für seinen persönlichen Bildstil. Was Sie hier favorisieren, sollte Ihnen im Vorfeld klar sein.

↑ Momente, die nicht planbar sind
Natürlich können Sie sich um Locations und Hintergründe kümmern, aber die lustigsten und charakteristischsten Ereignisse auf einer Hochzeit passieren nur, wenn sich die Menschen dort wohlfühlen und entspannt sind. So wie hier das kleine Mädchen, dem so langweilig war, dass es ein kurzes Nickerchen während der Trauung eingelegt hat. Einmalig, oder?

Wägen Sie deshalb in einem Gespräch mit dem Paar spätestens eine Woche vor der Hochzeit ab, ob es notwendig sein wird, die Location bereits am Tag zuvor aufzusuchen, um sich nach passenden Ecken für Fotos umzusehen, oder ob Ihnen die Zeit am Tag der Trauung reicht, um passende Aufnahmestandorte zu finden. Ein Tipp: Sollte die Hochzeit an einem Samstag stattfinden und weiter entfernt liegen (150 km oder mehr), buchen Sie unbedingt ein Hotelzimmer und reisen Sie am Freitagvormittag oder in der Nacht auf Samstag an, um dem üblichen Wochenendverkehr zu entgehen.

Egal, wann Sie sich für die Foto-Location vor Ort entscheiden, ich teile meine Überlegungen diesbezüglich immer in zwei Bereiche:

- *den menschlichen Bereich*
- *den fotografischen Bereich*

Den *menschlichen Bereich* betreffend, achte ich in erster Linie darauf, ob das Paar und die Gäste die Zeit des Fotografiertwerdens gut gelaunt und mit Freude überstehen können. Regnet es, gilt es abzuwägen, wie die Befindlichkeiten der Herrschaften sind. Für viele Paare wäre es ein Graus, ins hohe nasse Gras zu steigen. Mit meiner Art und Persönlichkeit würde es mir schwer fallen, die Menschen angemessen zu motivieren. Deshalb suche ich in einem solchen Fall nach einer Location, an der die Füße trocken bleiben. Sind Sie dagegen ein Meister der Animation, könnte ein schönes Bild im Grünen möglich sein.



→ Details des Stylings

Auch bei inszenierten Bildern sollten Sie mit Bildausschnitten und Brennweiten variieren. Fotografieren Sie das komplette Paar (von Kopf bis Fuß), vergessen Sie dabei aber auch nicht die Details (wie beispielsweise den Brautstrauß).

Versuchen Sie sich in die Wünsche und Vorstellungen Ihres Paars hineinzudenken und handeln Sie danach.

Die Umgebung | Fragen Sie sich, was Ihr Paar aushält. Ist es eher schüchtern, und schämt es sich vielleicht ein bisschen, fotografiert zu werden? – Dann sollte die Location eher abgeschieden und ruhig sein, damit die beiden auch aus sich herausgehen können. Sind die beiden ohnehin extrovertiert und couragierte, können Sie das Paar beispielsweise bitten, sich mitten auf eine Kreuzung zu stellen, und so außergewöhnliche Bilder machen.

abgeschieden ← → *belebt* *egal*



← Spaziergang rund um die Location
Das Gute liegt oft sehr nahe. Schauen Sie zuerst, ob die Location, in der geheiratet wird, vielleicht die passende farbliche Umgebung für ein, zwei schöne Paarbilder bietet. Ein Scheunentor etwa kann ganz großartig als Hintergrund für ein schönes Bild geeignet sein.

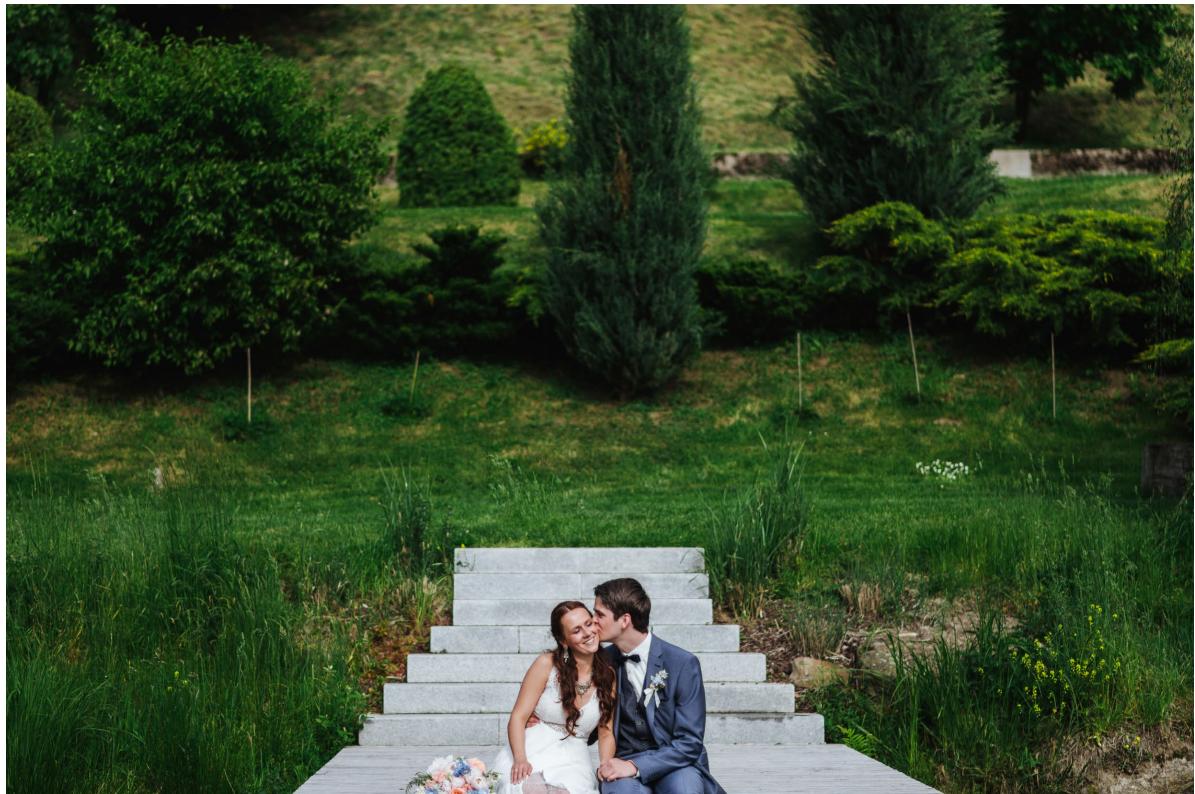
Verfügbare Zeit und der richtige Zeitpunkt | Der Weg zur Porträt-Location ist ebenfalls nicht unerheblich für die vorherrschende Stimmung. Ein wenig zeitlicher Abstand (ich empfehle fünf Minuten) zur Feier hilft, sich auf die neue Situation einzustellen, ist Ihr Paar allerdings ohnehin gestresst, kann bei 20 Minuten Fahrtzeit die Stimmung bereits kippen. In Relation zur Länge des Anfahrtswegs steht natürlich auch die Zeit, die für die Paarporträts zur Verfügung steht.

Bitte achten Sie darauf, die verfügbare Porträtzeit auch von der Stimmung des Paares abhängig zu machen:

- maximal 30 Minuten maximal 60 Minuten
 maximal 90/120 Minuten egal

Auch der Zeitpunkt, zu dem die Aufnahmen gemacht werden, kann entscheidend dazu beitragen, wie anstrengend der Teil der Porträts für Sie und das Paar sein wird. So habe ich persönlich die Beobachtung machen können, dass Paare bei Porträts vor der Trauung ein wenig aufgeregter und angespannter sind, als wenn wir während des Sektempfangs fotografieren. Sie sind dann mit dem Kopf bereits bei der Trauung. Auch das Wetter kann eine Rolle spielen. Apps wie »RegenRadar« können Ihnen hier helfen, besser einschätzen zu können, wann es einen regenfreien Moment geben wird, den Sie nutzen könnten. Wann, denken Sie, ist der richtige Zeitpunkt für die Bilder?

- vor der Trauung nach der Trauung egal



↑ Außergewöhnliches Posing oder ungewöhnliche Handlungen

Die meisten Paare stehen an ihrem Hochzeitstag gerne nebeneinander. Fragen Sie Ihr Paar doch einfach einmal, ob es sich für ein Bild auch, wie hier, auf den Boden eines Stegs setzen würde.

Aus *fotografischer Sicht* können Sie ebenfalls einige Rahmenbedingungen vorbereiten, damit Umgebung, Licht und mögliche Perspektiven sowohl Ihrer persönlichen Bildsprache als auch der individuellen Art der Hochzeit entsprechen. Anders als beim Wohlfühlfaktor des Paars rate ich Ihnen hier, weniger Kompromisse einzugehen. Vorschläge Ihrer Kunden sind meist traditioneller Natur. Das bedeutet auch, dass diese oft nicht besonders kreativ sind. Sie werden vermutlich im Stadtpark landen, wenn Sie sich von Ihrem Paar oder deren Gästen Vorschläge zur Porträt-Location unterbreiten lassen. Es gilt vielmehr, die Quintessenz dessen herauszuarbeiten, was sich die Paare wünschen und das dann fotografisch kreativ zu realisieren.

Prüfen Sie die Location auf folgende Eigenschaften:

→ **Inhalt**

Wichtig bei der Location-Suche ist für mich, als Fotografin mit dokumentarischem Schwerpunkt, die inhaltliche Nähe zum Paar und seinen Vorstellungen. Feiert es in einer Scheune, ergibt es für mich keinen Sinn, die Porträts in einer urbanen Umgebung mit Betonmauern zu fotografieren. Denn die beiden haben sich bewusst für eine naturnahe Umgebung entschieden, da sollten auch die Porträts diese Wahl widerspiegeln. – Wie ist die Hochzeit? Wie ist die Porträt-Location beschaffen?

→ **Stimmung**

Es gilt auch hier, zu entscheiden, ob die Bilder eher Ordnung oder Ausgelassenheit ausstrahlen sollen. Darauf Bezug nehmend, können Sie sich beispielsweise für eine natürliche Umgebung mit gemähtem Rasen entscheiden oder für die wilde Sommerwiese nebenan. – Was passt besser?

→ **Licht**

Wichtig! Wie flexibel ist das vorherrschende Licht am Ort des Geschehens einsetzbar? Achten Sie sowohl auf mögliche Schattenplätze als auch auf direktes Sonnenlicht. Auch mögliche Gegenlichtsituationen könnten für Ihre Bildsprache von Vorteil sein. Apps wie »Sun Seeker« können Ihnen übrigens dabei helfen, den genauen Sonnenstand ausfindig zu machen. – Wie ist das Licht am Ort der Location beschaffen?

Paare visualisieren Bilder anhand der Motive, die sie im Kopf haben, und nicht mit Blick auf die mögliche Bildgestaltung oder Bildsprache.

DENKEN SIE AUCH AN DIE GRUPPENBILDER!

Was für Paarporträts ideal ist, reicht vielleicht nicht für Gruppenbilder. Bedenken Sie bei der Location-Suche auch die Anzahl der Personen, die auf ein Bild müssen, und scheuen Sie nicht, sich eine zusätzliche Location nur für die Gruppenbilder zu suchen.



↑ Außergewöhnliche Gruppenbilder

Gruppenfotos müssen nicht immer klassisch sein. Hier habe ich »die Jungs« im Gegenlicht auf mich zugehen lassen. Der Bräutigam hatte zudem richtig Spaß daran, ein bisschen Show zu machen. So bekam das Paar ein außergewöhnlich frisches und zugleich charakteristisches Bild geliefert, die Entscheidung, im Gegenlicht zu fotografieren (trotz Widerwillen des nebenan stehenden Onkel Bobs), ermöglichte es mir zudem, problemlos mit der starken, direkten Sonne umzugehen. So konnte ich unvorteilhafte Schatten in den Gesichtern und zugekniffene Augen vermeiden.

Paar- und Gruppenkonstellationen

Zur Vorbereitung von Gruppenaufnahmen ist die Abstimmung mit dem Paar unerlässlich. Fragen Sie erst am Hochzeitstag, was gewünscht ist, wird das Paar überfordert sein und dabei sicher etwas vergessen.

Dabei ist es vor allem wichtig, festzulegen, wer gemeinsam fotografiert werden soll bzw. darf. Gerade bei Patchwork-Familien ist es manchmal schwierig, auf den ersten Blick und als Außenstehender herauszufinden, wer zu wem gehört und wer mit wem harmoniert (oder eben gerade nicht). Da möchte die eine Person vielleicht nicht mit der anderen Person aufs Bild, oder eine wichtige Per-

*Zueinander gehört,
wer sich zusam-
mengehörig fühlt.*

son fehlt. Das zu organisieren ist nicht Ihre Aufgabe, und sorgt im Zweifel für Unsicherheit. Lassen Sie sich angemessen vom Paar informieren.

Für eine gute Organisation benötigen Sie lediglich die Gesamt-Gästeanzahl (für ein vollständiges Gruppenbild) und die gewünschte Anzahl an Konstellationen (Eltern, Freunde etc.).

Versuchen Sie dabei, auf lange Listen zu verzichten! Inszenierte Fotos verschiedener Varianten (Paar mit Onkel, Paar mit Tante, Paar mit Onkel und Tante, Paar mit Cousin und Onkel und Tante) können von der Hochzeitgesellschaft auch untereinander ohne Sie gemacht werden und sind schlachtweg nicht mehr zeitgemäß. Hier helfen Fotoboxen oder Polaroid-Kameras, die zudem noch einen gewissen Unterhaltungswert für die Gäste haben.

Fotogenehmigungen – der Umgang mit Standesbeamten und Geistlichen

Zwei von drei Möglichkeiten, die Zeremonie rund um das Jawort zu gestalten, sind fremdbestimmt und stark abhängig vom jeweiligen Standesbeamten oder Geistlichen. Standesamt und Kirche sind keine hochindividuellen Veranstaltungen und daher gewissen, fest definierten Abläufen unterworfen. Auch die Frage, ob und wie fotografiert werden darf, unterliegt hier strengen Vorschriften. So kommt es nicht selten vor, dass nicht nur Geistliche das Fotografieren verbieten, sondern auch Beamte.

Die Beweggründe sind meist unterschiedlich. Standesbeamte sind häufig besorgt, dass sie auf den Fotos in der breiten Öffentlichkeit zu finden sein werden und untersagen das Fotografieren aus persönlichen Gründen. Geistliche hingegen sehen die andächtige Ruhe gestört und empfinden, dass Menschen die durch die Kamera beobachtet werden, weniger konzentriert sind. Für mich eine verständliche und nachvollziehbare Haltung, die Sie unter Umständen durch Vertrauensaufbau entschärfen können.

Der Kreativität, die diesen Vertrauensaufbau unterstützen soll, sollten keine Grenzen gesetzt sein. Einige Fotografen melden sich bereits viele Wochen vor der Hochzeit beim Geistlichen oder bei der Standesbeamten – zumindest versuchen sie es –, um sich vorzustellen und zu versichern, dass unauffällig gearbeitet werden wird. Andere wiederum setzen darauf, dass das Paar sich darum kümmert und dafür sorgt, dass Geistliche und Beamte das Fotografieren erlauben. Der Kommunikationsweg ist dabei unterschiedlich: per Telefon, E-Mail, schriftlichem Brief oder sogar persönlich. Es wird hart verhandelt, nicht immer fair miteinander umgegangen. Das Paar muss das so akzeptieren, und die Kirche sieht sich hier auch nicht als Dienstleister. Können Sie nichts am Fotogra-

fieverbot ändern, sollten Sie dies respektieren. Nicht alles liegt in Ihrer Hand und in Ihrem Einfluss. Eine angemessene Vorwarnung an das Paar, bezogen auf das Risiko, macht Sie zwar zum Spielverderber (nach dem Geistlichen und dem Standesbeamten), kann aber für Klarheit und weniger Enttäuschung sorgen.



↑ Fotografieren trotz Verbot

Bei dieser Hochzeit habe ich mich ganz klar dem Willen des Pfarrers widersetzt. Das führte zu einem für die Gäste versteckten »Kampf« zwischen uns. Während der Trauung hatte sich der Pfarrer mir in den Weg gestellt. Die Küsterin setzte sich direkt neben meinen Assistenten, um gegebenenfalls zu verhindern, dass doch fotografiert wird, und um uns entsprechend zu ermahnen. Aus meinem dann aufgesuchten Versteck hinter der Kanzel heraus, konnte ich dennoch einen kurzen Moment der Ringübergabe erhaschen. Die Kamera fotografierte lautlos, aber der Pfarrer drehte sich natürlich öfter nach mir um, um zu prüfen, ob ich mich auch an das Verbot halten würde. Entscheiden Sie selbst, ob Ihr Job als Fotograf dem Paar und Ihnen dieses Drama wirklich wert ist oder ob Sie sich dem Willen des Geistlichen einfach beugen und versuchen sich emotional zu distanzieren. Schließlich geht es darum, dass dieser einzigartige Tag allen positiv in Erinnerung bleibt.

FOTOGRAFEN VS. STANDESBEAMTE UND GEISTLICHE

Um die ohnehin schwierige »Front« zwischen Geistlichen und Fotografen nicht weiter zu verhärten, ist es sinnvoll, sich stets unaufällig und respektvoll zu verhalten. Folgende Regeln können helfen:

→ Bleiben Sie auf Abstand

Starten Sie mit Brennweiten ab 85 mm. Das bedeutet, dass Sie wenigstens zwei Meter Abstand vom Paar halten werden und höchstens bei der Ringübergabe in der Nähe der Protagonisten sein werden.

→ Bündeln Sie Ihre Energie

Bewegen Sie sich wenig! Ein ständig umherschwirrender Fotograf zieht Aufmerksamkeit auf sich. Während des Singens oder wenn die Stimmung etwas lockerer wirkt, ist es erlaubt, zu gehen. Für die restliche Zeit gilt Zurückhaltung und Ausharren im Blickwinkel.

→ Informieren Sie sich

Kirchen haben viele Wege, es muss nicht immer der Mittelgang sein. Die Räume des Geistlichen können Sie vielleicht schneller an eine neue Position bringen als der Weg am Altar vorbei. Besprechen Sie sich vorher und planen Sie Ihre Wege. Das hilft, im richtigen Moment passend agieren zu können.



↑ Abstand während der Trauung

Auch mit einem gehörigen Abstand zum Paar (hier nutzte ich das 35-mm-Objektiv) können in der Kirche schöne Bilder entstehen. Hier habe ich durch die Kirchenbank zu meiner Linken ganz bewusst das Publikum ausgeblendet und das Paar in einen Dialog mit den beiden Geistlichen gestellt. Die Farben harmonieren großartig miteinander (es stört ja auch kein rotes Kleid von Tante Erna), und mit einer längeren Brennweite (70–200 mm) konnte ich das Paar sogar formatfüllend ins Bild bekommen.

4.2 Bleiben Sie stets aufmerksam – der Verlauf des Hochzeitstages

Nun ist es also so weit. Auch nach jahrelanger Erfahrung bin ich immer wieder aufgeregt und ein wenig unsicher vor jeder (!) Hochzeit der Saison. Obwohl Hochzeiten im Allgemeinen meist ähnlich verlaufen, sind die Situationen im Besonderen absolut unkontrollierbar. Die Ansprüche der Paare sind verschieden, und ihre Aufregung an diesem Tag tut ihr Übriges dazu. Ich bin ehrlich mit Ihnen: Das stellt mich auch noch nach Jahren immer wieder vor eine besondere Herausforderung, macht diesen Beruf aber konsequent interessant. Was während der Ringübergabe bei den letzten 20 Hochzeiten blendend gelungen ist, kann dieses eine Mal plötzlich nicht mehr funktionieren, weil beispielsweise jemand unkontrolliert ins Bild läuft oder die Lichtsituation sich ändert. Irgendjemand hustet, oder plötzlich geht die Welt einfach unter! Nein, das ist übertrieben, aber ich habe auch schon Geistliche erlebt, die sich während der Ringübergabe zwischen mich und das Paar gestellt haben, unbeabsichtigt (weil sie mich nicht bemerkt hatten), mitunter aber auch mit voller Absicht (weil sie nicht wollten, dass ich fotografiere). Auch eine plötzlich vom grellen Sonnenlicht angestrahlte Braut (während der freien Trauung lösten sich auf einmal die Wolken von der Sonne, und somit änderten sich die Lichtverhältnisse schlagartig) kann ebenso anspruchsvoll sein. Hier spielen Rahmenbedingungen und Ihre schnelle Beobachtungs- und Reaktionsgabe eine große Rolle. Ein richtig großartiger Hochzeitsfotograf werden Sie, wenn Sie »es kommen sehen« und zur richtigen Zeit richtig reagieren.

Der wichtigste Tipp, den ich Ihnen mit auf den Weg mitgeben kann, ist, stets aufmerksam zu bleiben.

So ist das Erste, worüber ich mir bei meiner Ankunft (beispielsweise an der Location der Trauung) Gedanken mache, das Licht. Licht und Lichtfarben machen einen großen Teil eines ästhetischen Bildes aus. Durch einen Perspektivenwechsel (gehen Sie in die Knie, beugen Sie sich nach vorn) können Sie Perspektive und Bildgestaltung ändern, nicht aber das vorherrschende Licht. Prüfen Sie also, woher das Licht kommt (frontal, seitlich, Gegenlicht) und welche Eigenschaften es mit sich bringt (weiches oder hartes Licht).

Eine sehr große Veränderung in der Bildwirkung erzielen Sie zudem mit der Bildgestaltung. So ist das sogenannte *Layering* – also das bewusste Platzieren von Elementen im Vordergrund – mittlerweile ein Hauptbestandteil vieler (Hochzeits-)Reportagen. Damit nutzen Sie gegebene Elemente im Raum (beispielsweise eine Tür), um andere Dinge auszublenden (beispielsweise das Hotelbett, auf dem lauter bunte Klamotten ausgebreitet sind). Das Layering sorgt für eine klare bildliche Führung des Betrachters und blendet störende Elemente aus.

Auch Inhalte und Motive werden von Ihnen bestimmt. Sie dürfen und sollten vor Ort entscheiden, ob Sie gähnende Gäste fotografieren oder ob Sie diese ausblenden. Die grundsätzliche Entscheidung über Ihren Stil im weitesten Sinne sollten Sie bereits im Vorfeld getroffen haben.

Mit der Zeit werden Ihre Motive immer ähnlicher, und die Routine wird Ihnen helfen, sich für Motive, Perspektiven und Blickwinkel zu entscheiden. Das kann der immer wieder gleiche Umgang mit den Detailbildern sein oder die immer gleiche Perspektive bei der Trauung. Bleiben Ihre Motive bei vielen Reportagen kontinuierlich, haben Sie eine Bildsprache entwickelt und werden Ihre Kunden mit Sicherheit glücklich machen (denn diese wissen, was sie bekommen werden). Gleichzeitig werden Sie von der aus dieser Routine erwachsenden Ruhe und von der dadurch gewonnenen Freiheit profitieren, indem Sie nebenbei die Zeit finden werden, ein, zwei Schlüsselbilder für Ihr Portfolio zu schießen. Ich behaupte: Allerspätestens nach 20 oder 30 Hochzeiten werden Sie den Dreh raushaben. Meist schon früher. Ist es also manchmal besonders anstrengend oder haben Sie Bedenken, es vielleicht nicht zu schaffen, rate ich Ihnen: Geben Sie nicht auf! Sie können das!

DIE ULTIMATIVE WEDDING-BUZZWORD-LISTE

Menschen reden gerne. Auf Hochzeiten ganz besonders. Manchmal fallen auch hilflose Fotografen diesem Konversationsversuch zum Opfer. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch, aber auf Hochzeiten werden Ihnen immer wieder Aussagen und Fragen von (vermeintlich schlauen) Menschen begegnen, die Ihnen vielleicht auf Dauer zur Last fallen. Um sich diesen bestmöglich entziehen zu können, habe ich einige dieser typischen Fragen für Sie aufgeschrieben und die dazu passenden Antworten formuliert. Vergessen Sie nicht, dass Sie sich auch als Dienstleister nicht alles gefallen lassen müssen. Vor allem nicht als Frau.

»Das lösen Sie doch sowieso mit Photoshop, oder?« – Immer! Welches Promi-Gesicht darf ich denn auf Ihren Körper retuschieren?

»Gegen die Sonne fotografiert, funktioniert das?« – Das weiß ich noch nicht, aber ich experimentiere gerne. Wir schauen mal.

»Sind Sie eine Professionelle?« – Nee, nur Hobby. Aber hervorragend bezahlt!

»Kann man davon leben?« – Ich lebe von großzügigen Spenden netter Hochzeitsgäste (es folgen eine aufgehaltene Hand und ein nettes Lächeln).

»Und was machen Sie im Winter?« – Schlafen.

»Toller Job! Einfach immer nur ein bisschen knipsen ...« – Und hervorragend essen!

»Tolle Kamera, die macht bestimmt gute Bilder!« – Stimmt, aber das ist wie mit Ihrem Navigationsgerät. Darauf kann man sich verlassen oder auch nicht.

»Hören Sie ... ich möchte mir eine Kamera kaufen, was halten Sie von ...?« – Nie gehört. Ich empfehle das iPhone 11!

»So gut haben Sie sicherlich schon lange nicht mehr gegessen?« – Ja, furchtbar! Wie soll ich mich denn nun mit so vollem Magen noch bewegen?

»Was war das Schlimmste, was Ihnen auf einer Hochzeit je passiert ist?« – Unglückliche, mürrische Gäste. Geben Sie sich also bloß Mühe bitte!

»Haben Sie denn auch einen Film eingelegt?« – Lassen Sie mich nachschauen ... (hierauf folgt das Öffnen irgendeiner Kameraklappe) ... oh, das hätte ich nicht machen dürfen, oder?

»Wie viele Bilder haben Sie schon gemacht?« – Zu viele/Zu wenige, alles so schön hier.

»Können wir alle Bilder haben?« – Alle ... alle? Von der ganzen Welt? Eieiei.

»Ich fotografiere ja auch gerne, aber nur so als Hobby.« – Genau wie ich! Hahaha!

»Können Sie kurz ein Bild von mir im Anzug machen, für eine Bewerbung?« – Sie möchten sich als Trauzeuge bewerben?

»Ein Freund von mir ist auch Hochzeitsfotograf ...« – Ha! Genau wie bei mir ... Verrückt.

»Schauen Sie (zeigt auf ein Kind mit Einwegkamera), das macht Ihnen schon Konkurrenz!« – Keinesfalls. Wir haben uns abgesprochen, eigentlich arbeitet es mir zu.

Umgang mit dem Paar und den Gästen

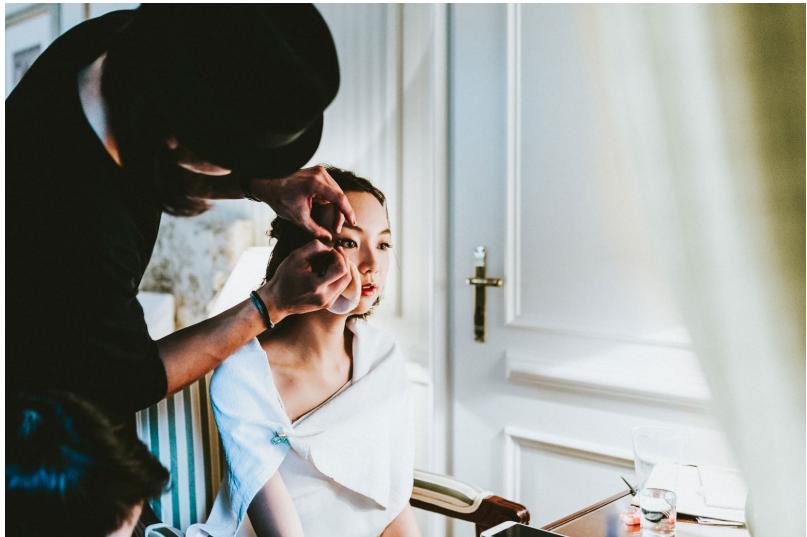
Gerade auf Hochzeiten, die hochemotional sind, können Situationen eskalieren. Fotografie ist allgemein eine sehr heikle Sache, denn sie zielt meist auch auf das Selbstbewusstsein der fotografierten Person und im Zweifel auf ihren Stolz. Auf Hochzeiten kommt zudem der gesellschaftliche Druck hinzu, glücklich wirken zu müssen, gut auszusehen und das auch zu zeigen, selbst wenn man gar nicht in der Stimmung dafür ist.

Aus diesem Grund haben sich viele (Fotografen) angewöhnt, Dinge positiver zu sehen, als sie sind. Das Kleid sitzt nicht perfekt? – Ach quatsch, so muss das doch aussehen! Die Torte ist matsch? – Nein, nein, die sieht doch großartig aus! Ich spreche hier gerne von der Pflicht, alles positiv zu sehen (oder sehen zu müssen), und vom rosaroten Hochzeitskitsch. Denn die Medien und die Gesellschaft sind nach wie vor der klassischen Auffassung, dass an diesem Tag alles perfekt sein muss. Es ist jedoch schlachtweg unrealistisch, dass alles perfekt sein wird, und Paare können sich am Tag der Hochzeit regelrecht in Tausenden Details verlieren. Auch bei guter Vorbereitung.



← Herausfordernde Gruppenkonstellationen

Bei Gruppenbildern haben Sie so viele unterschiedliche Menschen vor sich und müssen sich binnen weniger Sekunden umstellen. Kinder müssen anders angesprochen werden als ältere Herrschaften oder enge Freunde des Paares. Auch das Posing ist ein anderes. Im Zweifel hilft etwas Musik, um die Stimmung zu heben (also beispielsweise Gruppenbilder in der Nähe der Band), und bringt Sie als Fotograf nicht in die Bredouille, die ganze Zeit quatschen zu müssen.



↑ Nervosität erkennen

Gerade am Morgen des Hochzeitstages ist die Nervosität am Größten und die Aufregung besonders spürbar. Als Fotograf schon zu dieser Zeit dazuzustehen, kann jedoch für den ganzen Tag viel Vertrauen aufbauen, denn so können sich beide Parteien schon früh aneinander gewöhnen.

Viel wichtiger ist es deshalb, schwierige Situationen rechtzeitig zu erkennen und, statt sie zu überspielen, sensibel und verständnisvoll darauf zu reagieren. Wie gesagt: Das Kleid sitzt nicht perfekt? – Hat es noch nie, bei keinem Menschen, aber das macht nichts, denn das wird niemandem auffallen. Das Strahlen ist das, was die Menschen sehen werden. Die Torte ist matsch? – Herrje, irgend etwas musste ja schiefgehen. Wenn es nur die Torte ist, ist es ja noch okay. Da kann man später drüber lachen.

Nehmen Sie Ihre Kunden ernst, sie werden es Ihnen mit Anerkennung und Treue danken.

Nervosität und Anspannung erkennen

Sehr viele Menschen kompensieren Nervosität mit Plappern. Auf Hochzeiten muss ich mich selbst regelmäßig zusammenreißen, um nicht ständig im Re-Defluss zu enden. Das bestätigt, dass ich auch nach vielen Jahren noch nicht teilnahmslos gegenüber der feierlichen Stimmung auf diesem besonderen Fest bin, hilft mir aber nicht bei meiner Konzentration. Bemühe ich mich dagegen bewusst, mich zurückzunehmen, bleibt mir genug Energie, ganz genau hinsehen zu können. Das rate ich Ihnen ebenfalls. Nervosität und Anspannung sind sehr leicht erkennbar. Während die einen vor der Kirche wie wild ihre Schuhe polieren (immer und immer wieder), beginnen andere während der Zeremonie auch schon mal heftig zu zittern und fallen sogar in Ohnmacht! (Ich spreche aus Erfahrung – welch ein Drama!). Bemerken Sie das eine oder das andere (obwohl

die Situationen unterschiedliche Deutlichkeitsgrade an Nervosität aufweisen), können Sie zwar erst einmal nichts tun, aber Sie haben zumindest die Wahl, diese Handlungen mit in Ihre fotografische Begleitung einfließen zu lassen oder die Dokumentation derselben auszuschließen. Würden Sie diese Handlungen gar nicht bemerken, hätten Sie eine Möglichkeit weniger, Ihr Produkt zu gestalten. Seien Sie also aufmerksam.

Andere Arten von Nervosität und Anspannung werden sichtbar, wenn Menschen am Hochzeitstag miteinander interagieren. Da ist das Klischee der Brautmutter, die minutenlang auf ihre Tochter einredet, weil sie selbst einfach furchtbar nervös ist. Oder Onkel Bob, der vor lauter Aufregung bei den Porträtbildern hinter mir steht und wie wild mitfotografiert und dabei das Paar völlig aus dem Takt bringt. So ein wichtiges Ereignis, so tolle Bilder! Beeinflusst das Ihre Arbeit auf negative Art und Weise, sind das Situationen, in die Sie souverän und freundlich eingreifen können und sogar müssen! Eine kleine Übersicht über die möglichen Maßnahmen finden Sie im Folgenden.

Retten Sie kritische Situationen mit einem Ablenkungsmanöver | Die gängigste und wirksamste Methode, sich kritisch entwickelnde Situationen zu entschärfen, ist die Ablenkung. Ziehen Sie mit einem netten Spruch oder einer lustigen Verhaltensweise die Aufmerksamkeit auf sich.

Ein Beispiel: Sie sind bereits 20 Minuten über dem Zeitplan, die Gäste warten in der prallen Sommersonne (35 Grad), die Stimmung ist kurz vor dem Kippen, die Braut bricht jeden Moment in Tränen aus, und Sie haben es gerade geschafft, gleich das Zimmer verlassen zu können. Und die Brautmutter? Macht sich Sorgen über den Sitz des Schleiers. Sie sehen, wie sich die Finger der Brautmutter bereits auf den Weg gemacht haben, um in der Frisur der Braut herumzuzupfen, und denken sich im Stillen: Oh nein! Nicht jetzt! – Greifen Sie ein! »Liebe Braut, wer wird denn eigentlich gleich mit dir zur Trauung laufen?« Mit etwas Glück wird die Brautmutter vom Schleier Abstand nehmen und sich selbstverständlich um das angemessene Beantworten dieser Frage kümmern. Gegebenenfalls ernten Sie irritierte Blicke über die seltsame Frage. Doch alles egal, Sie haben dafür gesorgt, dass die Situation nicht noch weiter eskaliert. Es kann vorangehen.

Tipp: Übrigens schicke ich Onkel Bobs und andere aufdringliche Gäste während der Porträt-Session gerne Getränke holen. Schließlich soll es dem Hochzeitspaar ja gut gehen, oder nicht?

Loben Sie! | Das Schönste an meinem Beruf sind Menschen und ihre (Charakter-)Eigenschaften (haha!). Sie müssen nur einmal genau hinsehen und aufgrund Ihres Einfühlungsvermögens wahrnehmen, was es Schönes an der

jeweiligen Situation zu entdecken gibt. Sprechen Sie darüber! Loben Sie! Von der bewundernden Erwähnung der detailverliebten Dekoration bis hin zur respektvollen Bewunderung der geschmackvoll ausgewählten Kleidung. Ein Lob hilft auch bei den Gruppenaufnahmen.

Ich habe einem älteren Herrn sogar schon einmal gesagt, dass ich es großartig finde, dass er beim Friseur war. Oops, er musste lachen, denn er hatte natürlich kaum noch Haare. Das Bild war im Kasten. Nutzen Sie Ihr Bauchgefühl, um abzuwägen, ob solch ein Witz wirklich angebracht ist.

Und Vorsicht: Sexistische, rassistische oder zu platte Sprüche sind nicht angebracht! Ich beschränke mich bei Gruppenbildern meist auf den Hinweis, dass ich nicht darauf achte, wer zu wem gehört, sondern darauf, wie Formen und Farben miteinander harmonieren. Ich sehe keine Menschen, sondern Kleidungsstücke, deren Farbigkeit und Fläche. Damit möchte ich ausdrücken, dass nichts was anschließend passiert, mit der Persönlichkeit des Gastes oder der Gäste zu tun hat, sondern nur mit der fotografischen Gestaltung.

Für dumme Sprüche und das Verhalten der Gäste können Sie natürlich nichts (außer diese zu reflektieren). Aber sie sollten sich selbst erst auf dieses glatte Eis begeben, wenn Sie sich absolut sicher sind, es hält Ihnen stand.

Umgang mit Licht und Lichtfarben

Das Spannendste an Hochzeiten und etwas, was mich auch nach Jahren immer noch fasziniert und mir Spaß macht, ist der Umgang mit dem vorherrschenden Licht an einer Location. Das Licht ist Ihr stärkster Verbündeter und Ihr härtester Gegner zugleich. Es ist das Erste, was meine Aufmerksamkeit in Anspruch nimmt, und das Wichtigste, für das ich kämpfen werde. Licht hat eine unheimliche Macht. Je nach Ausrichtung können Sie vorherrschendes Licht künstlich beeinflussen und so zu »Ihrem Licht« machen. Oder unbeeinflusst das Beste daraus machen. Die Herausforderung besteht darin, sich zu entscheiden und dann gegebenenfalls die Situation Ihrem Wunsch und Ihrer Vorstellung eines guten Bildes entsprechend aussehen zu lassen. Dafür gibt es mehrere Möglichkeiten. Während meiner Ausbildung lernte ich drei einfache Arten, Licht zu sehen und zu unterscheiden. Die erste ist, die Lichtrichtung zu bestimmen.

Licht von vorn | Als sogenanntes *Auflicht* wird das Licht bezeichnet, das aus der gleichen Richtung auf das Motiv fällt, aus der Sie darauf schauen. Sie haben das Licht quasi im Rücken, es leuchtet direkt auf das Motiv. Auflicht sorgt für satte, leuchtende Farben und verhindert Schattenwurf. Es macht das Motiv also bunt, aber zweidimensional.



← **Auflicht aus Richtung des Fensters**
Ein Fenster ist die gängigste und neutralste Lichtquelle in der Hochzeitsfotografie. Sie sehen dies auch anhand der Reflexion in den Augen. Der Raum selbst ist nicht beleuchtet.

Licht von der Seite | Als *Seitenlicht* wird das Licht bezeichnet, das von links oder rechts auf das Motiv fällt. Es sorgt mit dem entstehenden Schattenwurf für eine deutlich erkennbare Form und kann so unvorteilhafte Falten oder Unregelmäßigkeiten im Bild verstärken, aber auch betonenswerte Formen (wie den Faltenwurf eines Seidenkleides) herausarbeiten. Weil das Licht von der Seite direkt auf das Objekt leuchtet, werden hier auch die Farben verstärkt. Seitenlicht eignet sich hervorragend, um Strukturen herauszuarbeiten und Akzente zu setzen. Das Bild wirkt damit spannender und vielfältiger als mit Auflicht, aber auch weniger gleichmäßig. Fällt es auf eine unpassende Stelle, wird diese durch die Helligkeit betont. Der Betrachter empfindet das Bild bei zu viel Hell-Dunkel-Abwechslung schnell als wirr und durcheinander.



← **Licht von der Seite**
Auch hier wird wieder das Fenster als Hauptlichtquelle genutzt. Das nun aber von der Seite einfallende Licht formt das Gesicht und setzt Akzente im Hemd.

→ **Licht von der Seite**

plus Aufhellblitz

Möchte man die starken Kontraste nicht haben, kann es sich lohnen, den dunklen Bereich mit einem Blitz über die Decke (weiches Licht) passend aufzuhellen. Die Falten im Hemd sind noch sichtbar, aber abgeschwächt.



Gegenlicht | Als *Gegenlicht* wird das Licht bezeichnet, das entgegen der Blickrichtung des Fotografen direkt aus der Richtung des Motivs in die Kamera scheint. Es strahlt in den meisten Fällen auf den Rücken des Motivs und (je nachdem) direkt in Ihre Linse. Es bildet sich bei Belichtung auf das (im Schatten liegende) Gesicht ganz automatisch ein Lichtsaum um die Form des Kopfes. Meistens (wenn nicht zusätzlich eine künstliche Lichtquelle verwendet wird) ist der Hintergrund überstrahlt und hat keine Zeichnung (er ist dann komplett weiß, wie hier am Fenster). Gegenlicht ist Ihr Verbündeter bei starkem Mittagslicht, wenn es darum geht, Gesichter gleichmäßig auszuleuchten und mit der entstehenden Lichtkante Formen klar abzugrenzen.



↑ **Gegenlicht**

Das *Gegenlicht* sorgt für starke Kontraste. Sie müssen sich für einen korrekt belichteten Bereich entscheiden. In unserem Bild ist es natürlich das Gesicht. Bildinformationen des anderen Bereichs gehen dabei verloren (in diesem Fall die des Hintergrunds).

Das Fenster als Hauptlichtquelle überstrahlt im Gegenlicht deutlich, wie Sie links unten sehen. Der Unterschied zwischen der hellsten Stelle im Bild und der dunkelsten ist so groß, dass die Kamera große Schwierigkeiten hat, die Bandbreite dazwischen darzustellen. Man spricht von einem »zu starken Motivkontrast/Dynamikumfang«.



← **Gegenlicht** – Sie müssen sich entscheiden oder blitzen
Um beide Bereiche (Hintergrund im Fenster und Person) in Bezug auf den Lichtkontrast einander anzugleichen, könnte man das Gesicht aufhellen, beispielsweise mit einem Blitz über die Decke.

Hartes oder partielles Licht | *Hartes oder partielles Licht* finden Sie, wenn Licht aus einer (kleinen) Lichtquelle direkt auf das Motiv fällt. So wird direktes Sonnenlicht, aber auch die Halogenleuchten im Standesamt ein sehr hartes Licht auf Ihr Paar werfen. Hartes Licht sorgt für eine klare Kante zwischen Hell und Dunkel und hilft Ihnen, Ihr Bild spannend zu machen, kann es aber (wenn es nicht richtig eingesetzt wird) auch unruhig und damit eventuell unvorteilhaft erscheinen lassen.

Weiches oder flächiges Licht | *Weiches oder flächiges Licht* entsteht, wenn die Lichtstrahlen nicht direkt auf das Motiv treffen, sondern gestreut werden. Bei natürlichem Sonnenlicht kann das durch Wolken, einen weißen Sonnenschirm oder in Form einer Reflexion an einer weißen Wand auftreten. Weiches Licht leuchtet meist gleichmäßig aus. Auf Hochzeiten finden Sie es vorzugsweise im Schatten. Alles ist ähnlich hell. Es wird keine starken Unterschiede/Kontraste geben. Hier lenken Sie den Betrachter nur anhand von Formen und Farben innerhalb des Bildes.



↑ → **Hartes Licht, das Muster zeichnet**

Kontraste können Muster im Bild zeichnen. Hat man zudem noch eine zusätzliche Gestaltungsebene, wie hier die Tiefenunschärfe, kann ein Bild zwar fesseln, aber auch anstrengen. Das Erfassen der Bildinformation ist nicht so einfach möglich, und ein so gestaltetes Bild wirkt manchmal (zunächst) verwirrend.



Licht gestaltet Ihr Bild. Aber auch Lichtfarben können einen großen Unterschied in der Bildgestaltung bewirken. Ihre Kamera hat im Vergleich zu Ihrem Auge keine Möglichkeit, unterschiedliche Farben auszugleichen. Für uns sind abends auch orangefarben wirkende Wände weiß, für die Kamera eben nicht.

Insbesondere sogenanntes *Mischlicht* wird Ihnen auf Hochzeiten unter Umständen schwer zu schaffen machen, sollten Sie es nicht als Gestaltungsmittel einsetzen können. Es entsteht, wenn zwei Lichtquellen mit unterschiedlichen Lichtfarben (zum Beispiel künstliches Licht im Innenraum und natürliches Licht durch ein Fenster) aufeinandertreffen und die Farben im Bild verschwimmen. Da hilft auch der Weißabgleich in der Kamera nicht mehr, denn der kann nur für das gesamte Bild gesetzt werden. Ein Teil des Bildes wird also immer die falsche Lichtfarbe haben. »Falsche Farben« sind zudem meist der Grund für die als minderwertig empfundene Qualität von Bildern. Weiße Tischdecken werden plötzlich cremefarben, oder Gesichter erhalten einen blauen oder orangefarbenen Teint. Mischlicht ist dabei wie Lichtmatsch (ja, Lichtmatsch!). Sie müssen Ihre Fotos bei Mischlicht aufwendig bearbeiten oder als Weisheit letzter Schluss in Schwarz-Weiß konvertieren.

Um Lichtfarben kontrollieren zu können, sollten Sie Folgendes grob unterscheiden: natürliches Licht und Kunstlicht.

Natürliches Licht | Natürlich vorhandenes Licht, das ohne unseren Einfluss leuchtet, ist das wohl häufigste Licht auf Hochzeiten. Direktes Sonnenlicht (um die Mittagszeit) ist das wissenschaftlich betrachtet farbneutralste Licht, das es gibt. Für die Kamera ist dieses Licht weiß und stellt in unserem Fall den anzustrebenden Idealzustand an. Es hat etwa 5500 Kelvin. Aber auch bei natürlichem Licht haben Sie feine Farbabstufungen, die vom Idealzustand abweichen. Bewölkter Himmel misst zwischen 4000 und 6000 Kelvin und wird erst zum Sonnenaufgang und zum Sonnenuntergang wärmer (2000K). Ist die Sonne komplett verschwunden und strahlt nur noch indirekt über den Himmel auf die Erde (die sogenannte *Blaue Stunde*), haben wir für die Kamera sehr kaltes Licht (10 000K).

Kunstlicht | Dieses herrscht vor allem in Innenräumen und wird, wie der Name bereits sagt, künstlich erzeugt. Es beinhaltet Glühlampenlicht (Rot, ca. 3200K) und Kerzenlicht (Tiefrot, ca. 1000K) sowie Leuchtstoffröhrenlicht (Gelbgrün, ca. 4000K). Alle diese Lichtquellen weichen sehr stark vom neutralen Licht (ca. 5500K) ab. Sie haben also eine andere Lichtfarbe. Es gibt selbstverständlich auch Blitzlicht, aber dieses ist so kalibriert, dass es natürliches Licht nachahmt.

Lichtfarben zu erkennen und zu kontrollieren gehört zu den absoluten Spitzenleistungen im Hochzeitsbusiness, die Sie von Onkel Bob unterscheiden werden.

→ **Hartes Licht, das Muster zeichnet II**

Hier sind die Schatten des harten Lichts klarer eingesetzt und ergänzen ein schönes Bild, ohne es zu stören. Sie sind nicht ganz so stark, da das Sonnenlicht nicht direkt auf das Motiv strahlte, sondern durch das Dach des Gewächshauses leicht gestreut wurde.



Mischlicht | Betreten Sie an einem Spätnachmittag die Location, in der Ihr Paar mit der Gesellschaft feiert, treffen Sie meist auf genau die zu Beginn erwähnte Mischlichtproblematik. Eine große Fensterfront an der Seite wirft natürliches, farbneutrales Licht in den Raum, während im Raum selbst bereits die schönen Deckenleuchten brennen, die wärmeres Licht von der anderen Seite auf die Dekoration werfen. Eine echte Herausforderung für Fotografen!

→ **Die Ausgangssituation**

Mischlicht vom Feinsten. Sie haben hier neutrales Licht von einem Fenster von rechts, künstliches Raumlicht von links und eine bunte Mischung auf dem Tisch, hervorgerufen durch die brennenden Kerzen.



Es gibt diverse Möglichkeiten, eine Lichtsituation wie im Bild links unten in den Griff zu bekommen.

→ **Minimieren Sie die Zahl der Lichtfarben, schalten Sie das Raumlicht beispielsweise einfach aus**

Sonnenlicht ist schwierig auszusperren, aber das Licht im Saal können Sie ausmachen. So haben Sie als Hauptlichtquelle nur noch das Fensterlicht, das nun nicht mehr vom künstlichen Raumlicht gestört wird. Auch das Zimmerlicht beim Ankleiden des Paares ist (gerade bei sonnigem Wetter) überflüssig und kann ausgeschaltet werden. Aber schalten Sie bitte nicht während einer Zeremonie das Licht ein und aus, das wirkt für die meisten etwas irritierend.



← Weniger unterschiedliche Lichtquellen für weniger Lichtfarben
Schalten Sie die Deckenleuchten aus. So haben Sie zumindest eine recht farbneutrale Tischdecke.

→ **Bestimmen Sie die Lichtrichtung**

Nicht immer jedoch wird es möglich sein, das Licht nach Belieben ein- und auszuschalten. Auch wird sich kaum ein Pfarrer dazu bereit erklären, in der Kirche das Licht auszumachen. Die Lösung: ein (möglichst farbneutrales) starkes Hauptlicht bestimmen. Der Hintergrund kann dann jegliche Farbe haben, es stört nicht. Idealerweise werden die Gesichter des Paares vom Hauptlicht beleuchtet (das neutrale Hauptlicht kommt also von vorn).

Es gilt: Fenster mit farbneutralen Licht im Rücken des Fotografen oder sich das Paar beim Ankleiden in Richtung des Fensters stellen/drehen lassen. So wird das wichtige Hauptmotiv von neutralem Licht beleuchtet, alles, was nicht bildwichtig ist, darf »bunt« und »falsch« beleuchtet sein.



→ **Lichtrichtung bestimmen**

Sorgen Sie dafür, dass das Hauptlicht in Ihrem Rücken ist und direkt das Hauptmotiv beleuchtet. Je nach Stärke (hier sehr starkes Fensterlicht) verschwindet auch die Farbe des Raumlichts komplett. Auch das ist also eine Möglichkeit.

→ **Helfen Sie nach – mit neutralem Kunstlicht (Blitz)**

Was aber tun, wenn es kein Fensterlicht mehr gibt? Gerade im Winter wird es sehr früh dunkel, aber die Bilder der Dekoration sind dennoch wichtig. Hier sorgt Ihr Aufsteckblitz, der entweder gegen die weiße Decke oder direkt auf das Hauptmotiv gerichtet wird, für farbneutrales Licht (ca. 5500 K).



→ **Blitzen Sie!**

Auch ein Blitz (direkt oder gegen die Decke) kann Abhilfe schaffen. Er neutralisiert die Farben und hellt zudem die Situation (je nach Stärke) etwas auf.

Bildgestaltung und Bildaufbau

Sie sollten sich auch mit den Themen Bildgestaltung und Bildaufbau auskennen. Wahrscheinlich haben Sie dazu schon etliche Bücher und Videos konsumiert. Aber tatsächlich fehlt es vielen Bildern immer noch an einer ordentlichen »Bildarchitektur«. Daher hier noch mal ein paar Hinweise.

Durch Bildausschnitte Schwerpunkte setzen | In »meiner« Hochzeitswelt unterteile ich Bildausschnitte in drei unterschiedliche Bereiche: die Totale (12–35 mm), die Halbtotale (+/- 50 mm) und die Details (85–200 mm). Je detaillerter es wird, desto weniger kann das Bild in Zusammenhängen kommunizieren. So zeigt ein Detailbild bei der Ringübergabe zwar ganz deutlich, wie die Ringe angesteckt werden, aber nicht, wie die Reaktionen der Gäste darauf ausfallen, wo die Hochzeit stattfindet und wie an diesem Tag das Wetter war. Eine gute Geschichte erzählt immer von allem und zeigt die Situation in Kombination aus Vorder- und Hintergrund.

Fotografiere ich also die Ringübergabe, gibt es meist eine Totale (12–35 mm), in der ich die Situation als Ganze zeige, und ein Detailbild, das den Ring am Finger abbildet. Mehr schaffe ich meist nicht, denn ich habe oft nur zwei Kameras mit unterschiedlichen Festbrennweiten am Körper. Nutzen Sie Zoomobjektive, können Sie jedoch mit einem 24–70 mm von der Totalen über die Halbtotale fast schon bis ins Detail wechseln. Viel Erfolg!



← **Detail und Übersicht**
Überlegen Sie sich, worauf Sie Ihren Schwerpunkt setzen wollen, indem Sie eine passende Brennweite nutzen. Das linke Bild ist mit 85 mm entstanden, das Bild auf der nächsten Seite in der Totalen mit einem 35-mm-Objektiv. Es ist die gleiche Situation, denn zunächst steckt der Bräutigam seiner Braut den Ring an, anschließend steckt sie ihm den Ring an. Es bleibt also genug Zeit, um auf die Zweitkamera mit der anderen Brennweite zu wechseln.

→ Ein besonders wichtiger Moment
Die Ringübergabe gehört zu den wichtigsten Momenten während der Zeremonie. Gleichzeitig ist sie auch die kritischste, denn als Fotograf fällt man hier am meisten auf. Ich wähle gerne die Perspektive hinter dem Paar, um den Fokus schnell auf die Gäste umlegen zu können.

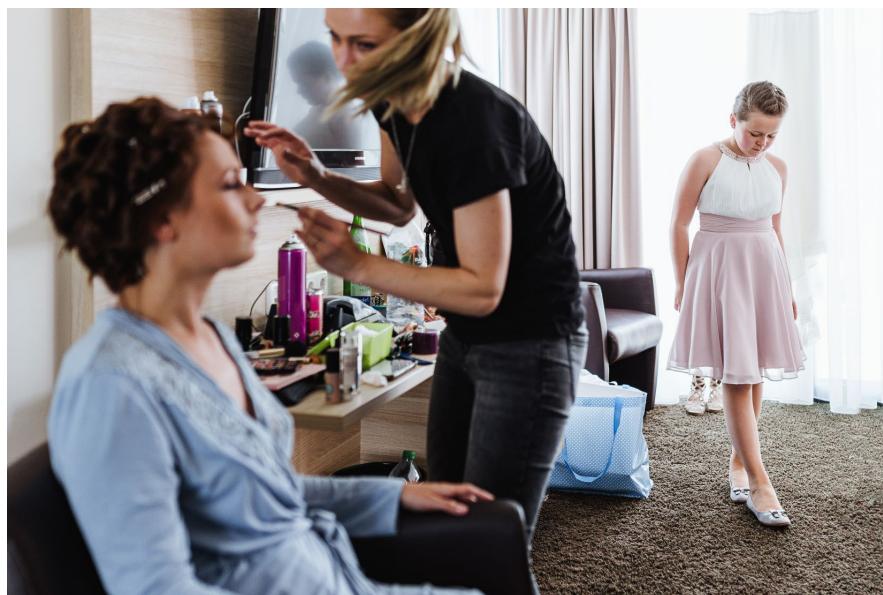


Einen Schwerpunkt mit Licht setzen | Eine weitere Methode für die Bildgestaltung und den Bildaufbau besteht in der Blickführung des Betrachters durch bewusst gesetzte Lichtunterschiede. Helle und leuchtende Bildbereiche ziehen sofort die Aufmerksamkeit auf sich. Alle dunklen Bereiche geraten schnell in den Hintergrund.

→ Vordergrund und Hintergrund mit hellen und dunklen Bereichen
Auch auf etwas, was sich im Hintergrund befindet, können Sie die Aufmerksamkeit lenken, indem Sie sich das vorhandene Licht geschickt zunutze machen. Hier wurde von mir bewusst auf das helle Fenster scharf gestellt, um die Strukturen des Hochzeitskleides herauszuarbeiten. Die so entstandene Unschärfe im Vordergrund sorgt zusätzlich dafür, dass sich der Betrachter auf das Kleid konzentrieren kann.



Einen Schwerpunkt mit Schärfe setzen | Schärfe und Unschärfe gehören für viele Laien ebenfalls zu einem der Zaubertricks vieler Profi-Fotografen. Mit einer offenen Blende können Sie problemlos den Hintergrund verschwimmen lassen und damit Ruhe in ein Bild bringen. Ein Betrachter wird immer zuerst den scharfen Bereich eines Bildes erfassen wollen. Denn hier erkennt er am einfachsten, um was es geht. Unscharfe Bereiche werden in den Hintergrund gerückt. Möchten Sie also etwas besonders betonen, stellen Sie auf diesen Bereich scharf.



↑ Vordergrund und Hintergrund mit unterschiedlicher Schärfe

Die gleiche Situation wie zuvor. Das Fertigmachen der Braut und all das Gewusel drumherum. Das Kleid hängt noch immer an derselben Stelle. Dieses Mal wird der Schwerpunkt jedoch nicht durch den Umgang mit dem Licht, sondern durch das Spiel mit Schärfe und Unschärfe gesetzt. Man richtet als Betrachter sein Hauptaugenmerk sofort auf das Mädchen.

Einen Schwerpunkt mit dem Bildschnitt setzen | Sie kennen sicherlich den *Goldenene Schnitt* und die *Drittelsegeln*. Beide sorgen in jeder Gestaltung für Harmonie und ausgewogene Proportionen. Aber auch mit anderen Arten der Bildeinteilung lässt sich durch eine entsprechende Anordnung von Flächen und Farben die gewünschte Gewichtung erreichen. Durch Größe erreichen Sie immer Aufmerksamkeit. So lässt sich eine große Fläche vom Betrachter immer etwas schneller erfassen als eine kleine Fläche.



↑ Objektverhältnisse

Ein Bild ausgeglichen wirken zu lassen ist nicht immer einfach. Im ersten Bild liegt das Gewicht durch den Schnitt und die Wahl der Flächenverhältnisse klar auf dem Kleid. Die Schuhe sind nur Beiwerk. Auf dem zweiten Bild sind die Schuhe und das Kleid gleichberechtigt. Auf dem dritten Bild sind die Schuhe annähernd in der Bildmitte platziert und erlangen so erstaunlich viel Aufmerksamkeit, obwohl sie in ihrer Fläche ähnlich klein abgebildet sind wie im ersten Bild.

Motive und Inhalte

Publikationen verschiedenster Art (egal, ob Blog oder Zeitschrift oder Social Media) geben oft Hinweise darauf, welche Motive am Hochzeitstag vor allen anderen fotografiert werden sollten. Ich behaupte, dass solche Motiv-Hitlisten nicht helfen. Es kommt immer auf Ihre individuelle Ausrichtung an. Darauf, was Sie abbilden und liefern wollen! Natürlich in Abstimmung mit den Paaren.

Bedienen Sie Paare, die einen Riesenspaß an all dem Hochzeits-Chichi (wie die Dekoration oder die Art der Location) haben, sind das Ihre wichtigen Motive. Bedienen Sie jedoch Kunden, die Wert auf die gemeinsame Zeit mit ihren Freunden und Verwandten legen, so ist die menschliche Interaktion eines Ihrer wichtigsten Motive. – Was möchten Sie zeigen?

schöne Details ← → *menschliche Interaktionen*

Der meiste Stress und die hohen Ansprüche resultieren zudem häufig aus der Erwartung, dass klassische Motive, wie die Ringübergabe oder der anschließende Kuss, unbedingt und auf eine ganz spezielle Weise auf Bilder gebannt werden. Die Paare haben dazu im Vorfeld Bilder recherchiert und genau diese Bilder von sich selbst im Kopf. Na ja. Das kann zeitweise schwierig werden, denn das Paar ist ja nicht der Protagonist auf dem Bild, das sie gesehen haben. Ist das Paar beim Anstecken der Ringe nämlich damit beschäftigt, den Ring auf den Finger

zu bekommen, achtet es nicht darauf, dass man den Ring auch wirklich sieht. Am Schluss haben Sie vielleicht so nur eine Menge Finger, aber kaum einen Ring auf dem Bild. Schließlich wollen Sie sich ja auch keinesfalls peinlich über die beiden drüberlehnen, um den Blick von oben auf die Finger zu bekommen. Auch der legendäre erste Kuss nach dem Eheversprechen ist ein Ritual, das nicht bei jeder Trauung Platz finden wird. So ist es liturgisch beispielsweise gar nicht vorgesehen, sich zu küssen, und die eine oder andere kirchliche Trauung kam deshalb auch schon ohne einen überbordenden Liebesbeweis dieser Art aus. Der Pfarrer für seinen Teil wird sich hüten, darum zu bitten.

Sie werden es also am besten machen, wenn Sie jedes Mal individuell schauen, was die jeweilige Hochzeitsfeier auszeichnet. Wenn Sie zudem nachfragen, was genau das Paar sich wünscht, werden Sie zufriedene Kunden haben. Im Vorfeld können Sie so viel abklären! Liegt die Priorität auf einer ausgelassenen Feier, oder ist dem Paar die Trauung besonders wichtig? Je nachdem, wie hier die Prioritäten gesetzt sind, können Sie hier auch Energiereserven bündeln und sich entsprechend vorbereiten.

Für meinen persönlichen Workflow habe ich übrigens entschieden, eine Woche vorher noch einmal die wichtigsten Motive bei meinem Paar abzufragen, um mir ganz sicher sein zu können in dem, wie sich meine Kunden die Bildinhalte (nicht die Umsetzung!) vorstellen. Für die jeweilige Perspektive oder Umsetzung behalte ich mir immer vor, uneingeschränkt zu sein. Ich möchte Bilder nicht immer gleich machen, und kein Paar der Welt kann entscheiden, aus welcher Richtung ein Bild gut wird oder nicht. Motivwünsche sind also okay, auf spezielle Wünsche hinsichtlich der Motivumsetzung sollten Sie jedoch keinesfalls eingehen.

Hero-Shots, Effektbilder und Inspirationen | Von jeder Hochzeit bringe ich im Schnitt zwei, drei richtig gute Einzelfotos mit, die mich persönlich begeistern. Bilder, die entweder einen sehr klaren und unwiederbringlichen Moment eingefangen haben und zu meinen All-time-Favoriten werden, oder Effektbilder, die durch Tricks und Kniffe in der Fotografie (beispielsweise besonderes Licht oder einen ganz neuen Blickwinkel) sofort Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Beide Arten von Bildern sind Portfoliomaterial und perfekt für einen ersten Eindruck meiner Arbeiten.

Inspirationen für solche besonderen Bilder können auch aus einer reinen Problemlösung heraus erwachsen, wenn es beispielsweise darum geht, das Hochzeitskleid angemessen zu präsentieren. Findet sich kein Ort, der zum Aufhängen des Kleides sinnvoll erscheint, müssen Sie vielleicht kreativ werden.

EXKURS

DIE FRAGE NACH DEM EINGREIFEN

Wann ist es erlaubt, wann stört es

Haben Sie ausreichend Vertrauen zu Ihrem Paar aufgebaut, haben Sie als Fotografin oder Fotograf sehr viel Mitspracherecht, was die Gestaltung der Hochzeit angeht. Auch vor Ort werden Sie durch einen kurzen Hinweis bewirken können, dass Tische aus der Sonne bugsiert werden oder ganze Hochzeitsgesellschaften den Platz wechseln. In welchem

Maße Sie das nutzen wollen, bleibt Ihnen und Ihrer Ausrichtung überlassen. Beeinflussen Sie jegliche Planung zu sehr, werden viele Ihrer Hochzeiten ähnlich sein, und (mindestens) Sie werden sich irgendwann langweilen. Erst neue Situationen bewirken den Schritt raus aus Ihrer Komfortzone. Auch Ihre Bilder werden dadurch spannender. Wirklich!





↑ Der Kompromiss

Um nicht mit dem Rücken zu den Gästen zu stehen, entschied sich das Paar, um den Tisch herumzugehen und die Torte mit dem Rücken zur Wand stehend anzuschneiden. Ich konnte zwar wieder den gleichen Spot als Effekt nutzen, die nun sichtbaren Schränke und Lautsprecher machten das Bild jedoch etwas unruhig. Aufgrund des geringen Platzes und des verwendeten Objektivs (35 mm mit f1,8) konnte ich keine stärkere Unschärfe im Hintergrund erzielen. Auch hier wurde das Bild durch einen Aufsteckblitz, der gegen die Decke gerichtet war, aufgehellt.



← Die Ausgangssituation

Der Bildausschnitt ist stimmig, der Spot erzielt als Gegenlicht einen schönen Effekt, die geringe Schärfentiefe sorgt dafür, dass sich Torte und Paar von den Gästen abheben. Es wurde mit einem Aufsteckblitz gegen die Decke aufgehellt.

↑ Eine alternative Lösung

Eine weitere perspektivische Lösung, die ich für meinen persönlichen Bildstil jedoch nicht in Betracht ziehen würde. Hier finden Sie weder Lichteffekte noch ein Spiel mit Schärfentiefe. Das Bild zeigt, recht grafisch, die Situation frontal und aus der Sicht der Gäste.



↑ Der Hero-Shot

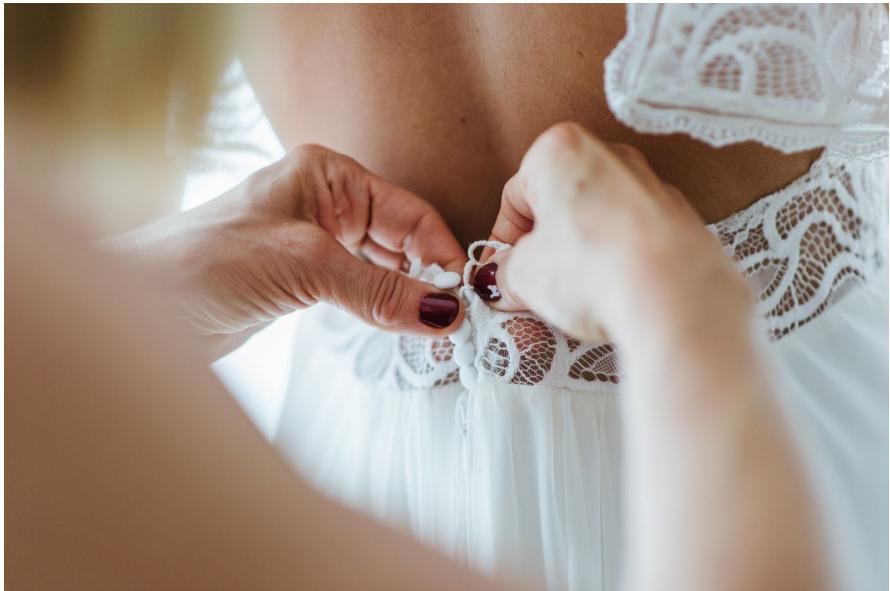
Ich gebe zu, mein persönlicher Schwerpunkt liegt eher auf der Reportage. Dieses Bild ist jedoch ein effekthaftes Wow-Bild, das Eindruck hinterlässt. Zumindest werde ich oft gefragt, wo das Bild entstanden ist. Ein Klassiker eines Hochzeitsbildes im Palmengarten von Frankfurt.

So half tatsächlich einmal nur noch Hammer und Nagel, um die geeignete Stelle für das Drapieren des Hochzeitskleides im Schlafzimmer des Paars zu schaffen – selbstverständlich nur mit Einwilligung der beiden. Tische, Stühle und Fensterbänke sind ebenfalls dankbare Helfer, um Kleider richtig hoch hinauswachsen zu lassen. Da müssen auch mal einige Minuten lang die Türen, über die man es hängt, geschlossen bleiben. Oftmals helfen mir auch bereits im Kopf vorhandene Ideen von Kollegen, um sie als Basis für Eigenes zu verwenden. Beispielsweise durch eine bewusste Perspektiv- oder Brennweitenänderung können Sie unterschiedliche Ergebnisse erzielen.

Setzen Sie um, was nötig ist, aber spielen Sie auch, seien Sie etwas verrückt. Nur so schaffen Sie es, außergewöhnliche Bilder zu machen, die auch noch lange in Erinnerung bleiben, Aufmerksamkeit auf sich ziehen und Sie und Ihren Stil unverwechselbar machen.



← Das Verschwinden-lassen von vermeintlich störenden Objekten
Mit der Wahl von Perspektive und Blickwinkeln lassen sich vermeintlich störende Objekte, wie hier der Fernseher, auch für Effekte wie eine Spiegelung verwenden. Hätte ich von einer anderen Perspektive aus fotografiert, wäre der schwarze Bildschirm im sonst weißen Ambiente eher aufgefallen und hätte die Bildkomposition gestört. So aber sorgt er für einen Aha-Effekt, und das Paar war natürlich ganz begeistert von der Idee mit der Spiegelung (die zudem noch einen Scheibenschnitt-Effekt aufweist. Verrückt!).



↑ Details als Teil der Geschichte

Zugegeben, ein Bild, auf dem gerade das Brautkleid zugeknöpft wird, gehört wohl eher nicht zu den Aufnahmen, die sich ein Paar an die Wand hängt. Dennoch ist die Kombination aus Übersichtsaufnahme und Detailaufnahme eine gute Möglichkeit, eine Geschichte zu erzählen.

→ Abwechslung

im Blickwinkel

Wenn Sie zu zweit arbeiten oder genug Zeit bleibt, können Sie auch mal den Standort wechseln.

Fotografieren Sie ein und dieselbe Handlung auch mal von einem anderen Blickwinkel aus, und es werden sich ganz neue Bildgestaltungselemente, Stimmungen und Schwerpunkte im Bild ergeben.

Hier hat das Zuknöpfen des Kleides so lange gedauert, dass ich für einen Standortwechsel schnell um das Bett herum hinter die Brautmutter huschen konnte.



→ Eine abschließende

Handlung

Um dem außenstehenden Betrachter in der Geschicke zu signalisieren, dass die Handlung nun abgeschlossen ist, ist es sinnvoll, das in einer Übersichtsaufnahme der Situation zu zeigen. In der Abfolge der vier Bilder hier, habe ich zu Beginn mit einer Gesamtaufnahme gestartet, bin dann näher rangelangt, habe anschließend den Blickwinkel geändert und bin dann wieder in die Übersicht (und ein Stück weit auch wieder »raus aus dem Raum«) gegangen.



Erzählen Sie eine Geschichte | Selbstverständlich werden Einzelbilder die Wände Ihrer Paare schmücken, als Bildschirmhintergrund auf deren Mobiltelefon fungieren, auf Danksagungskarten gedruckt oder auf WhatsApp als Profilbild verwendet. Aber diese Art von Einzelbildern werden Sie ohnehin und ganz nebenbei fotografieren. Viel wichtiger ist es, mit vielen Bildern eine zusammenhängende Geschichte zu erzählen.

Eine visuelle Geschichte zu erzählen, ist eigentlich gar nicht so schwierig und mithilfe unterschiedlicher Brennweiten und Blickwinkel oftmals gut umsetzbar. Natürlich klappt das bei mir auch nicht immer perfekt, aber folgendes Beispiel kann die Überlegung dahinter deutlicher machen:

1. Die Location – die Einleitung

Wir befinden uns in einem Hinterhof eines Restaurants, in dem gleich der Sekttempfang einer Hochzeit stattfinden wird. Die Gäste sind noch nicht vor Ort, aber Sie als Fotograf befinden sich natürlich bereits an der Location und zeigen dem Betrachter, wo das große Ereignis stattfinden wird.

Zeigen Sie beispielsweise eine Hüpfburg im Gesamten und in ihrer (natürlichen) Umgebung.

2. Heranführen an das Ereignis – Spannung aufbauen

Anschließend sollte Spannung erzeugt werden, und der Betrachter wird dann Schritt für Schritt an das kommende große Ereignis herangeführt. Gäste steigen aus ihren Autos und spazieren beispielsweise durch ein großes Tor in Richtung Hinterhof.

Wir sehen die Kinder, wie sie sich vielleicht durch ein Tor auf die Hüpfburg zubewegen, noch nicht wissend, was sie gleich erwartet

3. Das große Ereignis – der Hauptteil

Der Spannungsbogen erreicht seinen Höhepunkt: Die Kinder erspähen die Überraschung. Ein Feuerwerk aus verschiedenen Perspektiven, Brennweiten und Blickwinkeln unterstützt dabei die Bedeutsamkeit des Events.

Große Augen bei den Kindern. Zeigen Sie deren Begeisterung und Freude! Zeigen Sie, wie einige Kinder schnell die Schuhe ausziehen und wie andere sich vor lauter Vorfreude kaum noch zurückhalten können.

4. Die Reaktionen – das Interesse festhalten

Um einem Interessenabfall des Betrachters vorzubeugen, können Sie Randgeschichten einbauen und mit Reaktionen des Umfelds die Überraschung unterstreichen. Zeigen Sie Halbtotale und Detail.

Zeigen Sie auch Eltern und Erwachsene in der Reaktion auf die Hüpfburg. Springen sie vielleicht mit ihren Kindern gemeinsam darauf herum? Manche Motive können auch zeitversetzt fotografiert und in der Postproduktion entsprechend zusammengestellt werden.

5. Ausklingen des Ereignisses – der Schluss

Ist die Geschichte der Hüpfburg abgeschlossen, benötigen Sie auch ein passendes Ende. Dem Betrachter zu zeigen, dass er sich bald auf eine neue Geschichte einlassen kann, ist wichtig und wird durch symbolische Schlussbilder erreicht.

Zeigen Sie beispielsweise eine weitere Übersichtsaufnahme der Hüpfburg, die Kinder, wie sie ihre Schuhe wieder anziehen, oder die Hüpfburg im Zusammenhang mit geleerten Tellern und Gläsern.

Bilder, die man abgibt – oder eben nicht

Nun ist Hochzeit nicht immer rosarot und wunderschön. Auf keiner Hochzeit ist alles perfekt. Offene Dramen, versteckte Tränen, die manchmal so gar nichts mit Freude zu tun haben ... ich bin mir sicher: Auch Sie werden sich irgendwann die Frage nach Motiven stellen, die Sie fotografieren, aber vielleicht nicht liefern sollten.

→ Intime oder peinliche Einblicke

Allem voran kann es bei der Hochzeitsparty manchmal hoch hergehen. Aber auch bei lustigen Spring-Fotos oder beim gemütlichen Sektempfang passiert es durchaus, dass ungewollt tiefe Einblicke gegeben werden. Zu peinliche oder gar bloßstellende Bilder von Personen zu liefern sollten Sie vermeiden. Prüfen Sie deshalb, ob die Personen eventuell ein Problem damit haben könnten, dass beispielsweise Dessous auf Bildern sichtbar werden, und vergessen Sie nicht, dass Bilder auch einen gewissen Eingriff in die Privatsphäre darstellen.

→ Schockierende Momente

Als Fotograf hat man die Möglichkeit, recht viel im Leben der Hochzeitsgesellschaft zu bewegen, zumindest wesentliche Erinnerungen zu schaffen, aber auch die Aufgabe, diese Möglichkeiten mit Umsicht umzusetzen. Oftmals hat das Hochzeitspaar gar keinen Einfluss auf Verhaltensweisen der Gäste oder andere Gegebenheiten. Stürzt beispielsweise jemand schwer oder verletzt sich anderweitig, sollte man von solchen Momenten der Feier keine Bilder machen. Und begegnen Sie den Gästen bitte stets mit Respekt. Gerade ältere Herrschaften gehen oftmals selbst nicht gerne am Krückstock und freuen sich daher nicht immer darüber, beim Gruppenbild als Einziger in einen Stuhl gesetzt zu werden.

Wie dokumentarisch möchten Sie arbeiten?

dokumentarisch ←————→ *distanziert*



↑ Mit einem einzigen Bild eine Geschichte erzählen

Sie brauchen nicht immer eine ganze Serie, um eine Geschichte über ein bestimmtes Ereignis zu erzählen. Manchmal reicht auch einfach nur eine gut abgestimmte Übersichtsaufnahme. Beispielsweise hier, wo durch den Andrang der vielen Kinder vollkommen klar wird, wie beliebt die Eisbar war.

INTERVIEW

DIRK WEBER

Die Frage nach der Kamera



▲ Dirk Weber

Dirk Weber, alias Herr Brautrausch, ist nebenberuflicher Hochzeitsfotograf im Rhein-Main-Gebiet. Seit er 2004 die Hochzeit seines besten Freundes in San Francisco fotografieren durfte, hat ihn die Hochzeitsbegeisterung gepackt. Schon immer fotografierte er dabei mit einem Kamerahersteller, der untypisch ist für die Branche. Ich durfte ihm einige Fragen zu seinem Werdegang, zu Kameras, Equipment und zu seinem persönlichen Bildstil stellen.

Saja Seus: Dirk, du fotografierst schon eine ganze Weile mit Olympus. Weshalb nicht mit Nikon oder Canon?

Dirk: Das hat sich irgendwie so ergeben. Ich komme ursprünglich aus der Minolta-Ecke – offenbar hatte

ich schon immer ein Herz für Exoten und Underdogs. Minolta hat im digitalen Spiegelreflexbereich nicht wirklich was bewegt und wurde letztlich 2006 von Sony übernommen. Angeschaut hab ich mir damals fast alles, einschließlich Pentax und Sigma. Von den »Großen« stand dann sogar Nikon zur Diskussion. Nur mit Canon konnte ich nie was anfangen, die fühlten sich nach all den Jahren Minolta seltsam an. So bin ich schließlich bei Olympus gelandet, da war für mich einfach alles am richtigen Platz.

Olympus gilt als einer der Pioniere, wenn es um spiegellose Kameras geht. Du arbeitest quasi seit Beginn der Spiegellos-Welle damit. Was glaubst du, wie wichtig es ist, mit seiner Technik immer up to date zu sein?

Olympus war mit dem Micro-Four-Thirds-Standard schon ziemlich früh dabei. Viele Innovationen bei den Spiegellosen kommen aus der Ecke. Daher bin ich 2012 mit der ersten OM-D komplett auf Spiegellos umgestiegen.

Up to date sein hat sich mittlerweile relativiert. Bei den Spiegelreflexkameras sind die Zeiten, in denen

- Telefon: +49 160 90909101
- E-Mail: info@brautrausch.de
- Website: www.brautrausch.de
- Social: www.facebook.com/brautrausch ★
www.instagram.com/brautrausch/

eine neue Kamera eine Revolution an Bildqualität und Geschwindigkeit mitgebracht hat, längst vorbei. Seit ein paar Jahren ist bei allen Herstellern ein Niveau erreicht, mit dem sich, vor allem im Hochzeitsbereich, gut arbeiten lässt.

Im Bereich der Spiegellosen gibt's da noch ein bisschen mehr Potenzial. Der Bereich ist für viele Hersteller noch neu, und daher bewegt sich mit jeder neuen Kamerageneration eine Menge. Klar, mit den neuen Möglichkeiten kommen auch ganz andere Herausforderungen: Autofokus im Live View, Banding bei lautloser Auslösung. Das gab's an der DSLR so nicht, also gibt's da auch nichts zu optimieren. Schaut man beispielsweise auf die A7-Reihe von Sony, dann hat die sich in drei Generationen von »Hey, wir haben 'ne spiegellose Vollformat, die irgendwie funktioniert« zu einer richtig guten Kamera entwickelt. Solche Unterschiede merkt man natürlich. Aber das wird mit kommenden Generationen auch bei den Spiegellosen immer schwieriger.

Up to date sein ist also insofern wichtig, als dass die Kamera meine Anforderungen erfüllen muss. Sie muss mir persönlich genügen: Die Auflösung, Geschwindigkeit, Features und der Komfort sollten für die Jobs, die ich habe, reichen. Ist die Technik noch fit genug, um zuverlässig zu sein (also gut gewartet, nicht zu viele Auslösungen), veraltet sie auch nicht so schnell. Lediglich der kreative Faktor kann vielleicht noch ausschlaggebend sein. Dazu gehört vor allem die Frage: Bereitet mir die Kamera noch genügend Spaß, bzw. inspiriert sie mich noch bei der Arbeit? Letzteres mag technisch vielleicht nicht notwendig sein, kann aber Einfluss auf die Art und Weise nehmen, in der wir fotografieren.

Glaubst du, die Kamera hat einen Einfluss auf deine Bildsprache?

In gewissen Grenzen bestimmt. Es gibt eine sehr große Schnittmenge in der Hochzeitsfotografie, bei der

die Kamera weitgehend egal ist. Wo sie sich jedoch klar bemerkbar macht, ist an den Stellen, an denen sie vielleicht in der Arbeitsweise beschränkt oder, besser, besondere Möglichkeiten bietet. Beispielsweise bei den neuen Systemkameras. Hier ist weniger die Größe entscheidend als vielmehr die Möglichkeit, die ein elektronischer Sucher mit sich bringt. Er macht das Fotografieren intuitiver (»Live-Belichtung« im Sucherbild), man experimentiert dadurch vielleicht mehr mit dem Licht. Einen Unterschied für die Bildsprache macht in jedem Fall die Möglichkeit, über das Display zu fotografieren. Damit ist man völlig frei in der Perspektivwahl. So kommt man mit dem kippbaren Display an Stellen, die man durch den Sucher vielleicht nie erreicht hätte.

Neben dem Sensorformat ist auch seine Größe ein Faktor – durch den »2er-Crop« von Micro-Four-Thirds-Sensoren ist das Hintergrund-Freistellen viel schwieriger als mit den üblichen Vollformatkameras. Der Hintergrund verschwimmt nicht so schön in der Unschärfe, und ich muss mir etwas mehr Mühe bei der Bildgestaltung geben. Vor allem wenn's weitwinkliger wird, merke ich den Unterschied deutlich. An der Sensorgroße hängen zudem die High-ISO-Fähigkeiten und damit verbunden, wie sehr mein Bild in den Tiefen rauscht. Dadurch fotografiere ich bei schlechtem Licht deutlich anders als viele Kollegen – im Zweifelsfall weniger.

Last, but not least kommen mit der Kamera natürlich auch besondere Features. Die »Olys« haben zum Beispiel Live Composite – eine Art Langzeitbelichtung, bei der nach einer Grundbelichtung nur noch zusätzliches Licht aufgezeichnet wird –, ein Traum für das sogenannte Lightpainting und damit ein kleiner Effekt, der mit diesen Kameras einfacher umzusetzen ist als beispielsweise mit einer konventionellen Kamera, die diesen Effekt herstellerseitig nicht bietet.

Spielt die Kamera bei der Kundenkommunikation/Kundenerwartung eigentlich eine Rolle? Erwarten Kunden eine »große und bekannte Kamera« als Ausweis der fotografischen Qualität? Wundern die sich nicht, wenn man mit einer kleinen Spiegellosen erscheint?

Ja und nein. Bei den Paaren selbst spielt das praktisch keine Rolle. Die haben sich in der Regel ja vorher intensiv mit meinen Fotos beschäftigt und buchen ja genau wegen der Fotos, die sie bereits kennen. Und sicher ein bisschen auch deshalb, weil wir uns zwischenmenschlich gut verstehen. Wie groß und bekannt meine Kamera ist, ist ihnen zu dem Zeitpunkt relativ egal. Ich mache aber auch kein Geheimnis daraus. Dabei sorgt es dann höchstens für Überraschung, dass die Olympus-Kameras »so klein und hübsch« sind. Und bei Hobbyfotografen kommt manchmal noch ein Staunen hinzu, dass »solche Fotos« mit der kleinen Kamera überhaupt möglich sind. Das Vertrauen in die Arbeit ist zu dem Zeitpunkt aber auch schon da.

Etwas anders ist das später mit den Hochzeitsgästen. Die kennen meine Bilder normalerweise nicht und treten daher nicht automatisch mit dem gleichen Vertrauensvorschuss an mich heran wie das Paar. Da kann es dann schon mal den einen oder anderen kritischen Blick geben – vor allem, wenn man an begeisterte Fotografen mit Technikfaible gerät, also an »Onkel Bob«-Typen. Die schleppen mitunter deutlich größere und vermeintlich überlegenere Technik mit sich rum und sind naturgemäß skeptischer. Davon bekomme ich in der Praxis aber viel zu wenig mit, als dass es stören würde. Was am Ende zählt, sind die Fotos. Und um die vielleicht meist gehasste Frage in der Hochzeitsfotografie kommt man sowieso nicht herum: »Machen Sie das eigentlich professionell?« Die Frage kennen alle Kollegen – selbst die mit den größten und schwersten Kameras.

Wo das allerdings ein Thema sein kann, ist der Businessbereich. Da ist das Verhältnis zueinander ja insgesamt anonymer als das zu Brautpaaren. Man wird vielleicht noch anhand der Bilder gebucht, hat aber später ganz andere Menschen vor der Kamera, die noch gar keine Bilder von einem gesehen haben. Da zählt der oberflächliche Eindruck schon sehr. Zumal die Buchung des »falschen« Fotografen auch direkt auf den Kollegen zurückfällt, der gebucht hat. Insofern kann ich mir schon vorstellen, dass die »offensichtlich professionelle« Technik dort eine große Rolle spielt.

Das klingt ja alles schon sehr technisch. Du bist Autodidakt, hast also keine fotografische Ausbildung. Wie kamst du an die ganzen Infos, wie hast du das alles gelernt?

Machen, machen, machen und lesen. Ich bin ja zu einer Zeit in die Hochzeitsfotografie eingestiegen, da gab es praktisch keine Hochzeitsfotografie-Workshops, Bücher waren weniger modern, genauso wenig die meisten Kollegen in der Region. Entsprechend hab ich in meiner Anfangszeit hauptsächlich Klischeefotos produziert. Man lernt eben von seinem Umfeld.

Weiterentwicklung passiert aber auch durch Ausprobieren – Sonne wegblitzen bei Tag, Langzeitbelichtungen auf der Tanzfläche oder die Ringe im Wasserglas. Viele Effekte habe ich ganz bestimmt nicht erfunden, aber zumindest behauptete ich das auch nicht. Der Spaß daran war, herauszufinden, ob und wie das alles funktioniert. Auch wenn etwas nicht funktioniert hat, hab ich immer versucht, der Sache auf den Grund zu gehen.

Alles »Schauen und Machen« hilft aber auch nichts, wenn man nicht im Austausch mit anderen ist. Viel geholfen haben mir eines der ersten Hochzeitsfotografen in Deutschland (das gibt es lei-

der gar nicht mehr und hieß damals »Forum Hochzeitsfotografie«) und auch der direkte Austausch mit Kollegen. Heute gibt's da einige nützliche Facebook-Gruppen, in denen man fast alles fragen darf (wenn man den üblichen Social-Media-Gegenwind verkraftet) und Kontakte knüpfen kann. Mit der wachsenden Inspiration von außen und der weltweiten Vernetzung bin ich aber auch etwas fauler im Ausprobieren geworden. Inspiration ist plötzlich möglich und muss nicht mehr zwingend von innen heraus oder aus Zufall entstehen.

Wichtig ist vor allem, dass man auch ehrliche Kritik bekommt bzw. die auch zulässt. Da tue ich mir zugegebenermaßen selbst schwer. Aber auf dem Weg hab ich wirklich am meisten gelernt.

Welchen Einfluss, denkst du, hat das auf deine Art, zu fotografieren?

Ich weiß mittlerweile, warum die meisten Dinge funktionieren, und auch, warum manche Dinge es nicht tun. Das entspannt unglaublich. Im Hochzeitsalltag bin ich natürlich trotzdem immer unter Strom. Aber nicht wegen der Fotografie, die geschieht ganz intuitiv und spielerisch, sondern einfach wegen der Sorge, nichts verpassen zu dürfen.

Damit das Spielerische nicht verloren geht, muss ich in der Saison auch manchmal die Scheuklappen aufsetzen, was die Inspiration betrifft. Wenn ich nämlich mit zu vielen konkreten Motiven zu einer

Hochzeit starte, kann es passieren, dass ich die Bilder, die eigentlich zu der Hochzeit passen würden, vernachlässige. Das ist total schade und überhaupt nicht passend für das Paar.

Eine letzte Frage: Du bist nebenberuflich in der Fotografie unterwegs, das bedeutet, zu einem 40-Wochenstunden-Job kommen noch die Hochzeiten dazu. Wie ist das zu schaffen?

Das ist Fluch und Segen zugleich. Als nebenberuflicher Fotograf hat man den Luxus, nicht von der Hochzeitsfotografie leben zu müssen. Das heißt, man kann viel mehr ausprobieren und auch etwas mutiger sein, was das Pricing betrifft. Da machen viele den Fehler, sich zu verramschen. Gerade nebenberuflich sollte einem die freie Zeit mehr wert sein. Das ist nämlich auch der Haken: Möchte man neben dem Hauptjob das Fotografieren von Hochzeiten (halbwegs erfolgreich) unterbringen, bleibt vor allem eines zu wenig übrig: die selbstbestimmte Freizeit. Ganze Abende gehen drauf für Nachbearbeitung, Kundengespräche und Social Media. Die Website und der Blog werden dann im Winter gepflegt. Das Wochenende ist für Hochzeiten reserviert. Für das Privatleben kann das schon eine Herausforderung sein. Und es kann ja nicht jeder eine Hochzeitsfotografin heiraten, die dafür Verständnis hat.

Danke, Dirk!



↑ Mit Licht malen

Hier stand die Braut mit ihrem Vater direkt vor der Türe des Standesamtes. Das Licht fiel ihr in den Rücken und zeichnete einen starken Kontrast. Ich belichtete auf die Helligkeit des Schleiers, denn darum ging es ja gerade während der Handlung. Das Resultat? Eine komplett dunkle Umgebung und ein total malerisches Bild.

→ Arrangierte Gruppenbilder I

Hochzeitsfotografie in einem verlassenen Kloster. Dem Paar waren die Gruppenbilder (englisch »Bridal Party«) besonders wichtig. Insgesamt nutzten wir gut eine Stunde für alle Porträts und Gruppenaufnahmen mit den Trauzeugen.



↑ Arrangierte
Gruppenbilder II

Manchmal ist mir die fotografische Gestaltung eines Bildes besonders wichtig. Also noch mehr als sonst. Hier konnte ich durch das Arrangieren der Gäste und des Paares im Gang des verlassenen Klosters dem Bild einen besonders grafischen Touch geben. Nicht immer habe ich jedoch die Möglichkeit, die Umgebung in dieser Weise miteinzubeziehen. Da ist Improvisieren gefragt!

→ Der Trick mit
der Spiegelung

Ich schaue gern auch mal
um mich herum und halte
bewusst nach besonderen
Effekten Ausschau. Hier
fand ich mein Glück in
der Wasserspiegelung.

Anschließend habe ich das
Bild nur auf den Kopf ge-
dreht. Das Brautpaar war
begeistert. Und ich auch.





↑ Bewölkter Himmel als Lichtsegeln

Oftmals sind es die Wolken, die ein Bild dramatisch wirken lassen. Hier habe ich während der Dämmerungszeit fotografiert und konnte das magische Licht für die Bildstimmung nutzen.

← Vorhandenes Licht ist vorhandenes Licht

In meiner Anfangszeit als Hochzeitsfotograf habe ich noch aufwendig Blitze arrangiert und Paare posiert. Mittlerweile nutze ich, was ich zur Verfügung habe. Das wird meist sogar kreativer und immer ein wenig anders als bei anderen. Ein Gewinn für uns beide. Für das Paar und den Fotografen.

4.3 Liefen Sie – Daten und wie Sie den Überblick behalten

War eine Hochzeit detailreich, sonnig und genau nach Ihrem Geschmack und waren die Gäste gut drauf und während der Feier ausgelassen, werden Sie von einer zehnstündigen Reportage gut und gerne rund 3000 Bilder mit nach

Hause bringen können. Mit wachsender Erfahrung wird das vielleicht etwas weniger, aber selbst dann kommt es immer wieder vor, dass es auch mal 4500 Bilder sind. Leider oder zum Glück? Das Schicksal eines Hochzeitsfotografen ist die Bilderflut, mit der er arbeiten muss. Auch in diesem Punkt lerne ich immer noch, damit umzugehen.

Aber Sie können das beherrschen! Beschränkung wird Ihnen helfen, bereits auf der Hochzeit ganz genau darauf zu achten, wann es sich lohnt, den Auslöser zu drücken oder einem Motiv hinterherzuhetzen, und wann nicht. Seien Sie schneller, und ahnen Sie Momente voraus! Das funktioniert am besten durch gute Beobachtung. Menschen verhalten sich oft logisch und häufig gleich. Ja, wirklich! Wenn ein Guest gerade angekommen ist und der Bräutigam befindet sich auf gerader Linie zum Kircheneingang, quasi unmittelbar vor ihm, dann garantiere ich Ihnen, die beiden werden sich zur Begrüßung in den Arm nehmen. Selbstverständlich wird dabei auch gelacht. Wird exakt das passieren, was Sie vermutet haben, drücken Sie den Auslöser. Aber auch nur



← Schwere Entscheidungen

Nicht immer ist es einfach, sich für ein Bild unter sehr, sehr vielen Möglichkeiten zu entscheiden. Denken Sie dabei ans Paar: Welche Bilder könnten ihm gefallen, und welche Fotos könnten etwas zur Gesamtgeschichte beitragen? Diese Bilder sind zwar schön, jedoch eine inhaltliche Wiederholung. Letztendlich passiert ja nichts, außer dass das Paar durch das Spalier läuft. Variieren Sie also lieber, und zeigen Sie zudem noch die Umgebung zur Aktion dazu.

*Für das Bild im
richtigen Moment
brauchen Sie Geduld und sanfte
Hartnäckigkeit.*

dann. Wägen Sie ab, ob der Bräutigam in »gutem Licht« steht und ob er sich von seinem Standpunkt weg bewegen wird oder nicht. Schließlich hat er schon mehrere Menschen zur Begrüßung umarmt. Bereits beim Ankommen der Gäste bringen Sie sich damit in die richtige Fotografierposition und müssen nur noch auf den passenden Moment warten.

Wenn Sie so mitdenken, ersparen Sie sich 25 andere Bilder mit Hinterköpfen, unpassendem Hintergrund, schlechtem Licht oder miesem Bildschnitt, bei denen Sie gar nicht die Chance hatten, schnell genug zu sein. Falls der Winkel das eine Mal nicht stimmt, jemand ins Bild gelaufen ist oder der Bräutigam sich weggedreht hat: nicht schlimm. Machen Sie kein Bild. Schnappen Sie sich einfach den nächsten Gast, der den Weg des Bräutigams kreuzen wird. Das Bild, das Sie haben wollen, werden Sie bekommen. Sie benötigen nur etwas Geduld und Gelassenheit.

Datensicherung und Ordnung

Nach einer erfolgreichen Hochzeit (und auch nach den weniger erfolgreichen) lasse ich meine Speicherkarten kaum noch aus den Augen. Bislang habe ich nur unbeschriebene Karten (die als Zusatz in der Hosentasche Platz gefunden hatten) mitgewaschen und anschließend (trotz anhaltender Funktionalität) aus sortiert. Aber wer mich kennt, der weiß, dass bei mir zu gerne auch schon mal die Kaffeetasse über die Tastatur fliegt oder die Kameratasche für einige Zeit im Auto liegen bleibt. Eine spritzwasser- und staubgeschützte Hülle für die Speicherkarten ist bei mir obligatorisch, und die trage ich (mit den gefüllten Speicherkarten) nach der Hochzeit mit mir herum. So lange, bis die Daten doppelt auf dem Rechner gesichert sind. Ich lasse sie also auf dem Weg von der Hochzeit nach Hause nicht an der Tankstelle im Auto.

Im Laufe Ihrer Karriere werden Sie durch Kollegen viele unterschiedliche Herangehensweisen an das Thema Datensicherung kennenlernen. Datensicherung ist ein wirklich ernstes Thema, über dessen verbissenen »Tenor« ich aber zum Selbstschutz auch immer wieder mal lachen muss. Einige sichern bereits auf der Hochzeit selbst, andere wiederum erst Tage später – wenn sie dazu kommen. Mit einer Kamera ohne einen zweiten Kartenslot zu fotografieren, bedeutet für viele ein hohes Risiko, und viele Kollegen wechseln sogar jährlich die Speicherkarten. Rein präventiv, damit wirklich nichts schiefgehen kann. Puh.

Das alles funktioniert und hat seine Berechtigung, keine Frage, aber bitte überlegen Sie sich, wie viel Aufwand Sie in die Datensicherung stecken möchten, ohne dass diese Ihnen unverhältnismäßig viel Arbeit bereitet. Da beim Sichern meiner Daten die meisten Fehler bislang während der Übertragung der

Daten und aufgrund meiner eigenen (!) fehlenden Aufmerksamkeit passiert sind und nicht durch einen technischen Defekt, hinterfrage ich lieber meine Arbeitsweise als die vermeintliche Sicherheit der Technik. Dadurch ergibt sich, dass ich beispielsweise erst am nächsten Tag meine Daten sichere, wenn ich ausgeschlafen und aufmerksam bin. Die Karten verbleiben so lange in der sicheren Hülle an einem sicheren Ort in meiner Wohnung. Bislang kann ich null Ausfälle verzeichnen. Toi, toi, toi!

Treffen Sie eine Auswahl

Sind die Daten gesichert, können Sie mit der Auswahl beginnen. Auch hier gibt es Unterschiede in der Vorgehensweise. Einige Kollegen benötigen etwas zeitlichen Abstand zur Feier, um nicht von den Ereignissen in der Erinnerung beeinflusst zu werden und die Bilder damit objektiver beurteilen zu können. Andere wiederum nutzen gerade diese zeitnahen Momente, um genau die Bilder aussuchen zu können, die noch mit den Geschichten im Kopf verbunden sind.

Egal, wann Sie mit der Arbeit beginnen, ein paar Tricks helfen Ihnen dabei, Ihre Bilderanzahl auf ein angemessenes Niveau herunterzuschrauben:

1. Sortieren nach der Aufnahmezeit

Arbeiten Sie mit zwei unterschiedlichen Kameras, sortieren Sie zunächst die Fotos nach der Aufnahmezeit. So haben Sie alle Bilder einer jeweiligen Situation im Blick und können besser abwägen, welches Bild in die Auswahl kommt und welche Bilder aufgrund von »doppeltem« Vorkommen aussortiert werden können. Ausgewählt wird nach Ihrem persönlichen System. Entweder Sie vergeben eine Bandbreite an unterschiedlichen Sternchen (von * bis *****) oder Ja/Nein-Fähnchen.

Um Ihre Zeiten perfekt zu synchronisieren, hilft es, mit beiden Kameras eine Uhr mit Sekundenzeiger abzufotografieren. Sie taggen anschließend alle Bilder anhand dieser Uhrzeit neu und haben damit perfekt synchronisierte Fotos.

2. Loslegen: Bewerten in Phasen

Nehmen Sie sich Zeit, und bewerten Sie in Phasen. Der erste große Schwung wird bei mir nach technischer Korrektheit sortiert. Alles, was unscharf, verwackelt, zu schlecht belichtet oder motivisch banal ist, fliegt raus. Dabei markiere ich immer nur die Bilder, die mich begeistern und die gewollt sind. Aber niemals die Fotos, die rausgeschmissen werden – an diesen scrollt ich einfach vorbei. So reduziert sich die Bilderanzahl recht schnell, denn ich muss weniger Entscheidungen treffen und weniger markieren. Das spart doppelt Zeit. In der zweiten Phase schaue ich mir die Bilder in der Übersicht genauer an

und urteile nach Bildaufbau, Hintergründen und Stimmungen. Ich möchte möglichst glückliche Momente zeigen, also sortiere ich beispielsweise allzu kritische Blicke aus. Eine Vergrößerung ist nicht mehr notwendig, weil ich in der ersten Runde ja schon geprüft habe, ob die Bilder technisch okay sind. Dann fliegt raus, was schlichtweg zu ähnlich und damit doppelt vorhanden ist oder nicht in die Geschichte passt. Am Ende der zweiten Phase bleiben von beispielsweise 3500 Fotos noch höchstens 1000 Bilder übrig.

Seien Sie mutig! Bilder, die die Paare nicht gesehen haben, werden sie im Zweifel nicht vermissen. Falls doch, können Sie ihnen die Möglichkeit zur Nachfrage lassen. Im Zweifel immer die schönen Momente zeigen!

3. Abschließend: noch mal sortieren nach der Bildbearbeitung

Es folgt eine Pause. Alle nun noch übrigen Fotos werden nach der Bildbearbeitung von mir final in der jeweiligen Reihenfolge entsprechend ausgewählt und sortiert. Das ist die dritte Phase. Manchmal passt ein Motiv inhaltlich oder optisch nicht in die Geschichte, dann muss es weichen. Das mag hart klingen, aber für meine Ausrichtung in der Fotografie habe ich beschlossen, Geschichten erzählen zu wollen, statt Einzelbilder zu liefern.

Einige Kollegen sortieren ihre Bilder in Kategorien wie beispielsweise Ankleiden, Trauung, Party etc., bevor sie damit beginnen, diese zu bearbeiten. So haben sie immer einen abgeschlossenen Block, den sie sich zum Arbeiten abteilen können. Finden Sie hier Ihren eigenen logischen Weg. Schnelligkeit ist *nicht* entscheidend! Mit einer sorgfältigen Auswahl ersparen Sie sich einen Menge Bearbeitungsaufwand und damit ebenfalls Zeit. Lassen Sie das Paar keinesfalls unnötig lange auf die Bilder warten, und bleiben Sie transparent, aber hetzen Sie sich nicht!

Die Aufbereitung der Bilder

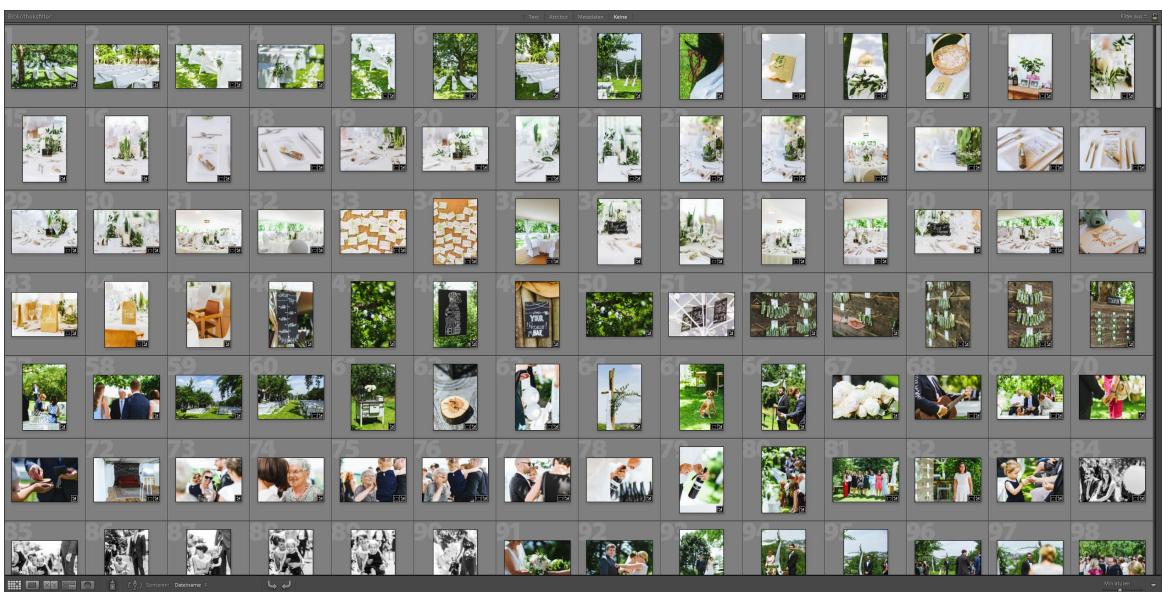
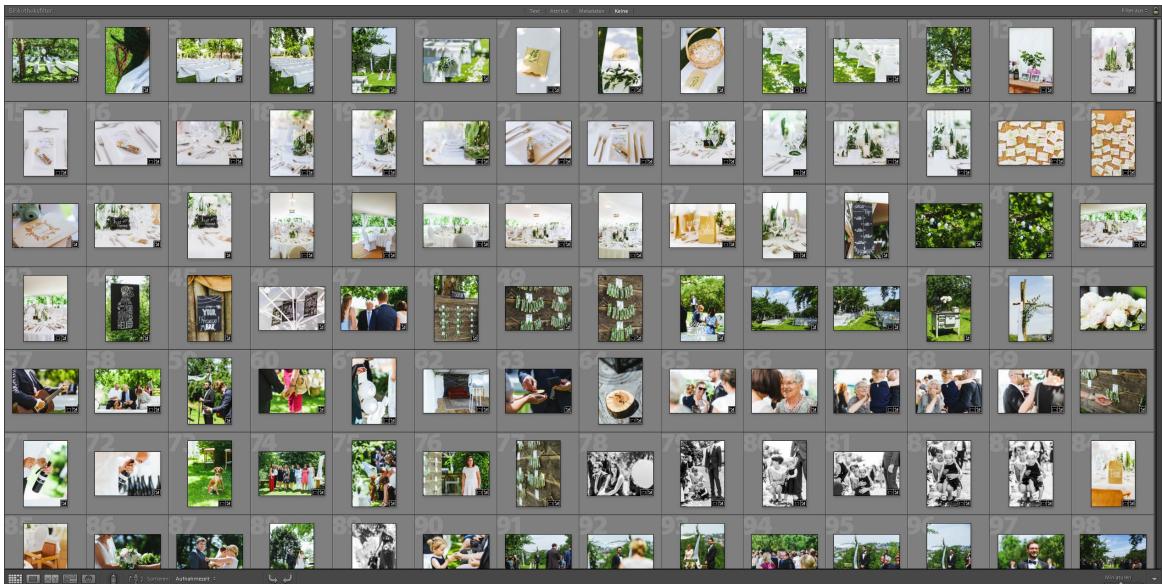
Die Bildbearbeitung der ausgewählten Reportage- und Porträtaufnahmen umfasst meist in etwa die gleiche Zeit, die Sie vor Ort bei der Hochzeit verbracht haben. Legen Sie besonders viel Wert auf sehr akkurate Bearbeitung, wird es drei Mal so lange dauern, bis Sie mehrere Male die hohe Anzahl an Bildern durchgegangen sind. Planen Sie also unbedingt auch genug Zeit nach einer Hochzeit ein, um sich ausgiebig darum kümmern zu können.

Tastenkombinationen, festgelegte Abfolgen und Stapelverarbeitung können Ihnen, egal, welches Programm Sie zur Bildbearbeitung verwenden, helfen. Der Look (also die spezielle Behandlung der Farben und der Gradationskurve) sollte jedoch als Allererstes über die Bilder gelegt werden. Das kann oft direkt beim

Importieren erfolgen. Die korrekte Belichtung, der Weißabgleich und das Bestimmen des Bildausschnitts gehören ebenfalls zur Standardbearbeitung und folgen bei mir direkt anschließend. Erst im dritten Schritt kümmere ich mich um partielles Hell- und Dunkelzeichnen einzelner Bereiche und um das Geradenstellen von Linien (das mir persönlich sehr wichtig ist, anderen jedoch sicherlich nicht so notwendig erscheint). Zum Schluss wird bei mir persönlich noch die Haut in den Porträts optimiert, denn gerade bei Seitenlicht kann es vorkommen, dass durch die Hochzeit gestresste Haut eine andere Eigenschaft erhält, als sie normalerweise besitzt. Eine gängige Regel ist hierbei, das zu retuschieren, was nicht dauerhaft zur Person gehört, wie beispielsweise Mückenstiche, Hautunreinheiten oder auch von Haustieren stammende Kratzer. Narben, Falten etc. sollten unbedingt so bleiben, wie sie sind.

Am Schluss wird in der Übersicht gearbeitet. Dabei wirkt es im Ergebnis besonders professionell, wenn die Bilder zueinanderpassen, denn nicht immer werden Sie beim Fotografieren Themenbereiche zur gleichen Zeit abhaken können. Suchen Sie die Location zu einem besonders frühen Zeitpunkt auf, machen Sie vielleicht bereits Detailaufnahmen, können aber noch keine Gesamtaufnahme der Dekoration erstellen, da der Raum noch nicht fertig vorbereitet ist. Hier ist es dann sinnvoll, zueinanderpassende Aufnahmen im Nachgang zu sortieren. So ist auch gewährleistet, dass alle themenähnlichen Bilder auch ähnliche Farben und Helligkeiten aufweisen. Zudem kann man einzelne Themenbereiche dann einfacher in der Galerie bündeln oder in der Diashow überspringen. Wie nervig wäre es denn für das Paar, wenn es zwischen vielen Gesichtern plötzlich immer wieder Tischdekoration finden würde?

Ein buntes Gemisch an Licht, viele Orts- und Formatwechsel wirken schnell wie unsaubere Arbeit und können beim Durchsehen verwirren. Sie werden erstaunt sein, was es ausmacht, wenn Bilder im Endergebnis ordentlich und von der Abfolge her logisch sortiert sind.

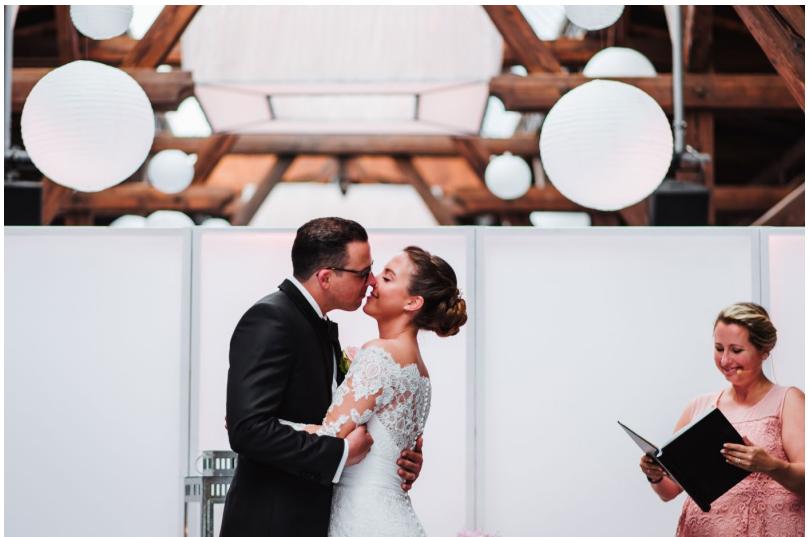


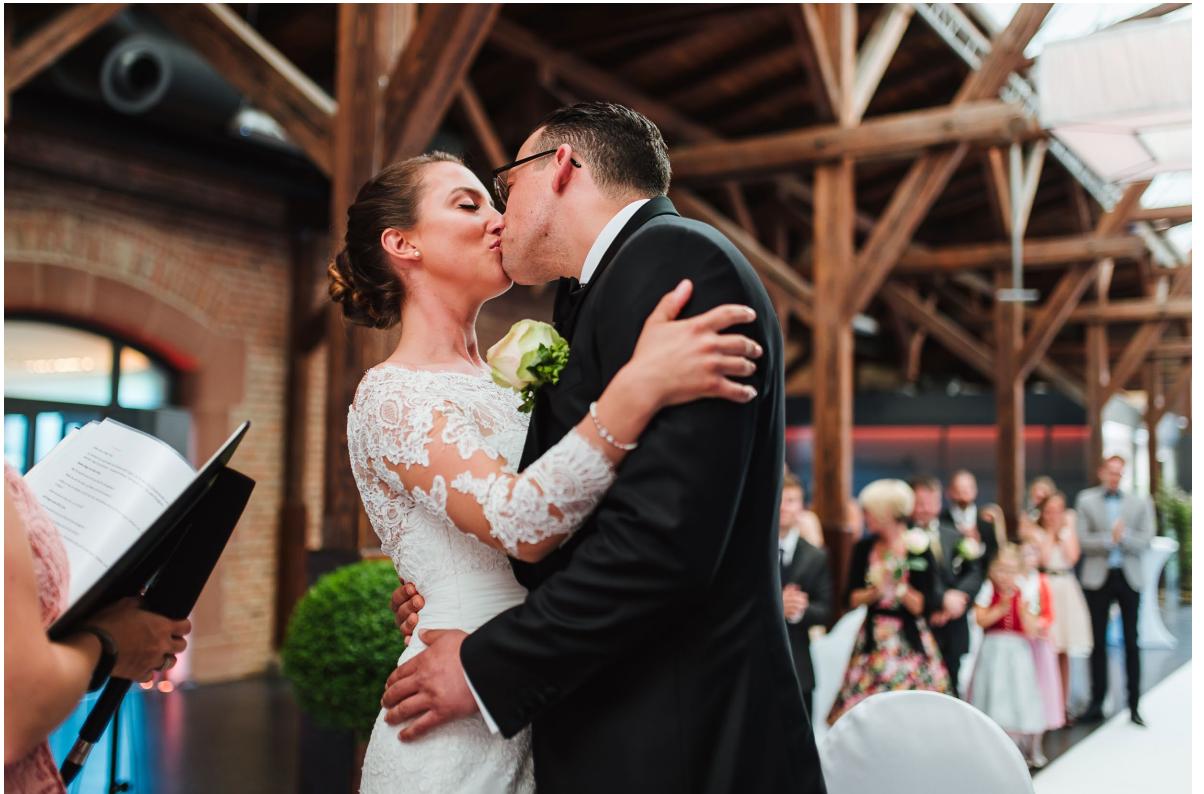
↑ Einheitlichkeit – bringen Sie Ordnung ins Chaos

Es heißt: Der erste Eindruck zählt. Und dieser wird in einer Onlinegalerie nicht durch ein Einzelbild, sondern durch die komplette Serie erzeugt. Auch wenn Ihre Kundschaft später selbst ein Album erstellt oder die Bilder in einem Rahmen miteinander kombinieren möchte, sieht es immer besser aus, wenn die Fotos bei der Lieferung einheitlich bearbeitet und stimmig sortiert sind. Hier sieht man den kleinen, aber feinen Unterschied, wenn Fotos nicht nur zeitlich, sondern auch inhaltlich (manuell) logisch sortiert wurden.

Es soll eine stimmige Bildergeschichte werden, die in der Onlinegalerie auch via Diashow bequem durchgeschaut werden kann. Es wird schnell langweilig, wenn Sie zehn ähnliche Bilder aus einer Serie ansehen müssen und diese sich kaum ändern. Beschränken Sie sich! Ich gebe zu, dieser Anspruch liegt auch an meinem persönlichen Reportageschwerpunkt, das heißt, ich möchte eine Geschichte erzählen. Ich sortiere daher auch Bilder um. Übersichtsaufnahmen aus verschiedenen Perspektiven (seitlich, aus Richtung des Paares und in Richtung des Paares), die bei einem Rundgang rund um den Trauungsort entstanden sind, wandern in Kombination mit Detailaufnahmen eventuell an andere optisch und dramaturgisch passendere Stellen.

Die Trauung ist das beste Beispiel: Ich neige dazu, in den ersten Minuten ruhig abzuwarten und den Personen erst einmal die Chance zu geben, sich auf die Rednerin oder den Geistlichen zu konzentrieren. Ich fotografiere daher während der ersten Minuten fast gar nicht. Erst wenn sich die Stimmung etwas lockert bzw. spätestens während der Ringübergabe oder des Eheversprechens sind dann »alle Tore offen«, um auch mal etwas mehr in den Vordergrund zu treten. Hierzu mache ich dann gerne auch mal »Rundgänge«. Würde ich die Bilder genau in dieser Abfolge belassen, würde das Paar viele, viele Übersichtsaufnahmen hintereinander an einer Stelle finden. Das wäre allerdings ziemlich langweilig und würde nichts zur Geschichte beitragen. Sortiere ich die Bilder jedoch um, erhöht dies den Spannungsbogen und erweckt zudem den Eindruck, ich wäre an zwei Orten gleichzeitig gewesen.





↔ Verschiedene Perspektiven

All diese Bilder stehen in der Reportage für den Kunden hintereinander in der Galerie. Jedoch sind sie zu unterschiedlichen Zeitpunkten aufgenommen worden. Das Paar küsst sich zwei Mal, und ich stand jeweils an unterschiedlichen Punkten: direkt im Mittelgang, etwas weiter weg (hier ganz links) und näher dran (links), sowie vom Mittelgang betrachtet links vom Paar ganz nah (oben). So hatte ich in der Bilderserie genug Auswahl ähnlicher, aber nicht gleicher Bilder, um die Perspektiven hintereinander positionieren zu können. Es wirkte im Ergebnis so, als wenn zwei Fotografen anwesend gewesen wären.

Datenlieferung – online und offline

Die Art Ihrer Datenlieferung sollten Sie ganz einfach von Ihrer Zielgruppe abhängig machen. Ich denke da recht pragmatisch. Möchten Sie europa- oder weltweit agieren, ist es sinnvoll, in eine hochwertige und funktionelle Onlinegalerie zu investieren. Sind Sie eher regional unterwegs, ist es auch recht einfach, einmal etwas per Post zu verschicken oder sogar einen persönlichen Termin zur Bilderübergabe zu vereinbaren. Auch die Vorlieben Ihrer Paare können hier

ausschlaggebend sein. Fragen Sie nach! Eine schöne Verpackung mit Fotoprints und einem USB-Stick als Speichermedium ist die branchengängige Methode.

BILDBEARBEITUNG OUTSOURCEN

Die sehr konzentrierte saisonale Arbeit im Sommer mit – zum Teil – umfangreichen Freitags- und Samstagsreportagen bringt sehr schnell eine riesige Menge an Bildern auf die Festplatte, die zeitnah und am besten parallel abgearbeitet werden sollten. Das Aufbereiten der Fotos in Helligkeit und Farbigkeit (nicht zuletzt das Setzen des passenden Weißabgleichs) und, ja, auch die Wahl des richtigen Bildausschnitts sind eher Fließbandarbeit, die nicht jedem Spaß bereitet und zudem ein großes Fehlerpotenzial birgt. Es gab schon die eine oder andere Saison, in der ich wirklich Zwangspausen einlegen musste, weil ich einfach nicht mehr scharf sehen konnte. Die starre Bildschirmarbeit tut zudem für Rücken und Beweglichkeit einiges, aber nichts Gutes – sowohl für den Fotografen als auch hinsichtlich der Qualität der Bilder. Aus diesem Grund geben viele Fotografen (und so auch ich) die Grundaufbereitung der Bilder an große Dienstleister im Ausland ab. Hier wird innerhalb weniger Tage eine ganze Flut an Fotos von Spezialisten aufbereitet, wodurch Ihnen einiges an Grundaufbereitung abgenommen wird. Zu meinen Paaren sage ich immer, es ist ähnlich wie beim Gemüseschneiden in einer Gastronomieküche. Ich bin dankbar für helfende Hände und froh darüber, dass es so möglich ist, mich auf das konzentrieren zu können, was meine Bilder ausmacht: das Konzipieren, Würzen und Anrichten des Menüs.

Die Qualität meiner Bilder und mein Gemütszustand haben sich dadurch auf jeden Fall deutlich verbessert. Glauben Sie jedoch bitte nicht, dass Ihnen Dritte Ihre Bildbearbeitung komplett abnehmen könnten, das sollten sie auch nicht. Einzelne Fotos mit besonderem künstlerischem Anspruch gehören ausschließlich in Ihre Hände und sollten von Ihnen selbst einer Qualitätskontrolle unterzogen werden, und auch das Sortieren der Bilder in der richtigen Reihenfolge sollten Sie selbst übernehmen. Aber durch das Abgeben der Bilder zur Grundaufbereitung werden Ihnen gut und gerne einige Stunden Arbeit abgenommen, und damit »gewinnen« Sie einen oder zwei Tage, in denen Sie sich ums Netzwerken, Ihre Website oder auch einfach mal um Ihr Seelenwohl kümmern können.

Sowohl die richtige Benennung als auch die korrekte Sortierung der Fotos ist jedoch essenziell. Dies kann (ähnlich wie bei der Abstimmung der Bilderübersicht) Ihr Produkt auf einfache Weise sauber und professionell aussehen lassen. So verwende ich für meine Festplatten das Hochzeitsdatum im Ordnernamen und natürlich die Vornamen des Paares im Dateinamen. Auf diese Weise ergibt sich beispielsweise Folgendes: <2020.05.01_VornameNachnameVornameNachname_laufendenummer.nef>. Für das Paar jedoch ist es von Belang, was die Bilder zeigen (Hochzeit), vielleicht noch erweitert um die Info, von wem die Bilder stammen (Fotograf).

Daraus würde sich folgende Kombination ergeben: <Standesamt_SajaSeusFoto-grafie_laufen-denumber.nef>. Hier müssen Sie sich also entscheiden, ob Sie die Fotos nach Ihren eigenen Belangen benennen oder nach denen des Paares. Keinesfalls sollten Sie unterschiedliche Dateinamen verwenden. Denn hier kommt es unter Umständen zu Missverständnissen bei einer möglichen Bildauswahl für ein Album. Verwendet jede Partei den gleichen Dateinamen, können Sie die Auswahl auch maschinell übertragen und sparen sich eine mögliche Fehlerquelle und Zeit.

Nicht nur für Ihr eigenes Archiv, sondern auch für das Paar ist es hilfreich, den Bildern eine laufende Nummer zu geben, um jedes Bild eindeutig identifizieren zu können. Eine laufende Nummer startet bei 001 und endet beispielsweise bei 675.

Ihr favorisiertes Bearbeitungsprogramm benennt für Sie Dateien innerhalb weniger Sekunden um – es gibt also keine Ausrede mehr! Gerne können Sie auch Ihren Firmennamen integrieren. Das kann Paaren helfen, sich auch lange nach der Hochzeit noch daran erinnern zu können, von wem die Bilder stammen, und gibt Gästen zudem einen Hinweis auf den jeweiligen Urheber. Programme wie JPEGmini sind übrigens perfekt dafür geeignet, Ihre Bilder im Datenvolumen zu verkleinern und so das Teilen der Bilder für das Paar und die Gäste einfacher und schneller zu machen. Die Struktur einer Onlinegalerie muss ebenso wie die Struktur auf einem USB-Stick definiert werden. Sie haben nun viele, viele Dateien. Wie möchten Sie diese organisieren?

- alles unkompliziert in einem Ordner*
- mehrere Ordner, unterteilt in Tagesabschnitte*

- nur eine Auflösungsgröße (volle Auflösungsgröße)*
- mehrere Auflösungsgrößen (hochauflösend und Internetgröße)*

Und wann möchten Sie liefern?

eine Woche ← → *zehn Wochen*

INTERVIEW

HOCHZEITS LICHT

Ein Team für die Hochzeitsfotografie



↑ Das Team von Hochzeitslicht

Bereits 2003 kam Christian aus dem Team auf die Idee, Hochzeiten zu fotografieren. Damals stand noch die Finanzierung der Fotografenausbildung im Vordergrund. Das Team entstand, als Ehefrau Melanie neben ihrem Studium assistierte. Beide hatten schon bei der Lokalpresse Erfahrung im Fotografieren gemacht, und bereits bei der zweiten Hochzeit nahm Melanie die Kamera selbst in die Hand. 2006 erweiterte sich das Team um Thomas als weiteren Gesellschafter, und aktuell besteht das Team aus drei Auszubildenden, zwei fest angestellten Fotografen und vier freien Fotografen. Sogar

- Telefon: +49 30 66763203
- E-Mail: mail@hochzeitslicht.de
- Website: www.hochzeitslicht.de
- Social: www.facebook.com/hochzeitslicht
 - ★ www.instagram.com/hochzeitslicht/
 - ★ <https://twitter.com/hochzeitslicht>
 - ★ www.pinterest.de/hochzeitslicht/

eine Buchungsmanagerin, die sich darum kümmert, die Jobs zu verteilen, arbeitet inzwischen im Team. Insgesamt durfte die Lumentis GbR bereits zehn (Hochzeits-)Fotografen ausbilden, was sie alle sehr stolz macht. Ich durfte dem Team ein paar Fragen stellen zu ihrer Arbeit und Organisation. Los geht's!

Saja Seus: Melanie, ihr seid ein ganzes Team an Fotografen, die in ähnlichem Stil und auf gleichem Niveau viele, viele Hochzeiten im Jahr begleiten. Was sind denn die Vorteile (für euch und die Paare), dass ihr im Team arbeitet? Warum habt ihr euch dazu entschlossen?

Melanie: Wir ticken alle sehr ähnlich und können uns daher super gegenseitig unterstützen. Gerade wenn es in der Hochsaison mal etwas stressiger wird, merken wir das deutlich. Wir lernen ständig voneinander und inspirieren uns gegenseitig, was wir alle sehr schätzen. Uns allen ist es wichtig, kontinuierlich besser zu werden, und für uns funktioniert das in der Gemeinschaft am besten.

Da unser Team sowohl aus jungen Fotografen, die am Anfang ihrer Karriere stehen, als auch aus »alten Hasen« besteht, resultiert unsere Zusammenarbeit aus einer spannenden Dynamik. Die jungen Fotografen profitieren von den (weit mehr als) zehn Jahren Erfahrung, die die »Älteren« bieten, während die älteren Fotografen natürlich durch die »Jungen« neue Impulse bekommen. So bleibt unsere Fotografie immer frisch und trotzdem zeitlos.

Ein ganz klarer Vorteil für unsere Paare ist es dabei, dass wir immer Ersatzfotografen parat haben, die im »gleichen Stall« arbeiten. Das hilft, falls beispielsweise jemand wegen Krankheit ausfallen sollte. Selbst an den beliebtesten Terminen lassen wir immer mindestens einen Fotografen frei, sodass im Notfall jemand zur Verfügung steht und unsere Paare sich keine Sorgen machen müssen. Für uns Hoch-

zeitsfotografen bedeutet das auch, dass wir ab und zu während der Saison einen Samstag frei haben und Zeit zum Regenerieren bleibt. Ein großer Vorteil für uns alle.

Wo gibt es Besonderheiten? Wie teilt ihr eure Aufgaben auf? Macht ihr alle das Gleiche, oder übernimmt jeder andere Aufgabengebiete?

Wir teilen Aufgabenbereiche so auf, dass sich die Fotografen rein auf ihre Fotografie und den direkten Kontakt mit den Paaren konzentrieren können. Für das organisatorische Drumherum wie den gesamten Buchungsablauf, die Buchhaltung und Social Media, das normalerweise auch einen großen Teil der Arbeit eines Hochzeitsfotografen ausmacht, beschäftigen wir dedizierte Manager. Unser gemeinsames Ziel ist, dass jeder von uns seinen Traumberuf als Hochzeitsfotograf ausleben kann. Dass er sich permanent kreativ weiterentwickeln kann und sich nicht um formelle Dinge kümmern muss.

Wie handhabt ihr das mit dem Equipment, ist bei euch eine Kameramarke wie etwa Canon vorge- schrieben, weil ihr alle mit dem gleichen Equipment arbeitet?

Die richtige Technik ist für uns das A und O guter Fotografie, und deswegen gehen wir bei der gesamten technischen Ausrüstung keine Kompromisse ein. Wir legen großen Wert darauf, dass jeder Fotograf technisch bestens mit seiner eigenen festen Ausrüstung ausgestattet ist. Dazu gehören mindestens zwei Kameras, zwei Festbrennweiten für nah und fern sowie zwei Blitze. Zusätzlich gibt es noch einen Team-Pool mit allem, was das Fotografenherz begeht. Hier finden alle Teammitglieder eine große Auswahl an nahezu allen möglichen Objektiven, Mittenformattechnik und mobilen Blitzanlagen. Unsere Bildbearbeitung im Studio führen wir ausschließlich an professionellen Eizo-Monitoren durch, die selbst-

verständlich im regelmäßigen Rhythmus kalibriert werden. Falls jemand einen Mangel an technischer Ausrüstung feststellt, wird dieser sofort von unserem Technikmanager behoben, damit immer alles einsatzbereit ist.

Beeindruckend finde ich, dass man auf den ersten Blick nicht sieht, wer von euch die Hochzeit fotografiert hat, die Bilder aber dennoch ein hohes kreatives Niveau haben. Wie macht ihr das? Bildet ihr euch gemeinsam weiter?

Alles steht und fällt mit der Auswahl und der Ausbildung im Team. Da hilft mir mein früherer Studien schwerpunkt bei der Personalauswahl und natürlich auch bei der Teamentwicklung sehr. Bei der Auswahl achten wir von Anfang an auf das bereits vorhandene Portfolio, die Begeisterung für Hochzeiten sowie eine offene, kooperierende, kreative, leistungsorientierte und gewissenhafte Art. Uns allen ist es wichtig, Neues zu lernen und immer besser zu werden. Außerdem ist es ganz wichtig, konsistente Abläufe und Qualitätskriterien zu entwickeln. So garantieren wir, dass alles möglichst reibungslos, fehlerfrei und standardisiert abläuft. Nur so können wir Aufgaben auch untereinander aufteilen und gleichzeitig sicher sein, dass alles unseren hohen Standards gerecht wird. Denn jeder arbeitet auf sehr ähnliche Art und Weise.

Damit das alles klappt, haben wir ein umfangreiches internes Lexikon erstellt, veranstalten interne Workshops, nehmen Neulinge zunächst als Zweitfotografen mit auf Hochzeiten und investieren alle sehr viel Zeit in unsere Ausbildung. Das interne Lexikon fasst all unser Wissen zur Hochzeitsfotografie zusammen, unter anderem mit Themen zur Rolle des Fotografen bzw. zu bewährtem Verhalten, zur Bedienung der Fototechnik bis hin zur Bildbearbeitung. Wir geben uns auch untereinander viel Feedback zu unseren Fotos und führen regelmäßig strukturierte Mitarbeitergespräche, damit alle wissen, wo sie ste-

hen. Außerdem wurden und werden wir auch durch 1:1-Coachings mit externen Fotografen inspiriert. Momentan nehmen wir Videos auf, die auch externen Fotografen die Möglichkeit geben, uns in Aktion auf verschiedenen Hochzeiten zu beobachten und unsere Erfolgsfaktoren kennenzulernen.

Hand aufs Herz: Kommt es auch schon mal zu »Stutenbissigkeit« oder Eifersucht, wenn einer im Team für eine tolle Hochzeit gebucht wird und der andere in die Gaststätte nebenan gehen muss?

Jede Hochzeit hat ihren Reiz, und wir freuen uns über jede Feier, bei der wir dabei sein dürfen. Natürlich gibt es auch ab und zu die »Knallerhochzeit«, bei der von vornherein klar ist, dass sie das Potenzial hat, in Magazinen oder Blogs veröffentlicht zu werden. Davon profitiert aber letztendlich das ganze Team, sodass es keinen Sinn ergibt, neidisch zu sein, und so etwas gar nicht erst entsteht.

Von Teammitgliedern, die auch einmal eine »Gaststätten-Hochzeit« fotografieren müssen, erwarten wir natürlich, dass sie auch dort sehr gut (kreativ) arbeiten – oft zeigt sich hier erst das richtige Können des Fotografen. Aus »einfachen« Hochzeiten kann richtig viel gemacht werden, wesentlich mehr, als auf den ersten Blick ersichtlich ist.

Wie schafft ihr es, euch so professionell und routiniert zu organisieren, ohne den persönlichen Kontakt zu den Paaren zu vernachlässigen?

Wir lieben den Kontakt zu Menschen, und jedes Paar ist (so wie jede Hochzeit) einzigartig. Je mehr wir über unsere Paare und ihre Hochzeit wissen, desto besser. Daher ist uns die Kommunikation vorab sehr wichtig, um uns optimal auf jedes Paar einzustellen zu können. Die Herausforderung bei uns ist jedoch, dass oft erst eine Woche vor dem Termin feststeht, wer welche Hochzeit fotografieren wird.

Bei Hochzeitslicht können Paare entweder einen bestimmten Fotografen fest buchen oder dem Team die Auswahl des Fotografen überlassen. Das Paar, das die zweite Möglichkeit wählt, bekommt für die für uns gewonnene Flexibilität einen Rabatt, weshalb sich die meisten Paare für diese Option entscheiden. Im Vorfeld kümmert sich unsere Buchungsmanagerin um alles Organisatorische wie Angebote, Kalendereinträge, Rückfragen und das Verwalten von Informationen, die wir von jedem Paar bekommen.

Wir empfehlen trotz der Kurzfristigkeit allen unseren Paaren, auf jeden Fall einen Kennenlern-Termin mit unseren Fotografen zu vereinbaren (persönlich bei uns im Studio, per Telefon oder Skype). Das muss nicht der Fotograf sein, der später auch fotografiert. Aber so bekommt man schon einmal ein Gefühl für einander, kann Vorstellungen und Wünsche äußern und vielleicht noch den einen oder anderen Tipp mit auf den Weg geben. Dabei hält der Fotograf alles Wichtige in einem strukturierten Fragebogen fest. Dazu gehören für uns auch Aspekte wie die Anzahl der Gäste oder wer die wichtigen Personen auf der Hochzeit sein werden. Auch das Verhältnis des Paares zu den Eltern zu kennen ist uns wichtig.

Wir legen alle Informationen zu einem Paar zentral ab, darauf hat dann jeder Fotograf Zugriff. Ganz wichtig ist, dass der konkrete Fotograf und das Paar mindestens einmal vor der Hochzeit miteinander ge-

sprochen haben, um schon vor der Hochzeit miteinander warm werden zu können. Daher ruft der Fotograf, der die Hochzeit begleiten wird, ungefähr zwei Tage vor der Hochzeit beim Paar an. Für das Paar ist das noch einmal eine Rückversicherung, dass alles wie geplant läuft, und es können noch einmal letzte offene Fragen und Details besprochen werden.

Und zu guter Letzt: Ihr bietet auch Videofilm zur Hochzeit an. Glaubt ihr, dass das die Zukunft im Hochzeitsbereich sein wird?

Die Nachfrage nach Hochzeitsvideos ist definitiv steigend. Jedoch gibt es seit einem Jahrzehnt bei Hochzeitslicht nur eines von 100 Paaren, die sich nur für einen Hochzeitsvideografen entschieden hat und keinen Fotografen gebucht hat. Ich persönlich finde, dass ein Video eine einzigartige und wundervolle Ergänzung zur Fotografie ist, jedoch würde ich mich auch immer zusätzlich für einen Fotografen entscheiden. Ein Video kann auch gesprochene Worte sowie Mimik und Gestik im Zusammenhang transportieren. Die Emotionen sind natürlich stärker, wenn das Video mit Musik hinterlegt ist. Dem Nachwuchs empfehle ich, sich auch im Videobereich auszubilden, weil bewegte Bilder immer stärker nachgefragt werden.

Danke, Melanie!

↓ Übersichtsaufnahmen

Für die Verortung und den Transport der Stimmung finde ich es wichtig, Übersichtsaufnahmen zu produzieren, die in einer guten Mischung mit Nahaufnahmen des Paares und dessen Gästen stehen sollten. Hierfür setze ich ein Weitwinkel (24mm) ein, und in diesem Fall habe ich die Anfangsblende von f1,8 auf f2,8 geschlossen, um möglichst viele scharfe Gesichter zu erhalten.





↑ Details, Details

Die Braut, die zu der Zeit noch mit ihrem Mann in London lebte, hatte sich die 1-Pence-Münze als Glücksbringer auf die Schuhe geklebt. Als ich dies beim Getting Ready entdeckt hatte, griff ich spontan nach den Sträußen sowie der Blumendekoration und ging damit schnell in den Innenhof, um ein schöneres Licht und einen passenderen Untergrund als im Brautzimmer zu haben. Das linke Bild mit dem engeren Beschnitt ist mit einem 100-mm-Makro mit Blende f4,5 entstanden. Das rechte Bild hingegen mit einem 24–70-mm-Zoom bei 44 mm ebenfalls mit Blende f4,5, weil ich schon beim Fotografieren die Kombination dieser beiden Motive antizipiert hatte und die Belichtung für einen konsistenten Look sehr ähnlich halten wollte. Solche Detailaufnahmen sind sehr zeitaufwendig, was man dem Paar unbedingt im Vorfeld kommunizieren und mit dessen Zeitplan abstimmen sollte.



↑ Unverzichtbar: der Brautstrauß

Der Brautstrauß ist in jeder Reportage ein Must-have-Motiv. Eine solche Detailaufnahme ist in einem Layout wie beispielsweise in einem Magazin, Album oder Blog eine willkommene Abwechslung zu den Porträts. Daher fotografierte ich den Strauß mehrmals in verschiedenen Situationen und aus unterschiedlichen Perspektiven. Hier rahmt der Hintergrund (die Balken des Fachwerkhauses) den Strauß förmlich ein, und der rosa Hintergrund passt perfekt zum Paar und zu deren Porträts.

→ Kreative Gruppenfotos I

Das Foto mit dem Paar und seinen Trauzeugen wurde von mir so inszeniert. Ichachte immer darauf, dass die Kleidung und Größenverhältnisse der Personen miteinander harmonieren. Nach dem klassischen Foto, bei dem ich alle in die Kamera lächeln ließ, habe ich darum gebeten, dass jeder eine selbst inszenierte Pose einnimmt. Je nach Gesellschaft und Stimmung untereinander frage ich die Personen, ob sie Hip-Hop-Zeichen machen oder tanzen wollen. Das bringt immer authentische, lockere und stimmungsvolle Gruppenfotos.

→ Kreative Gruppenfotos II

Gruppenfotos können vielseitig umgesetzt werden: klassisch, humorvoll oder kreativ. Mit Männern klappt das Springen oft am Besten. Die Schwierigkeit: Das rhythmische Zählen und der damit verbundene zeitgleiche Absprung aller Beteiligten. Der lustigste Moment.





↑ Individuelle Details

Dieses Paar habe ich zwei Tage vor dessen Hochzeit am Telefon kennengelernt, weil die beiden in London leben und uns ohne Angabe eines Wunschfotografen gebucht hatten. Die Braut erzählte mir, dass sie die Konfettiherzen für den Auszug stundenlang selbst ausgestanzt habe. Daher war es mir wichtig, ein besonders schönes Detailfoto von diesen DIY-Herzen zu erzeugen. Nach dem Auszug aus der Kirche gab es einen Sektempfang, und im Anschluss daran bat ich das Paar, sich auf die Stufen zu stellen. Dabei habe ich die Position der Schuhe, des Kleides und Straußes genau arrangiert und für eine weitläufige Schärfe Blende f4 gewählt.

→ Gestellte, aber trotzdem lockere Gruppenfotos

Die drei englischsprachigen Brüder haben sich nicht von allein so hingestellt. Als ich in den Raum kam, habe ich nach der besten Ausleuchtung vor einem ruhigen Hintergrund Ausschau gehalten, weil sich das Paar auch Gruppenfotos während des Ankleidens gewünscht hatte. Hierfür wählte ich Blende f2,8. Ich gehe dabei meist so vor, dass ich zunächst das gestellte Gruppenfoto inszeniere, um dann im Anschluss für die bewegten Bilder die Anspannung aus den Gesichtern zu nehmen. Hier habe ich die Jungs nun darum gebeten, gegenseitig den Sitz ihrer Anstecksträuße zu überprüfen. Die Situation wirkt meines Erachtens weniger gestellt, weil sie das Posing für das Gruppenfoto bereits hinter sich gebracht hatten.



← Spiegelungen und andere interessante Perspektiven

Dieses Foto ist beim Schminken der Braut entstanden. Ich halte gern Ausschau nach Spiegelungen und interessanten Perspektiven, und ich muss ehrlich gestehen, dass ich mir im Nachhinein für dieses Motiv gewünscht hätte, noch mehr Auswahl zu haben, weil es meines Erachtens ohne den Kontext der anderen Bilder eine nicht einwandfrei eindeutig zu erkennende Situation darstellt.





↑ Aufmerksamkeit und Reaktionsfähigkeit

Mir war es wichtig, dass man die Konfettiherzen beim Auszug erkennt, daher habe ich Blende f2,8 gewählt. Das Bild ist einen kleinen Tick zu hell belichtet (das Weiß im Kleid bricht leicht aus), was dem Umstand geschuldet ist, dass das Paar vor lauter Aufregung das mit mir zuvor besprochene »Go« nicht abgewartet hatte und ich die Kamera sehr schnell einstellen musste. Der Auszug aus der Kirche, der erste eheliche Kuss und das Anstecken der Ringe sind für den Fotografen stets Momente, die eine erhöhte Aufmerksamkeit und Reaktionsfähigkeit erfordern. Idealerweise bereitet man diese Szenen im Vorfeld gewissenhaft vor, indem man seine Technik absolut im Griff hat und dem Paar in jeder Situation ein paar Schritte voraus ist.

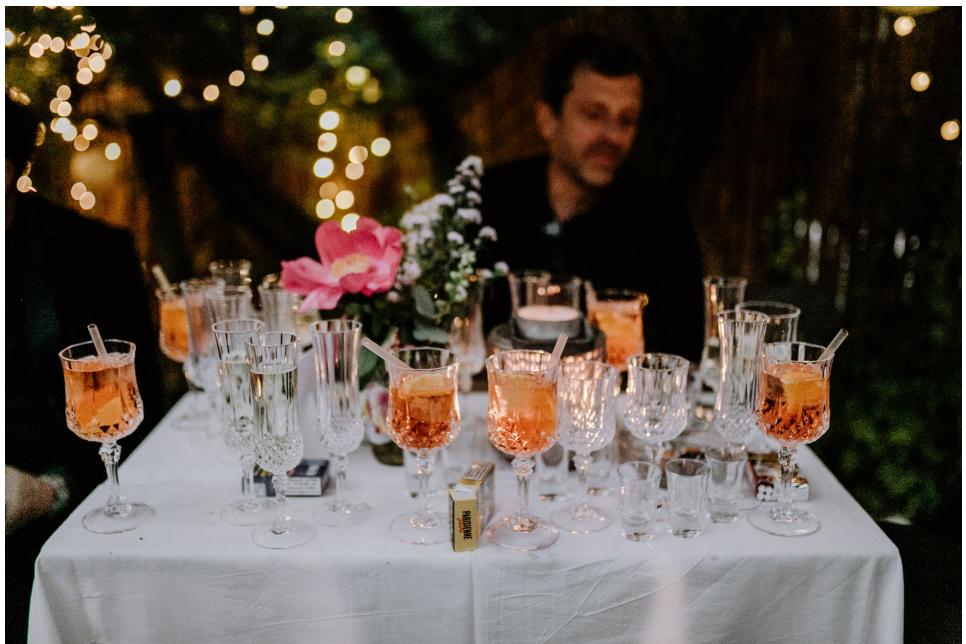
→ Reportage

Die Reportage, die Sie hier ab der rechten Seite sehen, wurde bewusst fast durchgängig mit der Festbrennweite 35 mm und einer sehr offenen Blende zwischen f1,4 und f1,8 fotografiert. Es gibt in dieser Auswahl nur drei Fotos, die mit Blende f2,8 entstanden sind: das Busticket, um die Schrift lesbar zu machen, die Ringe, um beide scharf zu haben, sowie die Blätter und das Bokeh der Lichterketten, damit das Bokeh nicht zu küsselig/unscharf wird. Dieser Fotostil wird häufig von Paaren gewünscht, die die beobachtende Reportagefotografie bzw. natürliche Bilder bevorzugen und möglichst wenig angeleitete Porträts wünschen.











↑ Festbrennweiten

Durch das konsequente Einsetzen des 35-mm-Weitwinkelobjektivs auf einem Vollformatsensor erhält man mehr Dynamik und Spannung im Bild, was sich als Bildstil über die gesamte Reportage zeigt. Der Blick des Fotografen kann durch den Einsatz eines einzigen Objektivs, wie der 35er- oder auch 50er-Festbrennweite, noch offener für das Hier und Jetzt werden. Man hat so die Chance, nicht von der über den Hochzeitstag gefühlten immer schwerer werdenden Fototechnik, von mehrmaligen Objektivwechseln oder Ähnlichem abgelenkt zu werden, und kann mit dieser Herangehensweise besonders ausgefallene Perspektiven und kreative Lichtbildwerke erschaffen. Es ist eine interessante und lohnenswerte Erfahrung und für manch einen Fotografen, der in inflexiblen Technikgewohnheiten feststeckt, eine ideale Herausforderung, um seine Bildsprache zu erweitern. Als Folge der so gewählten Festbrennweite muss man sich allerdings darauf einstellen, viel zu laufen, um den idealen Bildausschnitt zu erhalten. Und auch nicht jede Hochzeit lässt sich mit einem einzigen Objektiv abdecken. Wenn etwa in der Kirche viele Gästeaufnahmen gewünscht sind, greift man eher zu Brennweiten ab 85 mm, um nicht störend aufzufallen.

KAPITEL 5

PROFESSIONALISIEREN

KAPITEL 5

PROFESSIONALISIEREN

*Schaffen Sie einen professionellen
Rahmen für Ihre Dienstleistung*

Eine klassische Situation auf einer Hochzeit: Das Paar hat pünktlich zur Hochzeit eine Liste voll von spannenden Bildideen und überreicht Ihnen diese beim Porträtschooting. Sie sind entsetzt, denn natürlich beschränkt das Ihre künstlerische Freiheit. Zudem sind einige der Motive schlichtweg veraltet und das aus der Zeit gefallene Posing wird Ihr aktuelles Paar unvorteilhaft aussehen lassen. Das wissen Sie bereits jetzt.

WAS PROFESSIONALISIERUNG AUSZEICHNET

- Organisieren Sie sich.
- Berechnen Sie Ihre Leistung, aber richtig.
- Kennen Sie Ihre rechtlichen Grenzen.

Sich zu professionalisieren bedeutet, den Fokus auf die Qualität der Sache zu legen und nicht auf persönliche Befindlichkeiten.

Was also tun, wenn es darum geht, ohne jemanden vor den Kopf zu stoßen, dennoch bei der Sache zu bleiben? Freundlich, aber bestimmt zu kommunizieren gehört sicherlich zur Basis eines professionellen Auftrittens. In unserem Fall hätte ich vermutlich freundlich, aber bestimmt geantwortet: »Eine tolle Idee! Nur fehlt uns aktuell dafür die Zeit. Wir probieren das, wenn wir uns später noch ein wenig Freiraum dafür schaffen können.«

Hochzeit ist ein Luxusprodukt, es soll Spaß machen! Sie gewinnen, wenn Sie die gute Stimmung bei Ihren Kunden aufrechterhalten – auch wenn Sie selbst nicht immer gute Laune haben. Überzeugen Sie mit ehrlicher, nachhaltiger und konkret auf Ihre Zielgruppe abgestimmter Kommunikation, bleiben Sie stets am Ball, und rechnen Sie realistisch, um schlussendlich von der Hochzeitsfotografie auch leben zu können. Wie das geht, erläutere ich in diesem Kapitel. Lassen Sie uns starten.

5.1 Organisieren Sie sich

Die meisten Menschen empfinden Ordnung als positive Charaktereigenschaft und Unordnung als negative. Was denken Sie persönlich über ordentliche bzw. unordentliche Menschen?

Ordnung bedeutet, etwas im Griff zu haben und für einen reibungslosen Ablauf sorgen zu können. Unordnung wird mit Chaos assoziiert. Ordentliche Menschen gelten gemeinhin als schnell, kompetent und zuverlässig, und sie finden alles dort wieder, wo sie es hinterlassen haben. Unordentliche Menschen hingegen haben den Ruf, nichts an Ort und Stelle wiederzufinden, unzuverlässig zu sein und – zumindest zeitweise – im Chaos zu versinken. Sie werden gebeutelt von unvorhersehbaren Einflüssen und sind nicht in der Lage, adäquat darauf zu reagieren ...

Entspricht dies in etwa dem, woran Sie gerade eben dachten? Wenn ja, bin ich der Ansicht, Sie urteilten ein wenig zu hart. Denn die größten Genies der Geschichte waren in vielerlei Hinsicht zugleich auch oftmals die größten Chaoten. Unordentlichkeit kann zu mehr Flexibilität führen; das ist wissenschaftlich belegt. Jemand, der es gewohnt ist, seine Siebensachen an unterschiedlichen Stellen zusammenzusuchen, den wird es nicht aus dem Konzept bringen, wenn er mal einen Pullover nicht am erwarteten Platz findet. Was aber nur macht dieser eine hilflose ordentliche Mensch, der keine Idee hat, wo der Pullover sonst noch sein könnte?



↑ Ordnung wird gemeinhin überbewertet

Besonders auf Hochzeiten ist Unordnung der motivische Bruch, den ich sehr schätze und gerne dokumentiere. So zeigt das Bild eine Schar fröhlicher Kinder im Blauen Saal eines sehr schicken Hotels, die ihre Spaghetti verspeisen. Der Gedanke, dass jeden Moment etwas von der Tomatensoße auf der teuren Tapete landen könnte, liegt hier zum Greifen nahe.

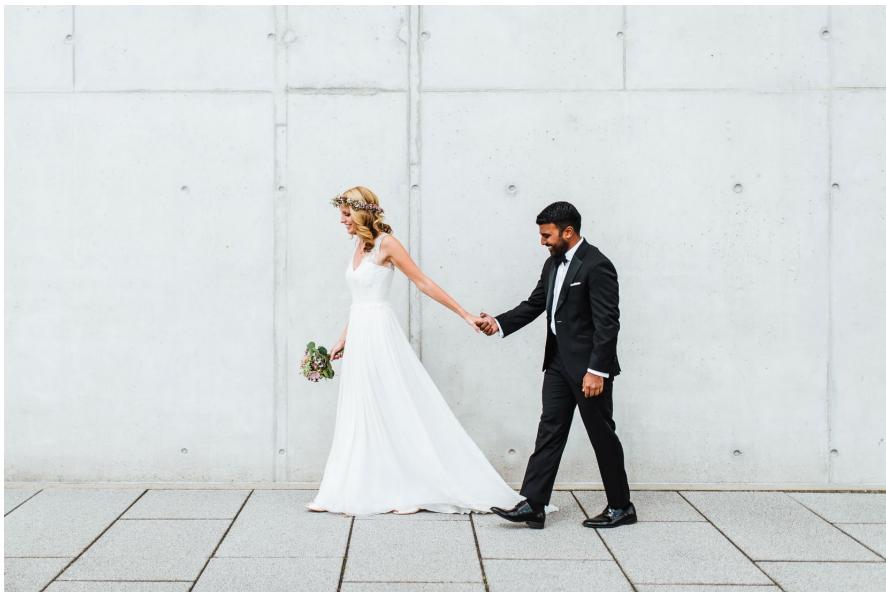
Bewahren Sie sich also unbedingt ein bisschen Chaos, das ist die perfekte Voraussetzung für einen Hochzeitsfotografen! Denn auf einer Hochzeit läuft in der Regel ohnehin, trotz Plan, wenig nach Plan. Das Einzige, was Sie kontrollieren können (und sollten!), sind Ihre eigenen Abläufe, aber niemals das Verhalten des Kunden. Damit Sie nach außen hin trotz alldem ordentlich aussehen und der sprichwörtliche Fels in der Brandung sind, gebe ich Ihnen im folgenden Abschnitt einen Einblick in einige Tools und Helferlein, die Struktur in Ihr Arbeiten bringen werden.

Workflow

Einen funktionierenden Workflow zu etablieren kann Jahre dauern. Auf der einen Seite ist so ein festgesetzter Arbeitsablauf – was passiert wo, in welcher Reihenfolge – unheimlich praktisch, denn er wird Ihnen sehr viel Zeit und Denkarbeit ersparen. Auf der anderen Seite sollten Sie aber auch ein zu starres Korsett vermeiden. Die komplette Abwicklung des Auftrags (von der Anfrage über die Bilderlieferung bis zur Nachbetreuung) kann durch eine immer gleichbleibende Vorgehensweise einfacher und schneller durchgeführt werden, doch dies wird dazu führen, dass Sie weniger flexibel sind im Umgang mit Paaren, die besondere Wünsche haben. Eine vergleichbare Situation wäre der (Bestell-)Ablauf in einschlägigen Fast-Food-Ketten. Versuchen Sie dort einmal ein Getränk zu bestellen, bevor die Person am Schalter Sie nach Ihren Wünschen fragt. Das wird zu Chaos führen. Mit Blick auf Ihre Arbeit und Ihre gewünschte Zielgruppe kann hier ebenfalls Chaos entstehen. Also Achtung: Haben Sie einen Workflow etabliert, sollten Sie diesen auch klar kommunizieren und Ihre Kunden auf dessen Basis durch die Hochzeit begleiten. Damit vermeiden Sie allzusehr voneinander abweichende Abläufe, und zeigen Verantwortung. Kommt es dennoch zu Sonderwünschen, sorgt geräteübergreifendes Arbeiten für mehr Flexibilität. Das bedeutet ganz einfach, dass Sie, sollten Sie viel unterwegs sein, Ihre Datensicherung und Erstauswahl der Bilder mit einem Laptop vornehmen statt auf Ihrem Stand-PC in Ihrem Büro. Damit sparen Sie Zeit und können Vorschaudateien schneller liefern.

Um noch schneller zu sein, ist es sogar möglich, bereits in der Kamera eine einzelne Bildauswahl am Tag der Hochzeit zu treffen, und zwar ohne, dass Sie erst alle Fotos auf dem Laptop durcharbeiten müssen. Die gesetzten Bewertungen (in Form von Sternen) werden mit den Daten übertragen, und die in der Kamera getätigte Auswahl ist anschließend auch auf dem Laptop zu sehen. Mit einem Klick in Ihrem Programm haben Sie die Dateien sofort separiert. Sie können direkt weiterarbeiten, ohne ein Datenchaos zu verursachen oder doppelt

über die Bilder schauen zu müssen. Ist eine Bildervorschau nicht gewünscht, können Sie ohne diese Vorab-Auswahl vor Ort ganz normal Ihrem üblichen Workflow nachgehen.



← **Licht und Perspektive**
Nicht jede Pose passt für jede Situation und jedes Paar. Hier versuchte ich, eine bewährte Idee – Braut führt Bräutigam – auf eine andere Hochzeit anzuwenden. Vergebens, denn weder das Licht noch die Konstellation brachte Außergewöhnliches hervor. Erst als ich das Paar anders »laufen« lies, wurde das Bild spannender. Die Sonne kam zudem heraus und tat ihr Übriges. Perfekt!

EXKURS

DIE GÄNGIGSTEN ARBEITSSCHRITTE IN DER HOCHZEITSFOTOGRAFIE

Eins nach dem anderen: verliebt, verlobt, verheiratet.

1. Anfrage

Beantworten Sie Anfragen möglichst individuell. Vorlagen helfen Ihnen dabei, schnell zu sein.

Für mich hat es sich bewährt, den Kunden immer eine Preis-Leistungs-Übersicht zukommen zu lassen – sei es in Form einer Onlineübersicht oder eines PDFs. Viele Kunden vergleichen und informieren sich online, bevor sie sich mit jemandem zum Erstgespräch verabreden. Dieses Erstgespräch und der Vertragsabschluss werden sich für Sie einfacher gestalten, wenn Sie Ihren potenziellen Kunden bereits Ihren preislichen Rahmen mitgeteilt haben. Einschlägige Verkaufstaktiken müssen so oft gar nicht mehr angewandt werden, weil die Paare Sie trotz oder wegen Ihres Preises aufgesucht haben und sich von Ihnen beraten lassen.

Schließen Sie Ihre Antwort am besten mit einer offenen Frage ab. Erfolgt der Erstkontakt via E-Mail, fragen Sie nach einem Termin für ein persönliches Gespräch. Erfolgt der Kontakt telefonisch, fragen Sie nach einer E-Mail-Adresse für eine Zusendung weiterer Informationen.

2. Vorgespräch, Terminfixierung und Vertrag

Mit einem ausführlichen Vorgespräch, egal, ob es telefonisch, per Videotelefonie oder persönlich stattfindet, haben Sie die Chance, als Person zu überzeugen.

Zu viele Details direkt beim Erstkontakt zu nennen (beispielsweise wie Sie reagieren, wenn ein Teil Ihres Equipments ausfallen sollte) sind in der Regel zu viele Informationen auf einmal für Ihre Kunden. Achten Sie aber im Gespräch stets darauf, Ihre persönliche Arbeitsweise konkret darzulegen und dem Paar die Möglichkeit zu geben, individuelle Wünsche zu äußern.

Nach einem erfolgreich verlaufenen Erstgespräch besteht anschließend die Option, den Termin eine gewisse Zeit lang für das Paar zu reservieren, um ihm Raum und Ruhe für eine Entscheidung und einen Vergleich zu geben. Für mich hat es sich jedoch bewährt, niemals so lange zu reservieren, bis das Paar gar nicht mehr absagt, sondern maximal eine Woche. Denn manche Paare vergessen schlichtweg die Reservierung oder treiben es mit dem Vergleich und den Verhandlungen auf die Spitze. Schlussendlich hat das Paar eine Lösung, Sie bleiben aber auf einem reservierten Termin sitzen. Eine Woche Bedenkzeit reicht in der Regel aus, sich für oder gegen Ihr Angebot zu entscheiden. Im Fall einer Absage können Sie anschließend den frei werdenden Termin problemlos wieder für andere Anfragen einplanen.

Kommt es zum Vertragsabschluss, vergessen Sie niemals, eine Anzahlung zu vereinbaren. Üblich sind rund 25 % des gesamtfälligen Betrages als Si-

cherheit. Ist bereits eine Vorzahlung geleistet, fühlt sich dies für alle Vertragspartner verbindlicher an. Der Hinweis auf anfallende Fixkosten (Bereitstellung der Galerien, laufende Kosten wie Webserver, Steuerberater etc.) hat bei mir zu vollstem Verständnis geführt.

Übertragen Sie alle wichtigen Daten an eine zentrale Stelle. Ich nutze hierfür den Google-Kalender. So kann auch eine zweite, mir vertraute Person darauf zugreifen, sollte mir etwas passieren.

3. Vorbereitung

Ist der Auftrag fix, heißt das nicht, dass damit auch die Vorbereitungsarbeit abgeschlossen ist.

Kleine Aufmerksamkeiten wie Wedding Guides oder Willkommensboxen (mit Probepäckchen oder Informationen verschiedener Dienstleister) verstärken den Eindruck Ihrer Kunden, sich für den richtigen Fotografen entschieden zu haben, und vermitteln ein gutes »Kaufgefühl«. Manche Fotografen fragen auch regelmäßig nach Updates oder bieten Unterstützung bei der Hochzeitsplanung an.

Zwischen dem Erstkontakt und der Hochzeit können gut und gerne mehr als sechs Monate vergehen. Melden Sie sich bei Ihren Kunden zuverlässig spätestens eine Woche vor der Hochzeit, um Details abzusprechen. So verhindern Sie, dass Sie im letzten Moment Ihre Anreisevorbereitungen treffen müssen.

Die Location-Suche, die Buchung des Hotels etc. gehören ebenfalls zu den Vorbereitungen. Unterschätzen Sie auch nicht die Zeit, die Sie voraussichtlich mit der Kommunikation (zum Beispiel mit Mitarbeitern des Pfarrbüros oder Location-Inhabern) benötigen werden.

4. Auftragsabwicklung vor Ort

Fotografieren Sie. Sie können das!

5. Nacharbeit und Korrekturen

Eine ordentliche Datensicherung des Bild- und/oder Filmmaterials sollte schnellstmöglich, aber bei hellwachem Verstand passieren! Sichern Sie besser am Tag nach der Hochzeit fehlerfrei statt müde und eventuell fehlerbehaftet am späten Abend des Hochzeitstages. Viele liefern ihren Kunden spätestens drei Tage nach der Hochzeit einige Vorschaubilder zur Überbrückung der Wartezeit.

Bearbeiten und sortieren Sie nach bestem Wissen und Gewissen. Nicht selten kann es passieren, dass ein Paar nach der Lieferung noch nach weiteren Bildern fragt oder Extra-Korrekturwünsche hinsichtlich der Bildbearbeitung hat (etwa ein Fleck auf dem Anzug oder ein etwas unglücklich ausssehender Gast auf dem Gruppenbild). Kalkulieren Sie genug Zeit für solche Korrekturen ein, und bleiben Sie Ihrem Kunden gegenüber stets freundlich und entgegenkommend, auch wenn dies für Sie Mehrarbeit bedeutet.

6. Lieferung und Abschluss des Auftrags

Spätestens nach der Fertigstellung der Bilder sollten Sie die Abschlussrechnung stellen – am besten zu einem Zeitpunkt, bevor das Paar alle Bilddateien vollständig erhalten hat. Für mich hat es sich bewährt, alle fertigen Bilder zur Ansicht in die Galerie zu laden, jedoch erst nach Erhalt des Rechnungsbeitrages zum Download freizugeben. So bleibt es für beide Seiten fair, und das Paar kauft nicht blind.

Nach Erhalt des Geldes und Lieferung der Bilder sollten Sie Ihre Kunden per Dankschreiben oder Telefonat kontaktieren und diese beispielsweise um eine Referenzschrift oder eine Bewertung bitten. Verlief alles erfolgreich und für die Kunden zufriedenstellend, versenden einige Fotografen ein Jahr nach der Hochzeit auch noch Glückwunschkarten oder Ähnliches, um an weitere Leistungen wie Familienfotografie zu erinnern.

Viele kleine Sonderwünsche Ihrer Kunden werden Sie ganz oft dazu bringen, Ihre Vorgehensweise zu hinterfragen und neu zu konzipieren. So erging es zumindest mir, als immer mehr Paare nach den mittlerweile üblichen Bildervorschauen fragten oder auch als zum allerersten Mal ein Paar den Wunsch nach einem fest definierten Dresscode äußerte. Daraufhin kaufte ich mir tatsächlich kurz vor dem Abflug nach Schweden noch schnell ein rosafarbenes Kleid am Flughafen, weil Schwarz nicht erwünscht war und ich das viel zu spät erfahren hatte (nachts um 22:00 Uhr vor dem Abflug). Seitdem frage ich generell eine Woche vor der Hochzeit nach dem Dresscode bzw. danach, inwieweit dieser auch für die Dienstleister gilt.

Ihren Workflow werden Sie zwar im Hintergrund etablieren, er ist aber essenziell für Ihre Professionalität.

Und zu denken, ich hätte jetzt alles für immer im Griff, wäre ein Irrtum. Mein Workflow und natürlich auch Ihr Workflow wird sich von Jahr zu Jahr verändern und verbessern. Wenn Sie zu Beginn unter Umständen drei oder vier Programme für die Bildauswahl benötigt haben sollten, werden Sie sich vielleicht irgendwann einmal so organisiert haben, dass nur noch eines erforderlich ist.

Aber nicht nur die Abwicklung als solches, sondern auch die Kommunikation im Vorfeld kann dazu beitragen, dass ein Workflow besser funktioniert. Ein Bräutigam hat mich einmal gefragt, was ich denn von ihm und der Braut benötigen würde, um »gut« arbeiten zu können. Wie nett! Ich war verblüfft und musste mir selbst erst einmal Gedanken darüber machen. Die Antwort darauf (»einen freundschaftlichen, lockeren Umgang«) habe ich dann umgehend in meine Kommunikation mit weiteren Paaren integriert.

→ Wedding Guide

Eine mittlerweile gängige Methode, seine Kunden über die eigene Arbeitsweise zu informieren und Tipps zu weiteren Dienstleistern zu geben: der so genannte Wedding Guide.



Aufklären können Sie beim ersten Kennenlernen, im persönlichen Vorgespräch oder über klassische Werbematerialien wie Newsletter, Interna-Bereiche Ihrer Website oder Printmagazine. Ich kenne sogar eine Hochzeitsfotografin, die regelrechte »Bedienungsanleitungen« verschickt, und eine andere, die alle wesentlichen Infos in einer App gebündelt bereithält. Erlaubt ist alles, was zu Ihrem Konzept passt. Aber Achtung: Es sollte Ihre Paare nicht überfordern. Schließlich sind Sie Dienstleister und nicht Wedding Planner. Konzentrieren Sie sich bei den Informationen, die Sie geben, auf Ihr Kompetenzgebiet: die fotografische Begleitung der Hochzeit!



← Überraschende Situation

Je nach Ausrichtung kann ein einfaches Bild, wie dieses hier, den Kunden ebenfalls glücklich machen. Ein freundliches, aus der Situation heraus entstandenes Porträt mit Blick in die Kamera hat für die Porträtierte wie auch für das Paar einen Nutzen. Sie dokumentieren die Situation und erzählen einen Teil der Geschichte und Sie bilden einen Gast auf schöne Weise ab. So hat sie auch gleich ein schönes Social-Media-Profilbild.

Arbeitszeiten

Hochzeitsfotografie kann anstrengend sein. Antizyklisches Arbeiten kann Vorteile haben, aber auch zu Vereinsamung oder Überarbeitung führen. Die richtige Balance zwischen der Arbeitszeit und der Freizeit zu finden ist ein weiterer spannender Punkt, mit dem viele aus der Branche ein Problem haben. Inklusive meiner Person.

Sie haben nun im Verlauf der diversen Kapitel dieses Buches schon einige Rahmenpunkte Ihres Business festgelegt: Ihren Lieblingsarbeitsplatz, Ihre Zielgruppe und einiges mehr. Nun gilt es, Ihren Arbeitsrhythmus zu finden, um die erforderliche Kontinuität in Ihre Arbeit zu bekommen und diese konstant in der gleichen Qualität leisten zu können. Zwischen Arbeit und Freizeit trennen

zu können ist auch in der heutigen Zeit wichtig, um auch mental abschalten zu können. Ein gut gemeinter Tipp: Schließen Sie sämtliche Chatfenster und vermeiden Sie Ablenkungen, während Sie arbeiten. So sind Sie effektiver und fokussierter bei der Sache und haben hinterher das belohnende Gefühl, auch wirklich etwas vorangebracht zu haben.

Meine Kernarbeitszeiten sind:

- | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------|-----|-------|---------|-------|-----|-------|
| <input type="checkbox"/> Montag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Dienstag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Mittwoch | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Donnerstag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Freitag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Samstag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |
| <input type="checkbox"/> Sonntag | _____ | bis | _____ | Uhr und | _____ | bis | _____ |

Während meiner bislang stärksten Jahre, in denen ich zwischen 50 und 60 Ganztagesreportagen absolviert habe, bündelten sich meine Arbeitszeiten konsequent auf die Bereiche zwischen 9:00 und 12:00 Uhr und zwischen 18:00 und 22:00 Uhr. Perfekt für effektives Arbeiten und genug Raum für am Abend stattfindende Vorgespräche. Die Zeiten davor, danach und zwischendrin nutzte ich für Sport, Gassirunden mit dem Hund, Treffen mit Kolleginnen und Kollegen und – manchmal auch für einen kurzen Mittagsschlaf.

Ein weiterer Punkt: Legen Sie bewusst Pausen ein, um sich zu regenerieren!

Es gehört auch als Selbstständiger dazu, eine Mittagspause zu machen. Das mag vielleicht seltsam klingen, ist aber oft ein reales Problem. Es gab Zeiten, da wechselte ich vom Schlafzimmer im Homeoffice an den Schreibtisch und nachts wieder zurück. Keine Pausen zu machen bedeutet ähnlich wie bei einem Weintasting, die Geschmacksnerven überzubbeanspruchen und keine Neutralität mehr schmecken zu können. Sie werden schnell den Elan verlieren und merken, dass Ihre Konzentration bei der Bildbearbeitung prozentual zum stetig steigenden Arbeitseinsatz schwindet.

Auch während der Kernarbeitszeit können kurze Pausen helfen, neue Energie zu tanken. Wenn Sie im Homeoffice sind, können Sie beispielsweise zwischen durch mal den Müll rausbringen. Ein Mittagessen mit Kollegen oder eine Tasse Kaffee sowie ein kurzer telefonischer Austausch können ebenfalls Wunder wirken und neue Energie wie auch Motivation (!) bringen. Dies wird Ihre Arbeitsleistung um ein Wesentliches verbessern, weit mehr, als wenn Sie permanent vor dem Computer sitzen!



← Beide Augen
offen halten

Bleiben Sie aufmerksam!
Selbst wenn Sie wissen,
dass das Paar sich gleich
küsst wird, achten Sie
mit dem anderen Auge
dennoch auf das, was im
Hintergrund passiert. So
bemerken Sie Blicke der
Eltern oder Gäste, auf die
Sie vom Standpunkt hinter
dem Geistlichen mit einem
Schwung umfokussieren
können.

Automatisierung und Digitalisierung

Um sich die Arbeit etwas zu erleichtern, ist es Ihnen auch erlaubt, Teilbereiche Ihrer Kommunikation und Ihres Workflows an Dritte abzugeben und auch von Maschinen automatisieren zu lassen.

Anfragen für Hochzeiten fallen meistens ähnlich aus, es wird nach der Verfügbarkeit zu einem vorgegebenen Termin und nach der Preisliste gefragt. Das Kontaktformular ist dabei unangefochtener Sieger, wenn es darum geht, Sie zu kontaktieren. Dies können Sie nutzen, um mit einer automatischen Ant-

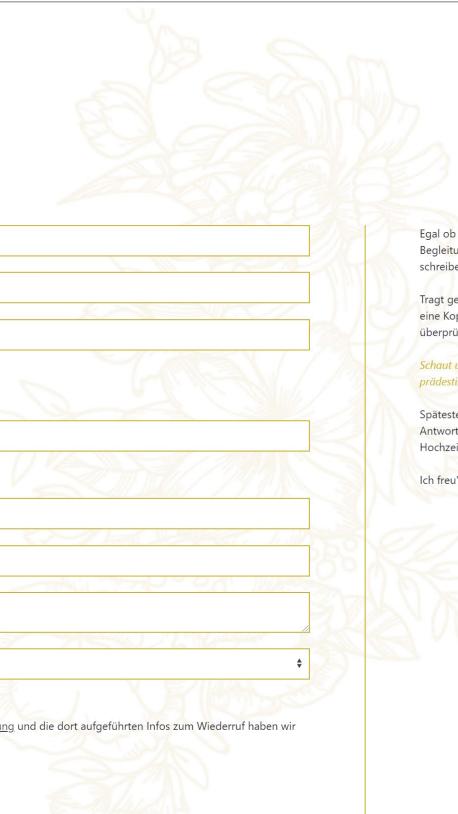
wort die ersten Informationen zu vermitteln und einen Anker im Postfach Ihres potenziellen Paars zu setzen. Ihre Marke bleibt mit der Bestätigung und Wiederholung Ihres Namens besser in Erinnerung, und mit dem Hinweis auf diese Bestätigungsmaile können Sie zudem möglicherweise ausschließen, dass Ihre Antwortmail später ungelesen im Spam-Ordner landet. Es wird direkt eine gewisse Verbindlichkeit hergestellt und das Paar wird kontrollieren, ob die Mail angekommen ist, und so erkennen, ob sie im Spam-Ordner gelandet ist oder nicht.

Organisationsrelevante Informationen wie die Zeit und den Ort der Trauung (sollten Sie deutschlandweit unterwegs sein) oder die grobe Anzahl der Gäste können Sie ebenfalls über dieses Formular abfragen. Das hilft Ihnen, bereits bei der Anfrage abschätzen zu können, ob der Auftrag überhaupt möglich in der Umsetzung ist. Erhalten Sie beispielsweise eine Anfrage für einen Freitag in Berlin, können Sie diesen Auftrag, sollten Sie für eine am Samstag in München stattfindende Hochzeit bereits gebucht sein, wohl kaum annehmen.

↓ Beispiel für ein Kontaktformular

EURE NACHRICHT

| WIE KANN ICH HELFEN?



Eure Namen

Eure E-Mail Adresse

Eure Telefonnummer

An was seid ihr interessiert?
 Ganztagesreportage Kurzreportage Sonstiges

Euer Termin

Location

Gästeanzahl

Was gibt es noch zu Wissen?

Wie habt ihr mich gefunden?

Datenschutz
 Ja, wir möchten zu unserer Anfrage kontaktiert werden. Die [Datenschutzerklärung](#) und die dort aufgeführten Infos zum Wiederruf haben wir zur Kenntnis genommen.

E-Mail senden

Egal ob kleine oder große Hochzeit, kurze oder lange Begleitung. Vielleicht wollt ihr mir auch einfach so etwas schreiben....

Tragt gerne euer Anliegen ins Formular ein, ihr erhaltet direkt eine Kopie eurer Nachricht ins Postfach und könnt so überprüfen ob die Nachricht angekommen ist.

Schaut unbedingt in den Spam Ordner - mein Name ist leider prädestiniert um dort zu landen. Zuverlässig.

Spätestens 24 Stunden nach Eurer Anfrage solltet ihr eine Antwort haben. An Wochenenden kann es wegen anderen Hochzeiten manchmal bis Montag dauern.

Ich freu' mich auf Euch!

Auch wegen rechtlicher Rahmenbedingungen ist es immer gut, nur die relevantesten Informationen im Kontaktformular abzufragen. Die Abbildung zeigt, welche das sein könnten: Name des Paares und Kontaktmöglichkeiten, Hochzeitstermin und Ort der Location sind ebenfalls wichtig. Ein Feld für eine frei zu formulierende Nachricht ist sinnvoll, um dem Kunden die Möglichkeit zu geben, eine persönliche Anmerkung oder Nachfrage zu notieren. Ein Häkchen für die Einwilligung zur Übermittlung und Verarbeitung der Daten ist sinnvoll und wird empfohlen. Informationen zur genauen Gästanzahl oder von woher die Gäste anreisen werden ist zu diesem Zeitpunkt sekundär.

Wussten Sie zudem, dass Social-Media-Plattformen (wie beispielsweise Facebook) mittlerweile ebenfalls automatische Antworten anbieten? So können Sie jede Nachricht, die an Sie verschickt wird, mit einer automatischen Antwort auf Ihre Website verweisen. Das sorgt dafür, dass Sie die Übersicht über Ihre laufenden Anfragen behalten und auch Ihre Kundschaft einen offiziellen Kommunikationsweg nutzen kann.

Aber Achtung: Automatisierte Abläufe sind manchmal auch mit negativen Assoziationen verbunden. Schließlich kennen Sie sicher auch die unerfreuliche Situation, wenn Sie ein Problem haben und keinen persönlichen Ansprechpartner ans Telefon bekommen. Eine automatisierte Kommunikation ist und bleibt leider unpersönlich und birgt die Gefahr, den Kunden unzufrieden zurückzulassen. Zudem sorgt dies dafür, dass Ihr Kunde zusätzlichen Aufwand hat (er ja noch mal eine Anfrage stellen muss) und so Frust aufkommen kann. Sie riskieren damit also möglicherweise auch, den einen oder anderen Kunden zu verlieren. Überlegen Sie sich daher bitte im Hinblick auf Ihre Zielgruppe und deren Verhalten im Internet inklusive ihres diesbezüglichen Erfahrungsschatzes genau, wann und wie Sie automatisieren wollen, ohne einen unpersönlichen Eindruck zu hinterlassen.

Das Posting in Social Media hingegen ist jedoch (aus meiner Sicht) absolut für eine Automatisierung geeignet. Dabei meine ich aber nicht die Interaktion mit anderen, sondern das reine Planen und Veröffentlichen von Beiträgen im Stream beispielsweise von Instagram. Sind Sie kein großer Fan der dauerhaften Bespielung von Social Media, kann Ihnen das helfen, mit minimalem Aufwand dennoch in Erinnerung zu bleiben und gesehen zu werden. Einmal für den kompletten Monat geplant, kostet Sie das vielleicht zwei Stunden Aufwand, statt die ganze Zeit selbst auf Instagram unterwegs sein zu müssen.

Wussten Sie, dass Sie sogar Ihre Hochzeitsverträge mithilfe von Onlineformularen abwickeln können? Es gibt Anbieter, die es ermöglichen, eine handschriftliche Unterschrift unter ein Formular zu setzen (wenngleich eine Unterschrift für die meisten rechtskräftigen Verträge ohnehin nicht notwendig ist).



↑ Schaffen Sie bildliche Erinnerungen

Natürlich wissen die meisten Paare, wer mit ihnen am Tisch gesessen hat. Das Fotografieren des Sitzplans kann trotzdem hilfreich sein, um sich nicht nur an die Gesichter, sondern auch an die Namen erinnern zu können. Hihi.

Ich selbst habe zwei komplette Sommer lang nur Hochzeiten fotografisch begleitet, die nach einem Telefonat online gebucht wurden – per Formular und mit einer Anzahlung als Buchungsbestätigung. 60% meiner Paare hatte ich zuvor weder gesehen noch jemals persönlich getroffen. Ich gebe zu, mittlerweile habe ich diese Vorgehensweise hinterfragt, da mir hier der persönliche Bezug zu dem jeweiligen Paar doch sehr fehlt und ich es nicht erst auf der Hochzeit persönlich

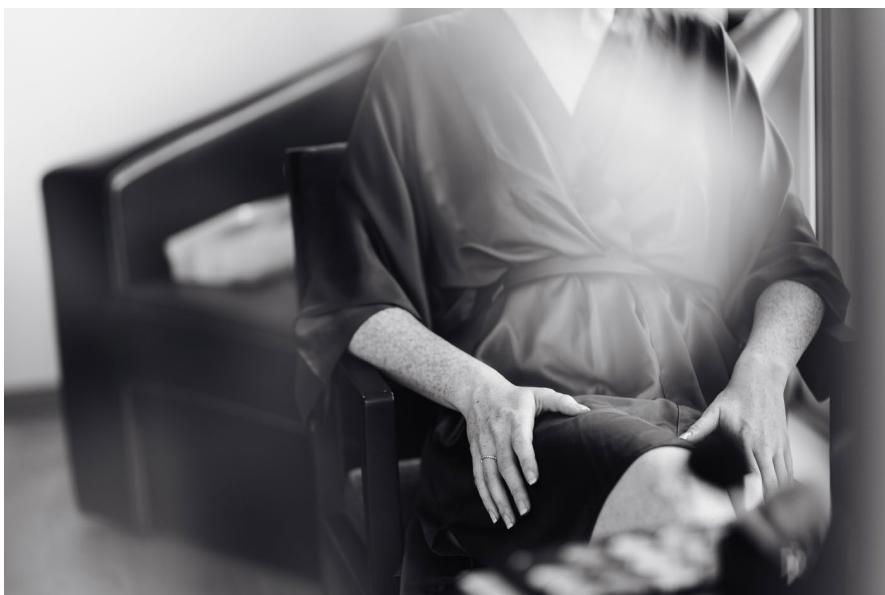
kennenlernen will, aber der Großteil an Hochzeitspaaren hat das Onlineverfahren dennoch sehr begrüßt. Denn es ist unkompliziert und schnell durchführbar. Keine langwierige Terminfindung oder zeitaufwendigen Treffen, keine Extra-Wege zur Post, um den unterzeichneten Papiervertrag abzuschicken. Noch vor einigen Jahren habe ich nach einem persönlichen Vorgespräch meinem Schreiben mit dem Vertragsentwurf einen frankierten Rückumschlag für die Rücksendung des unterzeichneten Vertrags beigelegt, um meinen Paaren den Schriftverkehr zu erleichtern. Ich hatte in dieser Zeit eine Buchungsrate nach Vorgesprächen von fast 95%. Mit der rein telefonischen Akquise hat sich das natürlich reduziert und liegt aktuell bei rund 65% Erfolgsquote.

Je weniger Sie persönlich und individuell absprechen, desto weniger kann schiefgehen. Sie müssen als Dienstleister nicht ständig performen. Wie bei einem Kauf in einem sympathischen Onlineshop kann das auch für Hochzeiten funktionieren: Sieht gut aus, macht einen netten Eindruck, Klick, und wieder ist etwas von der Hochzeitsliste abgehakt. Rechtskräftig sind diese Verträge ebenfalls! Denn, wie Sie ja bereits erfahren haben, ist für die Rechtsverbindlichkeit eines Vertrags eine Originalunterschrift nicht zwingend erforderlich.

Kommunikation und Umgang mit Ihren Kunden

Selbst mit Arbeitspausen kann die Interaktion mit so manchem Paar anstrengend werden. Nämlich dann, wenn dieses mehr will, als Sie bereit sind oder es Ihnen möglich ist, zu geben.

Für meinen persönlichen Geschmack wird sowieso viel zu schnell die Grenze in der Kommunikation überschritten, selbst wenn nur eine simple Frage gestellt wird. Es ist also kein falscher Stolz, wenn Sie sich eventuell von manchen Fragen angegriffen fühlen. Aber damit umgehen zu lernen gehört leider zu Ihrem Beruf als selbstständiger Fotograf dazu. Ein »Wann bekommen wir die Bilder?« kann Sie unter Umständen direkt unter Druck setzen und Ihre Arbeit auf das pünktliche Liefern der Bilder reduzieren. Aber es ist in den seltensten Fällen böse gemeint. Bei mir rückversichern sich manche Paare nach ihrer Anfragemail durch einen direkt folgenden Anruf (»Hast du unsere Mail auch bekommen?«), und bei einer lieben Kollegin stehen sogar immer wieder Kunden vor ihrer Wohnungstür, um nach einem spontanen Shooting zu fragen – vornehmlich sonntags gegen 19:00 Uhr ...



← Verlobungs- vs. Ehering

Zeigt mir eine Braut beim Vorgespräch ganz stolz ihren Verlobungsring und gibt es dazu eine ganz spezielle Geschichte, werde ich mich am Tag der Hochzeit selbstverständlich daran erinnern und versuchen, bei Gelegenheit auch den Verlobungsring im Bild zu würdigen. Hier war mein Ziel, ihn auf subtile Art und Weise in Verbindung mit den Reflektionen im Glas in Szene zu setzen.

Kleine Helferlein können Ihnen hier ebenfalls den Alltag erleichtern und Sie dabei unterstützen, klare Grenzen zu ziehen. Mein Mobiltelefon ist beispielsweise die meiste Zeit auf stumm geschaltet (dann darf man aber auch nicht draufschauen), um diesen Kommunikationsversuchen keinen Raum zu geben. Moderne Türklingeln können ab einer bestimmten Zeit lautlos gestellt werden. Nachrichten (egal, ob per E-Mail, WhatsApp oder Social Media) sollten niemals automatisch ihren Weg auf Ihr Display finden, sondern nur durch bewusstes Abrufen dort erscheinen. Die Trennung zwischen einer privaten und einer geschäftlichen Telefonnummer ist ebenfalls der oft genutzte (und empfehlens-

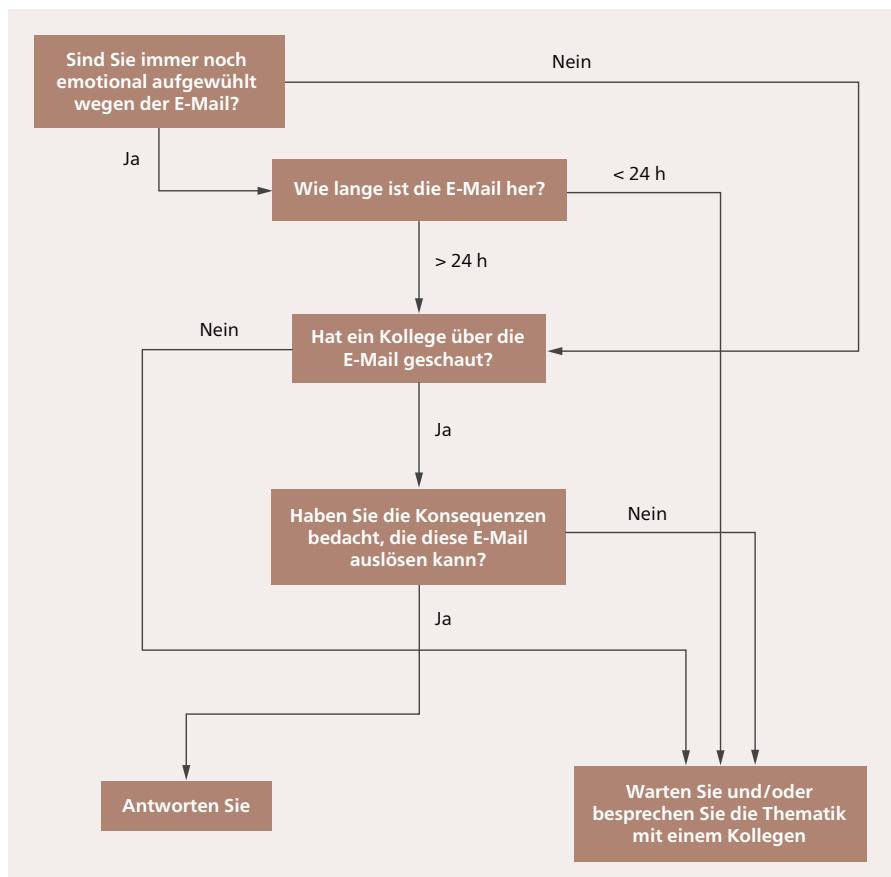
werte) Weg, um Raum für die eigene Arbeit zu schaffen. Das Telefon ist (nicht nur am Hochzeitstag) im Flugmodus, wenn ich ungestört bleiben will, und so habe ich gelernt, dass sich auch die moderne Welt ganz großartig weiterdreht, wenn ich tatsächlich mal nicht jede Minute verfügbar bin.

Lassen Sie sich nicht von Ihrem eigentlichen Job ablenken und auch nicht instrumentalisieren. Mit einem gewissen Abstand zu Ihrer Arbeit und auch zu Ihren Kunden vermeiden Sie unnötig gestresstes Verhalten und eine übersteigerte Emotionalität gegenüber Ihren Paaren.

Wenn Sie dazu neigen, schnell emotional zu werden: Lassen Sie sich Zeit mit Ihren Reaktionen. Rom wurde auch nicht an einem Tag erbaut.

→ Bleiben Sie gelassen

Springen Sie nicht über jeden Stock, den Ihnen Ihre Kunden hinhalten – ob mit Absicht oder ohne.



Die Akzeptanz dafür, nicht sofort auf alles eine Reaktion zu erhalten, hat sich während der letzten Jahre bei den Kunden erhöht. Wir alle wissen, dass Nachrichten auch mal zwischen Tür und Angel eintrudeln, und es ist verständlich,

dass wir uns für die Antwort auch etwas Zeit lassen möchten. Sie können immer beschäftigt sein und immer zu tun haben, um sich erst einige Stunden später dann ordentlich kümmern zu können. Auch Telefonanrufe müssen nicht sofort beantwortet werden. Ein kurzer Hinweis, dass Sie sich zeitnah melden, entspannt die Situation und lässt Ihnen zudem etwas Freiraum, um sich bewusst Gedanken über die Forderungen, Wünsche oder sonstigen Hinweise Ihrer Kunden zu machen. Nach einigen Stunden sind nicht nur die Gemüter beruhigt, sondern im Zweifel auch der Ratschlag eines Kollegen eingeholt.

Das Ziel ist klar: Spätestens nach der Hochzeit wird sich Ihr Kunde nämlich dafür schämen, sich in einer oder anderen Situation im Vorfeld so furchtbar übersteigert verhalten zu haben. Wenn Sie da nicht »mitgespielt« haben, sondern mit Professionalität und freundlicher Distanz gegläntzt haben, bleibt ein guter Eindruck zurück.

Mit (anhaltenden) Motivationstiefs umgehen

Jeder von uns durchlebt sie ab und an, und sie werden mit einem neuen Job auch nicht einfach verschwinden: Motivationstiefs.

Auch wenn die Arbeit Ihnen manchmal zu viel zu werden droht, ich bin mir sicher, Ihnen würde etwas fehlen, wenn Sie das Fotografieren auf Hochzeiten aufgeben würden. Kommen wir nun also zur Sinnfrage Ihrer Tätigkeit. Oder hätten Sie gedacht, dass diese ausbleiben würde?

Motivationstiefs sind völlig normal. Ich behaupte sogar, sie sind notwendig, um sich auch mal eine Pause gönnen zu können. Motivationstiefs entstehen nämlich meistens dann, wenn wir überarbeitet sind oder alles nicht so recht klappen möchte. Aber vielleicht haben Sie ja ein bisschen Ehrgeiz, um zu schauen, was genau Ihnen aktuell missfällt und woran Sie eventuell arbeiten könnten.

Was belastet Sie derzeit am meisten?

- Bilderflut und Bildbearbeitungschaos*
- Anfragenflaute und schlechte Buchungslage*
- preisbedingte Absagen*
- Unzufriedenheit der Kunden mit Bildstil oder -inhalten*

Prüfen Sie bitte zunächst, ob Sie in den letzten Wochen und Monaten einen Jahressurlaub geplant und hin und wieder eine paar kurze Auszeiten genommen

haben. Hatten Sie beispielsweise einmal Gelegenheit, fotografisch etwas für sich selbst zu machen? Und dann nutzen Sie die gerade notierten Stichpunkte, um zu hinterfragen, welchen Teil Ihres Unternehmens bzw. Ihrer persönlichen Vorgehensweise Sie einer Verbesserung unterziehen sollten. Nehmen Sie sich Optimierungen an den Stellen und in den Bereichen vor, die Sie unzufrieden machen.

Was könnten Sie ändern, um die aktuellen Schwierigkeiten im Business zu umgehen?

- Bildstil ändern*
- Preisniveau anpassen*
- Zielgruppe ändern oder erweitern*
- Einzugsgebiet ändern oder erweitern*
- Werbemaßnahmen neu bündeln*
- _____
- _____
- _____

Das schlimmste Gefühl in meiner bisherigen Laufbahn als Fotografin war es, als ich mich in einer neuen, ungewohnten Situation völlig ausgeliefert fühlte. So stand ich nach meinem Umzug ins Rhein-Main-Gebiet vor einem kolossalen Einbruch meiner Umsatzahlen. Ganz klar: Die vielen kleinen Jobs im alten Einzugsgebiet konnte ich nicht mehr annehmen, im neuen Einzugsgebiet war ich noch nicht bekannt genug. Also hieß es Kontakte knüpfen, bekannter werden und sich etablieren.

Schritt für Schritt aktualisierte ich meine Website, setzte mich mit Online-marketing auseinander, knüpfte Kontakte zu regionalen Locations, verschenkte wieder Zeit und Bildmaterial und fing mit meiner Akquise ganz von vorn an. Das Gute daran: Ich konnte mir erneut aussuchen, was ich bedienen wollte, und mich gänzlich anders ausrichten. Ein in vielerlei Hinsicht frischer Start also.

Beschäftigt bleiben ist wie Fahrrad fahren: Sie müssen nur regelmäßig in die Pedale treten, um nicht stehen zu bleiben oder gar umzufallen. Der Rest klappt (fast) von allein.

Und siehe da, nach gut einem Jahr und ein bisschen Hilfe der Kollegen war die kommende Saison wieder voll gebucht und ich aus meiner Panik entlassen.

Bleiben Anfragen und Buchungen aus, sollten Sie unbedingt analysieren, woran es liegen kann, dass Sie nicht gesehen, gehört oder gebucht werden. Wir neigen oft dazu, Optimierungen in Bereichen durchzuführen, die uns liegen und die wir kennen (unsere Komfortzone), vergessen dabei aber andere Berei-

che unseres Business, die auch dazugehören, die aber vielleicht etwas unbehaglicher sind. Bei mir war es immer das Marketing und meine Repräsentation nach außen. Ich dokterte stattdessen lieber an meinem Bildstil herum und perfektionierte meine internen Abläufe. Ich wurde aber von außen nicht wirklich wahrgenommen – wie konnte ich also gebucht werden? Schauen Sie sich die folgenden Punkte an, und prüfen Sie, wo Sie für sich vielleicht noch Verbesserungspotenzial sehen:

→ **Sichtbarkeit und Reichweite**

Werden Sie ausreichend als Fotograf wahrgenommen, werden Sie bei Anfragen in der Regel auch berücksichtigt. Prüfen Sie die Zugriffszahlen auf Ihre Website, und vergleichen Sie diese mit denen Ihrer Kollegen. Spätestens wenn enge Freunde in einem Gespräch über mögliche Hochzeitsfotografen eben nicht automatisch an Sie denken und Sie nicht sofort weiterempfehlen, sollten Sie sich fragen, woran das liegen kann. Seien Sie präsent, und vertreten Sie eine klare Markenposition (»Ich bin Hochzeitsfotograf!«). Das hilft Ihnen, deutlicher wahrgenommen zu werden.

→ **Kommunikation und Abläufe**

Kommt ein Erstkontakt zustande, verläuft aber recht schnell im Sande, sollten Sie prüfen, ob Ihre Kommunikation vielleicht nicht ausreichend einladend, positiv oder aktiv formuliert war. Fragen am Ende einer E-Mail helfen dem Paar bei seiner Antwort und halten die Kommunikation in Gang. Auch geschäftliche Korrespondenz kann herzlich, aufrichtig und offen sein und damit Ihr potenzielles Paar an Sie binden. Verstecken Sie sich nicht hinter Floskeln.

→ **Vertrauensbildung**

Vielleicht scheitert die Buchung auch daran, dass man Ihnen nicht ausreichend vertraut. Haben Sie hierfür schon Maßnahmen ergriffen? Zugehörigkeiten zu Verbänden, gewonnene Preise, Referenzschreiben oder Ähnliches können die Vertrauensbildung stärken. Ihre stetige und regelmäßige Kommunikation ebenfalls.

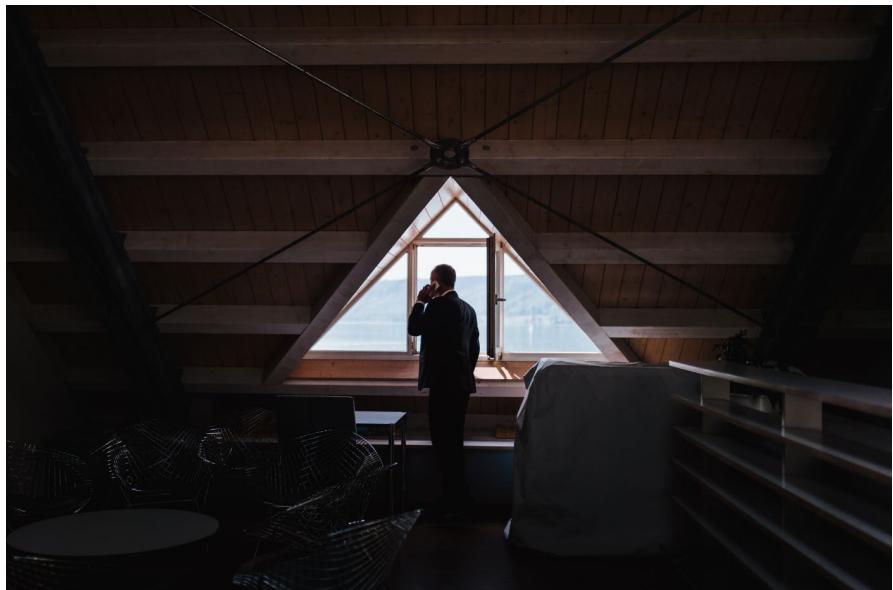
→ **Preisbildung**

Ein weiterer wichtiger Punkt ist Ihr Preisniveau. Sind Sie als zu teuer verschrien, kann es daran liegen, dass Sie zu sehr vergleichbar sind mit anderen, die ihren Kunden tatsächlich mit einem günstigeren Preis aufwarten, oder dass Sie Ihre Zielgruppe nicht passend erreichen. Prüfen Sie die Qualität Ihrer Bilder, hinterfragen Sie Ihre Bildsprache, schauen Sie, ob Ihre Zusatzangebote den Wünschen Ihrer Kunden entsprechen. Fragen Sie diese Kunden im Zweifelsfall danach, was ihnen im Vergleich konkret gefehlt hat.

Das Schöne an der Selbstständigkeit ist kurz gesagt: Sie dürfen tun, was Sie persönlich zu Ihrem Erfolg bringt, und was das ist, das entscheiden Sie ganz allein. Zudem bestimmen Sie selbst, was Erfolg für Sie im Einzelnen bedeutet. So können nicht nur Umsatzzahlen, sondern auch Ihre spezielle Ausrichtung oder andere persönliche Ziele ein Erfolg für Sie sein.

→ Welche Bilder liefern und welche nicht?

Passt es zum Charakter und sorgt nicht für Ärger, so liefere ich auch Bilder, die nicht dem klassischen (Hochzeits-)Idyll entsprechen. Hier telefonierte der Bräutigam mit einem Gast und erklärte ihm den Weg. Ich musste nicht eingreifen, er stand perfekt in der Mitte, ich lief nur kurz vorbei. Hätten Sie die Komposition ignorieren können?



Stecken Sie mitten in einem Motivationstief, können eine neue Ausrichtung, eine frischere Bildsprache oder Inspirationen aus anderen Genres helfen, Sie wieder neu zu motivieren. Nutzen Sie hierfür gerne Kapitel 3, und radieren Sie Ihre dort notierten Stellungnahmen aus, um Platz für eine neue Ausrichtung zu schaffen.

Weiterbildung und Interesse an fachfremden Bereichen können Sie ebenfalls motivieren, neue Ziele zu setzen und zusätzliches Wissen zu generieren. Selbst ein Workshop im Bereich der Modefotografie oder die Auseinandersetzung mit Websitegestaltung bringen Ihnen Abwechslung, kommen Ihrem Unternehmen zugute und ermutigen Sie, Ihren Blickwinkel auf bereits Bestehendes neu auszurichten. Vergessen Sie zudem Ihre Persönlichkeit nicht. Entwicklung durch Coaching kann ebenfalls helfen, ein Motivationstief zu überwinden.

Was nicht helfen wird, ist anhaltendes Trübsalblasen und Frustration darüber, dass Sie eigentlich unglücklich sind. Warten Sie nicht so lange wie ich, als ich seinerzeit den Umzug gewagt hatte, sondern handeln Sie möglichst zeitnah, um eine Veränderung und Optimierung zu bewirken.



← **Licht und Schatten**
*Ein weiteres Beispiel
für den Einsatz von
Licht an der richtigen
Stelle. Hier wird das
Gesicht der Braut be-
tont. Der Brautstraß
rückt in den Hinter-
grund.*

INTERVIEW

STEFFEN BÖTTCHER

Den eigenen Weg finden und motiviert bleiben



↑ Steffen Böttcher (Bild: kw photography)

Steffen Böttcher ist gelernter Grafiker und hat sich seit 2005 als Fotograf immer wieder neu erfunden. Er ist bekannt geworden über seinen Blog »Der Stilpirat« und seine außergewöhnlich erfolgreichen (Log-)Buchreihen zu Vietnam, Israel und New York. Steffen fotografierte schon immer auch Hochzeiten. Viele Publikationen und Erfahrungswerte später traf ich ihn für ein Interview an der Müritz und durfte ihm einige Fragen stellen: zum Anfangen, zum Aufhören, zum Weiterkommen und zum Aufmerksambleiben in der Hochzeitsfotografie.

Saja Seus: Steffen, wie schön, dass wir uns heute hier an der Müritz treffen und du Zeit für ein Gespräch hast. Ich starte gleich mit meiner ersten Frage. Du bist ja schon ewig mit dabei, im Hochzeitsbusiness. Viele schätzen deine Expertise, und

man könnte sagen, dass du auch schon einige Jahre Erfahrung im Bereich des Fotografen-Coachings hast. Wenn wir einmal gemeinsam auf die nun doch recht große Runde an Fotografen am Markt schauen, was würdest du dir wünschen für die kommende Generation?

Steffen: Hallo Saja, vielen lieben Dank für deine Worte. Nun ja, ich wünschte mir vielleicht ein größeres Verständnis für ... also den Blick aufs große Ganze. Die Leute gucken immer in so kleinen Frames, und das wird einem weder in der Schule noch im Studium (egal, ob Grafik oder Fotografie) beigebracht: das große Ganze zu sehen.

Wenn wir über Fotografie sprechen, ist meiner Meinung nach die Ästhetik im Bild viel entscheidender als die Technik. Wenn du mich also fragst: Was soll ich machen, wo soll ich hingehen, welche Workshops soll ich besuchen? Dann antworte ich dir: Mach einen (!) Workshop, in dem du die Technik lernst – aber wenn dich das wirklich interessiert, lernst du das sowieso. Und dann besuche lieber Workshops über Äs-

- Telefon: +49 177 7324953
- E-Mail: steffen@boettcher.wedding
- Website: www.boettcher.wedding
- Social: www.facebook.com/boettcher.wedding ★ www.instagram.com/boettcher.wedding

thetik oder lese Bücher dazu. Das ist viel wichtiger. Schau dir Malereien an, lerne etwas über Farben.

Also keine Fototheorie?

Nein, gar keine Theorie. Lernen ist gleich sehen. Frontalunterricht ist meiner Meinung nach auch der komplett falsche Ansatz. Du lernst am besten durch Beobachtung. Schau dir die richtigen Quellen, die richtigen Fotos und Grafiken an. Wenn du Mode machen möchtest, schau dir Modefotos an. Dann kannst du einschätzen, wie Modefotografie funktioniert. Dann bekommst du ein Gefühl für die Ästhetik, die dort verwendet wird. Du erkennst, was richtig ist und was nicht.

Wenn man durch Beobachtung lernen kann, sollte man dann überhaupt Workshops buchen, in denen man selbst fotografiert oder die reine Theoriebereiche enthalten?

Klar! Aber nur die, die auch deinem Interesse entsprechen. Es hilft dir ja nichts, wenn dir jemand was über Google Ads erzählt und Social Media, und dann bist du gar nicht der Typ dafür und – noch schlimmer: Wenn du nicht weißt, wer deine Zielgruppe ist und welche Personen du ansprechen möchtest, bringt dir das alles sowieso gar nichts. Am wichtigsten ist es, zu wissen, wen du ansprechen möchtest.

Hängt die Ästhetik auch mit deinem Produkt (also der Fotografie) zusammen?

Es ist das Gesamtbild, das deine Marke ausmacht. Wenn du Hochzeiten für 4000€ verkaufst, kannst du nicht in einem Hoodie zum Kunden kommen. Das geht einfach nicht. Deine Website sollte auch nicht aussehen, wie mit einem Baukasten aus 1985 gemacht. Dann sagt derjenige: Nee, tut mir leid, da stimmt was nicht. – Diesen Zusammenhang verstehen viele nicht.

Was ist noch wichtig?

Das Geben. Viele Fotografen sind in einem total engen Denkmuster gefangen. Die listen erbsenzählerisch genau auf, was der Kunde bekommt. 200 Bilder, davon sind 20 bearbeitet. Das kann nicht gut gehen, das bietet zu viel Raum für Diskussion und Konflikt. Arbeitet lieber daran, dass der Kunde dich gut findet, dann findet er auch deine Arbeit gut, und er verzeiht dir mal, wenn was schiefläuft. Denke im Geben. Denke nicht nur über die Kohle nach, die du bekommst, sondern darüber, wie der Kunde dich sieht und was du ihm Gutes tun könntest.

Das heißt, nicht nur der Fotograf sein, sondern auch ...?

Ein Berater. Genau. Gerade jetzt hatte ich das bei einem aktuellen Paar. Die beiden heiraten das erste Mal in ihrem Leben. Ich hab, glaube ich, vier- oder fünfhundert Mal geheiratet. Also, ich war dabei ... Ich sehe, was schiefläuft und was funktioniert. Ich kann natürlich wichtige Tipps geben. Die haben sonst niemanden, der auf so vielen Hochzeiten war und hinter die Kulissen geschaut hat. Selbst Wedding Planner sind nicht immer den ganzen Tag so nah dabei. Das geht aber natürlich erst, wenn du auch schon ein paar Hochzeiten hinter dir hast.

Hast du ein Profil deiner Lieblingskunden im Kopf? Würdest du aus vielen, vielen Paaren sofort deine persönlichen 20 Steffen-Paare herausfinden? Würden das auch andere können?

Ich denke, ich würde die sofort erkennen. Andere nicht so. Ich hab mich ja in den letzten zehn Jahren auch sehr verändert. Meine Bildbearbeitung hat sich sehr zurückgenommen. Ich gebe mittlerweile nur noch Farbe raus. Meine Ästhetik orientiert sich an Lifestyle-Marken, die zur Einkommenssituation der Leute passen. Denn das sind die Vergleichsbilder mei-

ner Zielgruppe. Diese Ästhetik sind sie gewohnt und sehen sie jeden Tag. – Diese Erwartung bediene ich.

Was hat dich dazu gebracht, dich in den letzten zehn Jahren so zu verändern?

Das kam durch meine Pause. Ich habe in der Hochzeitsfotografie, nach sieben oder acht Jahren, mal für eine Weile aufgehört. Es gab einen großen Kunden, der mich zeitlich ausgelastet hatte, und da war ein-einhalb Jahre lang keine Zeit mehr für Hochzeiten. In dieser Pause habe ich eine Art Adlerblick auf den Markt bekommen.

Wieso hast du wieder angefangen?

Weil es mir gefehlt hat. Ehrlicherweise finde ich es schön, an den Wochenenden in andere Leben einzutauchen. Mir macht das wirklich Spaß, es ist alles so positiv aufgeladen. Ich mache jetzt 15 Hochzeiten im Jahr, mehr nicht.

Hast du schon Mal mehr gemacht?

Klar. Es gab auch ein Jahr mit 53 Hochzeiten. Da bin ich hinsichtlich des Drucks und Anspruchs ein bisschen an mir selbst gescheitert. Ich wollte immer etwas super Kreatives abgeben. Für den Kunden war es okay, aber ich war unzufrieden.

Aber während dieser Zeit habe ich mir dafür eine Struktur erarbeitet, die ich bis heute beibehalten habe – insofern, dass ich zu 80 % das Gleiche mache und 20 % für die Kreativität offenlasse. Die 80 % holen mir die Miete rein, und das gibt mir eine gewisse Sicherheit und Ruhe dann bei den restlichen 20 % durchzudrehen.

Wie geht das genau? Was meinst du damit?

Ich konzentriere mich nicht mehr nur auf die Epic Shots. 80 % mache ich fürs Paar. Ich bin Dienstleister, und ich bekomme meine Dienstleistung sehr gut

bezahlt. Ich versuche also, gut abzuliefern, aber ich habe nicht den Anspruch, mich jedes Mal neu zu erfinden.

Denkst du, man muss sich um den Spaß daran kümmern? Um das »Lust darauf haben«?

Na klar. Drum kümmern bedeutet, dass du dir freiwillig Dinge überlegst, die du tun kannst, um es »schön« zu haben. Früher, wenn ich es für ein Vorgespräch nicht persönlich nach München geschafft habe, habe ich zum Beispiel etwas verschickt. Pünktlich zum Skype-Termin. Solche Kleinigkeiten habe ich, als ich keine Lust mehr dazu hatte, gelassen. Der eigene Anspruch leidet dann etwas.

Sind es solche Situationen, in denen du vielleicht aufhören solltest? Was denkst du übers Aufhören? Würdest du es jemandem empfehlen?

Wenn du es dir leisten kannst: jedem. Wenn du das Gefühl hast, du stockst und du kommst erst mal nicht weiter, dann lass es. Wenn du das Gefühl hast, du entwickelst dich nicht mehr weiter und du bist unzufrieden mit deiner Arbeit, solltest du ebenfalls eine Pause machen.

Kann man anschließend wieder neu durchstarten?

Wenn der Impuls von innen kommt, ist das super. Klar. Wenn er von außen kommt, im Sinne von: »Ich muss wieder Geld verdienen, sonst kann ich mir meine Hütte nicht mehr leisten«, bist du unglücklich. Dann ist das nächste Stocken vorprogrammiert. Bei mir hat das super funktioniert. Seitdem ich mich nicht mehr aufs Geld konzentriere, läuft's einfach. Ich habe meinen Fokus verschoben aufs Glücklichsein.

Danke, Steffen!



↑ Der richtige Blick

Ein klarer Blick in die Kamera zieht die Aufmerksamkeit des Betrachters. Stundenlang könnte ich hier verharren und mich fragen, was der Bräutigam wohl gerade denkt. Der fliegende Schleier und das Gegenlicht der Sonne sorgen dafür, dass Spannung entsteht.



↑ **Der Bräutigam und seine Jungs**

»Seine Jungs stehen immer hinter ihm« könnte die Überschrift dieses Bildes sein. Viele Paare wünschen sich ein »cooles Bild« mit ihren besten Freunden. Die eine oder andere Sonnenbrille der Jungs verrät: Ich habe geblitzt! Hätten Sie das gemerkt?

▼ **Zauberhaft romantisch**

Die Stimmung und das Gefühl eines Bildes können mit einer sogenannten »Effekt-Linse« deutlich verstärkt werden. Hier nutzte ich mal wieder eines meiner Lieblings-Objektive: die Squeezelens.



5.2 Berechnen Sie Ihre Leistung, aber richtig

Der richtige Umgang mit Geld ist in der Selbstständigkeit ein anstrengendes, aber wichtiges Thema. Zumindest mich hat es jahrelang verfolgt, und zum Leidwesen vieler Kollegen wird sehr wenig über tatsächliche Einkunfts möglichkeiten, notwendige Ausgaben und Investitionen gesprochen. Wer die Fotografie als Nebengewerbe praktiziert, benötigt weniger Einkommen, das ausschließlich aus der Fotografie resultiert. Aus diesem Grund wird sich oftmals auch nicht intensiv damit auseinandersetzt, ob Honorare auch wirtschaftlich sind. Ein Fehler, wie ich finde. Denn der professionelle Umgang auch mit dem finanziellen Aspekt ist nicht nur wichtig für eine wertstabile Branche, sondern auch für die Wertschätzung Ihrer Arbeit. Schließlich ist es, auch wenn es Spaß macht, Aufwand und Zeit, die Sie ansonsten mit Freunden und Familie verbringen könnten.





So haben sich beispielsweise Stock-Agenturen mit der Lizenzierung von Bildmaterial vieler Hobbyfotografen selbst das Geschäft zerstört. Oder es gab jemanden, der stolz darauf war, dass sein Bild in einer Zeitschrift abgedruckt wurde, und so hat er es freiwillig für eine Referenz kostenlos aus der Hand gegeben. Das kann man sicher mal machen, ja. Damit hat sich dann aber ein vormals stabiler Markt komplett verschoben und birgt nun für Kunden eine zunehmend undurchsichtige Preisstruktur. Heute erfolgt die Lizenzierung von Bildmaterial fast ausschließlich über Microstock-Agenturen, die sehr günstiges Bildmaterial vermarkten. Sorgen Sie dafür, dass Sie selbst (und andere) noch lange von der Fotografie leben können. Verkaufen Sie sich und Ihre Dienstleistung nicht unter Wert.

Schauen wir uns also an, was Sie zum Leben brauchen, um eine Idee davon zu bekommen, welche und wie viele Jobs Sie annehmen und monetarisieren müssen. Ich verspreche Ihnen, es wird nicht so trocken, wie Sie vielleicht vermuten. Halten Sie Ihren Stift bereit, wir legen los.

↑ Die richtige Perspektive und die Handlungsanweisung machen das Bild dynamisch

Diese Pose ist typisch für die Hochzeitsfotografie. Sie finden sie in allen möglichen Varianten. Mit einer untypischen Perspektive, einer außergewöhnlichen Lichtsituation oder neuen Blickwinkeln legen Sie Ihren Schwerpunkt jedes Mal anders und kreieren so eine neue Bildaussage.



↑ Die passende

Bildaussage

Während das Bild im Grünen als nett und positiv wahrgenommen wird (»Komm mit, wir kämpfen uns gemeinsam durch das hohe Gras«), wirkt das zweite Szenario fast bedrohlich und dramatisch. Die Umgebung (eher urban) und das dazugehörige Licht kommunizieren eine ganz andere Dramatik. Auch hier kämpfen sich die beiden (jedoch in einem vorgegebenen Rahmen) zusammen voran. Der Mann blickt dabei jedoch ein wenig bange in die Tiefe.

Was benötigen Sie zum Leben?

Der Gedanke, von der Hochzeitsfotografie leben zu können, wirkt attraktiv. »Die Freiheit, sich seine Kunden aussuchen zu können« ist beispielsweise ein Grund dafür. »Die Möglichkeit zu reisen« ein weiterer. »Es ist so einfach, an Jobs zu kommen, und die Kunden sind immer so dankbar«, höre ich auch sehr oft. Jeder hat hier seine ganz persönlichen Gründe, und nicht immer ist das Einkommen in Form von Zahlen auf dem (Geschäfts-)Konto der Grund, der als Ansporn für diesen Beruf gilt.

Doch große Hochzeiten sind ein Luxusprodukt, bei dem sicherlich (in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten) gespart werden kann. Zudem müssen Sie bedenken, dass Sie Ihr Haupteinkommen auf sieben bis acht Sommermonate im Jahr verteilen müssen. Sie dürfen nicht ernsthaft krank werden, denn ein Verdienstausfall in dieser Zeit wird schwer auffangbar sein. Krankentagegelder der verschiedener privater und gesetzlicher Versicherungen werden Ihnen im

Bestfall frühestens ab dem 25. Krankheitstag ausgezahlt – und dann auch nur entsprechend dem monatlichen Durchschnittseinkommen der letzten Einkommensteuererklärung. Eine Hochzeit im Sommer aufgrund einer Erkältung oder Rückenschmerzen nicht anzutreten ist keine Option. Kalkulieren Sie jede Hochzeit deshalb so, dass sie etwas für den Sommer und den Winter einbringt.



← Die passende Rollenverteilung

Hier band der Bräutigam persönlich die Fliege. Mit dem Setzen des Fokus können Sie die Bildaussage steuern. Hier liegt der Fokus auf dem Herrn, der die Fliege gebunden bekommt. Ich wollte zeigen, wie sehr er den Moment genießt. Der Bräutigam rückt dabei in den Hintergrund.

ACHTUNG

Alle folgenden Werte sind rein fiktiv, mit Absicht aufgerundet, und sie basieren allesamt auf geschätzten Kosten und Zahlen. Sie sollen verdeutlichen, auf welchem Weg Sie rechnen müssen, und sie sollen Ihnen ein Gefühl dafür geben, auf was Sie achten müssen.

Der durchschnittliche Hochzeitsfotograf bestreitet zwischen 25 und 45 Hochzeiten im Jahr, um einen auskömmlichen Verdienst zu erzielen. Gehen wir mal von mehr oder weniger willkürlich festgelegten 1500 € pro Hochzeit aus. Wir rechnen demzufolge:

$$35 \text{ Hochzeiten} \times 1500 \text{ € pro Hochzeit} = 52500 \text{ € Umsatz}$$

Private Kosten | Schreiben Sie sich auf, welche privaten Kosten Sie im Monat bzw. im Jahr decken müssen, um leben zu können. Allem voran sind das die Kosten für Miete, Essen, Kraftfahrzeug bzw. Bahn oder Flugzeug, Kleidung, Kommu-

nikation und Versicherungen. Aber auch laufende Kosten für Abonnements wie Netflix dürfen Sie nicht vergessen.

Überschlagen Sie Ihre Zahlen. Dazu brauchen Sie keine Tabelle, sondern nur Ihre Kontoauszüge des letzten Jahres. Fassen Sie auf einem Blatt Papier zusammen, was alles angefallen ist, und runden Sie großzügig auf, denn Sie wollen ja auch noch etwas Geld für Unerwartetes, für Freizeitaktivitäten, Ihre Rücklagen und natürlich Ihre Altersvorsorge haben.

Sie können auch einfach Ihr jetziges Nettogehalt als Vergleichswert zugrunde legen. Damit kommen Sie zum Beispiel auf eine Summe von 2100 € Nettoeinkommen (ohne die 19 % Umsatzsteuer und ohne Ihre Einkommensteuer) im Monat. Auf das Jahr gerechnet ($\times 12$) sind das 25200 €, die übrig bleiben müssen. Rechnen Sie nun die Einkommensteuer von rund 8 000 € und die Krankenkassenzahlungen (14 % des Gewinns), also rund 3500 €, hinzu. Das bedeutet ca. 37000 € jährliches Einkommen (Gewinn), das Sie mit der Fotografie erwirtschaften müssen.

- $2100 \text{ €} \times 12 = 25200 \text{ €}$ Nettoeinkommen wird benötigt
- $25200 \text{ €} + 8000 \text{ €}$ (Einkommensteuer) + 3500 € (Krankenkasse)
= (aufgerundet) 37000 € Gewinn

Gewerbliche Kosten | Als Nächstes gilt es, die gewerblichen Kosten zu umreißen. Denn schließlich benötigen Sie immer mal wieder neues Equipment, haben Ausgaben für die Fahrt zum Kunden und müssen ebenfalls laufende Kosten für Onlinegalerien oder Softwareabonnements bestreiten.

Am Anfang wusste ich selbst nicht genau, wie viel das alles kosten wird. Haben Sie keinerlei Vorstellung, rechnen Sie mit mindestens 500 € gewerblichen Ausgaben im Monat. Damit kommen Sie auf mindestens 6000 € zusätzliche betriebliche Kosten im Jahr.

- 37000 € Gewinn + 6000 € gewerbliche Kosten = 43000 € Umsatz
(ohne Umsatzsteuer)

Egal, wie Sie es drehen und wenden, Sie werden Umsatzsteuer zahlen müssen, wenn Sie Ihr Haupteinkommen mit der Hochzeitsfotografie bestreiten wollen. Also berücksichtigen Sie diese direkt bei Ihrer Rechnung:

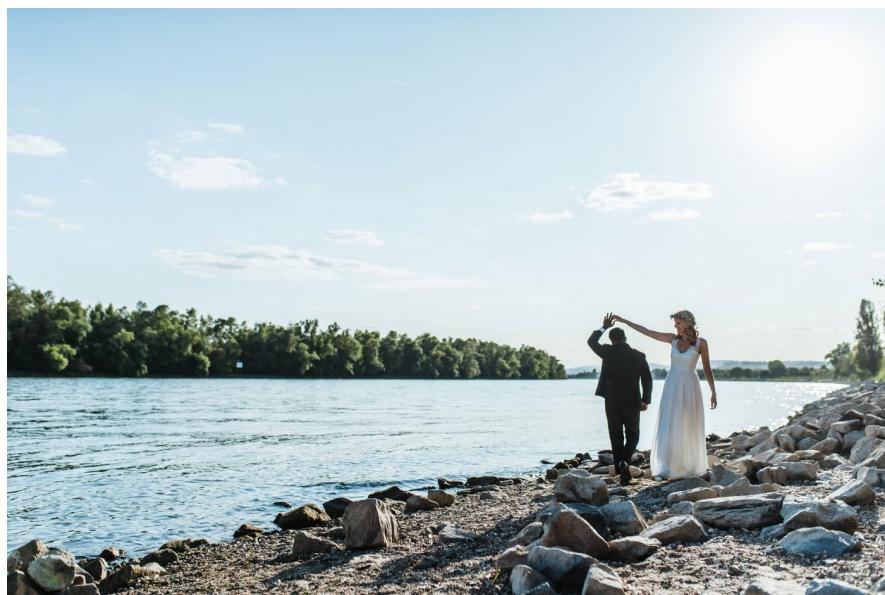
- $43000 \text{ €} + 19 \%$ Umsatzsteuer = 51170 € Umsatz im Jahr

Um 52000 € Umsatz im Jahr zu generieren, müssen Sie demnach 35 Hochzeiten zu einem Mindestpreis von jeweils 1500 € bestreiten.

Ist das überhaupt machbar?

Natürlich! Das Jahr hat 52 Wochenenden. Bedenken Sie auch, dass viele hauptberufliche Fotografen freitags und samstags auf Ganztagesreportagen unterwegs sind oder (unter der Woche) kleine standesamtliche Trauungen für etwas weniger Geld begleiten. Auch hier können Sie balancieren und Ihre Aufträge entsprechend aufteilen. Statt einer großen Hochzeit am Wochenende können Sie auch drei kleinere Hochzeiten für jeweils weniger Umsatz begleiten.

Eine große Hochzeit für 1500 € oder drei kleine Hochzeiten für je 500 €



↑ Brechen Sie Klischees

Manchmal kann es auch witzig sein, vorherrschende Klischees und Standardposings aufzubrechen und etwas »Neues« zu machen. Statt dass sich die Braut unter der Hand des Bräutigams drehte, bat ich die beiden, dieses Posing andersherum zu praktizieren. Das Paar machte mit, denn sie waren insgesamt locker und hatten sich selbst nicht so ernst genommen – das sind meine Lieblingspaare!

Wie viel Zeit wird das in Anspruch nehmen?

Das Geld ist das eine, aber Sie müssen natürlich auch die Zeit haben, um es zu verdienen. Und da ist es zu kurz gedacht, nur die Zeit vor Ort einzuplanen: Datensicherung, Bildauswahl, Bildbearbeitung, Akquise und Organisation sind alles Zeitfresser. Schauen wir uns also folgende (grobe) Rechnung an:

	5 Stunden Hochzeit	8 Stunden Hochzeit	13 Stunden Hochzeit
Anzahl Bilder	1 500+	2 300+	3 000+
Aufwand Aufbereitung	10 Stunden (1–2 Stunden Auswahl, 7 Stunden Bildbearbeitung, 1 Stunde Export und Organisation)	13 Stunden Aufbereitung (2,5 Stunden Auswahl, 9 Stunden Bildbearbeitung, 1,5 Stunde Export und Organisation)	20 Stunden (3–4 Stunden Auswahl, 14 Stunden Bildbearbeitung, 2 Stunden Export und Organisation)
Was wurde fotografiert?	Porträts, Trauung, Sektempfang, Gruppenbilder	Trauung, Sektempfang, Porträts, Gruppenbilder, Abendprogramm, Party	Ankleiden, Porträts, Trauung, Sektempfang, Gruppenbilder, Abendprogramm, Party

Machen Sie sich Gedanken über den Bilderertrag. Eine vierstündige Reportage kann genauso stressig sein, aber weniger Umsatz bringen als eine acht Stunden dauernde Begleitung. Die Höhepunkte Trauung und anschließender Sektempfang mit Gruppenbildern sowie die Paarporträts generieren den größten Bilderertrag. Das Ankleiden, das Abendprogramm und die Party sind hingegen deutlich geringer im Bilddurchlauf.

Und jetzt müssen Sie sich folgende Frage stellen: Wie viele Stunden können Sie de facto jeden Tag für die Bildbearbeitung erübrigen?

	Zeitaufwand
Hochzeitsfotografie als Nebenberuf	Montag–Donnerstag à 2 effektive Stunden Bildbearbeitung nach dem Hauptjob am Abend (19:00–21:00 Uhr an 4 Tagen) = 2,5 Wochen bis zur Fertigstellung
Hochzeitsfotografie als Hauptberuf	Montag–Donnerstag à 5 effektive Stunden Bildbearbeitung über den Tag verteilt (9:00–12:00 Uhr und 14:00–16:00 Uhr an 4 Tagen) = 1 Woche bis zur Fertigstellung

Bitte bedenken Sie auch, dass Sie, wenn Sie die Fotografie nebenberuflich betreiben, natürlich nicht so viel Zeit erübrigen können, als wenn Sie sie hauptberuflich ausüben.

Zeitaufwand	
Hochzeitsfotografie als Nebenberuf	35 Hochzeiten x 2,5 Wochen Bearbeitungszeit = 87,5 Wochen
Hochzeitsfotografie als Hauptberuf	35 Hochzeiten x 1 Woche Bearbeitungszeit = 35 Wochen

Die verbleibende Zeit kalkulieren Sie für E-Mail-Kommunikation, Weiterbildung, Kollegenaustausch und Büroorganisation ein.



← Die Unterschrift auf dem Standesamt

Das Standesamt in Esslingen am Neckar ist wunderschön und hat riesige Fensterfronten. Doch fotografiert man hier mit dem Raumlicht in Richtung Fenster, hat man ohne die Nutzung eines Blitzes ein Farbproblem. Denn das Licht aus Fensterrichtung ist neutral, das Licht im Raum ist rot. Mir bleibt nichts anderes übrig, als das Bild in Schwarz-Weiß zu konvertieren.

Steuern und Rechtliches

Das Gründungsjahr und die darauffolgenden zwei Jahre gelten als die härtesten Jahre für ein Unternehmen. Dies trifft so auch auf mein Unternehmen zu. Auch ich habe in den ersten drei Jahren so ziemlich alles an Fallstricken erlebt, was denkbar war. Wie aus dem Nichts auftauchende Umsatzsteuerzahlungen, Krankenkassennachzahlungen und Einkommensteuervorauszahlungen sind nur ein paar davon, die ich hier offiziell nennen möchte. Eine Katastrophe folgte der nächsten. Fehler zu machen (und daraus zu lernen) ist zwar durchaus en vogue, aber von Fehlern bei Ihrer Steuererklärung möchte ich Ihnen dringend abraten! Deshalb finden Sie nachfolgend einige (vielleicht trockene) Informationen, die vermutlich auch für Sie gelten werden.

Umsatzsteuer | Die Umsatzsteuer ist die zweitgrößte Einnahmequelle des Staates und umfasst die Besteuerung jeglicher Einnahmen, die beim Verkauf auf eine Dienstleistung oder ein Produkt anfallen. Egal, für was Sie als Hochzeitsfotograf Geld berechnen: Es müssen 19 % davon an den Staat abgeführt werden. Sind Sie in den ersten Jahren im Nebengewerbe tätig oder haben Sie geringe Einnahmen, ist es möglich, das Ausweisen und Abführen der Umsatzsteuer zu umgehen. Bis zu einem Jahresumsatz von 22000 € (Stand 2020) ist es jedem Selbstständigen freigestellt, ob er die Umsatzsteuer abführen möchte oder nicht. Entscheiden Sie sich freiwillig dafür, sind Sie fünf Jahre lang an diese Entscheidung gebunden und können sich (auch bei geringerem Umsatz) nicht plötzlich wieder davon befreien lassen.

Der Vorteil: Was Sie abführen, können Sie auch geltend machen. Berechnen Sie einem Paar also 1500 € für die Hochzeitsreportage, gehen 239,50 € USt davon an den Staat. Gleichzeitig ist es aber auch möglich, die 5,65 € USt auf der Rechnung vom Druckdienstleister dagegen zu rechnen. So müssen Sie letztendlich nur die Differenz von 233,85 € an den Staat abführen.

<i>Einnahmen vom Brautpaar</i>	1500 €	(239,50 € USt)
<i>Kosten für Druckdienstleister</i>	-35,40 €	(-5,65 € USt)
<i>Kosten für Software</i>	-12,80 €	(-2,04 € USt)
<i>Kosten für Werbematerialien</i>	-65,83 €	(-10,51 € USt)
<i>Brutto-Gewinn und davon zu zahlende USt</i>	1385,97 €	(221,30 €)

Sind Sie die ersten Jahre über befreit und steigt Ihr Umsatz stetig, werden Sie ab der Grenze von 22 000 € im laufenden Jahr automatisch für das kommende Jahr dazu verpflichtet werden, Umsatzsteuer auszuweisen.

Bitte führen Sie eine aktuelle Liste über Ihr Einkommen. Das hilft Ihnen, die Steuergrenzen im Blick zu behalten und später nicht unangenehm überrascht zu werden.

Der grobe Fallstrick besteht meist darin, dass die wenigsten (vor allem nebenberuflich agierenden) Fotografen einen Überblick über ihre Zahlen haben, die Steuer wird meist nicht zeitnah abgegeben, und kommende Buchungen sind oft ein Jahr im Voraus vereinbart. Rutschen Sie unbemerkt über die Umsatzsteuergrenze, werden Sie plötzlich Geld benötigen, dass Sie im Zweifel bereits in Equipment investiert haben, und Ihnen geht Geld für die Hochzeiten im kommenden Jahr verloren (da Sie unverhofft 19 % davon an den Staat abgeben müssen).

Das Finanzamt wird Sie nicht vorwarnen, und der Steuerberater kann die Angelegenheit auch nur in dem Maße steuern, wie er auch über Ihr Einkommen genau Bescheid weiß.

→ Wie wird gerechnet?

Die Umsatzsteuer ist völlig unabhängig von anderen Steuerarten und kann auch separat geprüft werden. 19 % Ihres Umsatzes wird in regelmäßigem Turnus an das Finanzamt abgegeben. Im Gegenzug werden 19 % oder 7 % (die Sie für Geschäftsausgaben aufgewendet haben) davon abgezogen.

→ Wann wird gezahlt?

Das hängt von Ihrem Umsatz ab. Die sogenannte *Umsatzsteuer-Voranmeldung* bestimmt den abzuführenden Zeitpunkt. Die Voranmeldung muss immer jeweils zum 10. des Monats nach der jeweiligen Zeitspanne (monatlich, vierteljährlich oder jährlich) erfolgen und beinhaltet alle Umsätze sowie die Summe der USt aus den gezahlten Kosten.

- *Monatlich* (für Januar am 10. Februar, für Februar am 10. März ... etc.)
Fällig wird die USt-Voranmeldung dann, wenn im vorangegangenen Kalenderjahr **mehr als 7500 €** Umsatzsteuer berechnet wurden.
- *Vierteljährlich* (für Januar, Februar und März also am 10. April etc.)
Es wird die Umsatzsteuer fällig, wenn man im vorangegangenen Jahr **weniger als 7500 €** Umsatzsteuer gezahlt werden mussten.
- *Jährlich* (für Januar bis Dezember mit Abgabe der Einkommensteuererklärung im Folgejahr)

Beträgt die Steuerschuld im vorangegangenen Jahr weniger als 1000 €, kann Sie das Finanzamt von der USt-Voranmeldung befreien.

→ Details in
der Dekoration

Wie auch beim Steuerrecht kommt es beim Fotografen oft auf Details an, die Sie nicht außer Acht lassen sollten. Hier wurde ich auf die Namensschilder an den Gabeln hingewiesen und habe diese selbstverständlich abgelichtet. Weil ich den Kontext und die Größe des Details im Bild betonen wollte, entschied ich mich dazu, einen größeren Ausschnitt zu wählen und durch die Bildgestaltung und den Schärfeverlauf die Aufmerksamkeit des Betrachters auf dieses kleine Detail zu lenken.



→ Dauerfristverlängerung

Die sogenannte *Dauerfristverlängerung* sorgt übrigens dafür, dass Sie Ihre Umsatzsteuer auch noch einen Monat später beim Finanzamt einreichen dürfen. Sie können also die Umsatzsteuer-Voranmeldung für Januar am 10. März abgeben. Aber Achtung! Führen Sie die USt monatlich ab, wird für diese Dauerfristverlängerung eine Extra-Vorauszahlung zu Beginn des Jahres fällig.

→ Kleinunternehmerregelung

Unter vielen Start-ups im Fotografiebereich sorgt der Begriff der *Kleinunternehmerregelung* immer wieder für Unsicherheit und Verwirrung. Rechnen Sie im ersten Jahr mit einem Umsatz, der geringer als 22 000 € ist, dürfen Sie entscheiden, ob Sie Umsatzsteuer ausweisen wollen oder nicht. Entscheiden Sie sich dagegen, dürfen Sie natürlich von den Rechnungen, die Sie erhalten, auch keine Umsatzsteuer abziehen.

Einkommensteuer | Die meisten Einnahmen generiert der Staat über die Einkommensteuer. Mit Ranglistenplatz eins steht sie ganz vorn auf der Beliebtheitsskala. Mit ihr werden *alle* Einkommen besteuert. Neben diversen anderen Einkünften aus beispielsweise Land- und Forstwirtschaft auch die sogenannten *Einkünfte aus selbstständiger Arbeit* – also Ihre Einkünfte aus der Fotografie.

Das ist besonders deshalb wichtig zu wissen, weil Einkommensteuer-Vorauszahlungen und Nachzahlungen ebenfalls von Ihrem Konto abgehen werden und das nicht mit jedem abgeschlossenen Auftrag, den Sie erhalten, sondern gebündelt auf Basis der letzten Zahlen, die Sie abgegeben haben. Sie werden also zwar unter Umständen viel Geld auf dem Konto haben, das aber nur zum Teil Ihnen gehört. Das ist gefährlich. Welcher Teil davon an das Finanzamt gezahlt wird, sollten Sie selbst stets im Blick behalten.

→ Wie wird gerechnet?

Gehen wir von einem fiktiven Gewinn von rund 28 000 € im Jahr aus, wird dieser zunächst mit allen anderen Einkommensarten addiert. Betreiben Sie die Hochzeitsfotografie nebenberuflich, wird Ihr Gewinn zum jährlichen Einkommen aus nicht selbstständiger Arbeit (Angestelltenverhältnis) hinzugerechnet. Je nach Höhe der Aufwendungen errechnet sich dann der tatsächliche Einkommensbetrag – dieser könnte zum Beispiel 35 426 € sein. Je nachdem, ob Sie verheiratet sind, Kinder haben oder sonstige Freibeträge genießen, errechnet sich entsprechend die zu zahlende Einkommensteuer.

→ Was und wann wird gezahlt?

Die Einkommensteuer wird immer vierteljährlich vorausgezahlt. Es wird also vier Mal im Jahr $\frac{1}{4}$ des Betrages fällig. Basis für die Beträge ist die letzte abge-

STEUERRECHNER

Das Bundesministerium der Finanzen stellt einen praktischen Rechner zur Verfügung:
www.bmf-steuerrechner.de

gebene Einkommensteuererklärung. Für das laufende 2020 wären das dann die Zahlen aus 2019 oder (mit Steuerberater) 2018. Wird im laufenden Jahr mehr oder weniger verdient als im vergangenen Jahr, wird dies mit Abgabe der Steuererklärung gegengerechnet.

Der Zeitpunkt der Zahlungen ist (im Vergleich zur Umsatzsteuer) immer gleich und nicht einkommensabhängig. Es wird berechnet: vierteljährlich am 10. März, 10. Juni, 10. September und 10. Dezember.

Ist das zu versteuernde Einkommen am Ende des Jahres höher als im Vorjahr, muss die Differenz natürlich nachgezahlt werden. Ist sie geringer, wird zurückgezahlt, und die Vorauszahlungen werden heruntergestuft.

Gewerbesteuer | Ja, es folgt nun noch eine weitere Steuer, mit der Sie sich auseinandersetzen sollten: die Gewerbesteuer. Ihre Tätigkeit als hauptberuflicher Hochzeitsfotograf wird dem Bereich Gewerbe/Handwerk zugeordnet. Denn Sie arbeiten im Auftrag und damit gewerblich. Die Gewerbesteuer gilt als Real- bzw. Sachsteuer und besteuert den Erfolg eines Unternehmens. Sie wird erst ab 24500 € Gewinn (das ist der Freibetrag) berechnet und kann direkt mit der Einkommensteuer verrechnet werden. Es ist also nur eine kleine zusätzliche Belastung. Sie hilft zudem der Gemeinde, in der Sie wohnen. Von dieser hängt auch der Steuersatz ab. Die zu zahlende Gewerbesteuer errechnet sich aus der Kombination von Freibetrag, Hebesatz und einer Steuermesszahl.

→ **Mit welchen Kosten haben Sie zu rechnen?**

Das Errechnen der Gewerbesteuer ist gar nicht so schwer, hier können Sie Schritt für Schritt vorgehen. Zunächst errechnen Sie Ihren steuerpflichtigen Gewerbeertrag.

Jährlicher Gewinn	28463 €
abzüglich Freibetrag in Höhe von	24500 €
<i>Steuerpflichtiger Gewerbeertrag</i>	<i>3963 €</i>

Im ersten Schritt erstellt das Finanzamt nun aus dem steuerpflichtigen Gewerbeertrag und der bundesweit gleichen Steuermesszahl von 3,5% einen Steuermessbetrag.

$$3,5\% \text{ von } 3963 \text{ €} = 138,71 \text{ € Steuermessbetrag}$$

Dieser wird anschließend von der jeweiligen Gemeinde (in der Ihr Unternehmen angemeldet ist) nochmals mit einem Hebesatz verrechnet. Für Berlin gilt zum Beispiel ein Hebesatz von 410 %.

$$138,71 \text{ €} \times 410\% = 568,71 \text{ € zu zahlende Gewerbesteuer an die jeweilige Gemeinde}$$

Um vor allem Einzelunternehmer wie Sie zu entlasten und Gemeinden zu fördern, wird die Einkommensteuer bei Gewerbetreibenden wie Ihnen mit der Einkommensteuer verrechnet. Das ist vorteilhaft, denn Sie müssen nicht gänzlich doppelt zahlen.

Der Betrag, um den Sie weniger Einkommensteuer zahlen müssen, ist aber leider nicht der gleiche, den Sie Ihrer Gemeinde überwiesen haben. Er wird bundeseinheitlich berechnet und als sogenannte *Einkommensteuer-Minderung* bezeichnet. Na? Raucht Ihnen schon der Kopf? Der Hebesatz beträgt überall 380 %.

$$138,71 \text{ €} \times 380\% = 527,10 \text{ € Anrechnungsbetrag}$$

Haben Sie die Gewerbesteuer gezahlt, wird Ihnen dieser Betrag von der Einkommensteuer abgezogen. Sie müssen in unserem Beispiel also 527,10 € weniger Einkommensteuer zahlen. Statt 7 486,28 € also nur noch 6 959,18 €. Großartig, oder?

→ Was und wann wird gezahlt?

Wie auch die Einkommensteuer ist die Gewerbesteuer vierteljährlich im Voraus zu zahlen. Der Gesamtbetrag von 568,71 € wird auf die vier Quartale verteilt. Die Beträge werden anhand des letzten Gewerbesteuerbescheids festgesetzt. In unserem Beispiel wären das am

$$15. Februar = 142,18 \text{ €}$$

$$15. Mai = 142,18 \text{ €}$$

$$15. August = 142,18 \text{ €}$$

$$15. November = 142,18 \text{ €}$$

$$\text{Insgesamt} \quad 568,71 \text{ € zu zahlende Gewerbesteuer}$$

Aufgrund all dieses Steuer-Voodoo habe ich mir eine Sache angewöhnt: Ich lege konsequent einen gewissen Betrag pro Einnahme auf die Seite. Die einfachste Variante ist es, von den Einnahmen 50 % sofort auf das Tagesgeldkonto zu überweisen. Damit werden Sie nicht allzu sehr überrumpelt und müssen auch nicht so viel rechnen. Wenn Sie ein besseres Gefühl für die fortlaufenden Zahlungen entwickelt haben, können Sie das dann auch anders handhaben, doch fürs Erste empfehle ich Ihnen genau diese Vorgehensweise.



↑ Alternative Blickwinkel

Nicht immer muss das Brautkleid perfekt erkennbar sein. Auch etwas kreativere Bilder können als »Add on« sehr gut in eine Reportage passen und das Paar und die Gäste zum Staunen bringen. Hier fotografierte ich vom Balkon aus durch zwei spiegelnde Fensterscheiben. Nehmen Sie sich also immer Zeit, auch mal eine Runde umherzuspazieren und zu gucken.

Fallstrick Abschreibung | Es ist Ende des Jahres, und Sie haben richtig viel verdient. Glückwunsch! Sogleich würden Sie gerne all Ihren Gewinn in eine neue Kamera, Software oder anderes investieren. Doch Vorsicht! Eine Ausgabe ist aus Steuersicht nicht gleich eine Ausgabe. Kaufen Sie beispielsweise eine Kamera für 3500 €, wird das Ihren Gewinn im Jahr der Anschaffung nicht (!) um 3500 € mindern, sondern um sehr viel weniger. Bei einer Kamera geht das Rechnungswesen davon aus, dass diese Anschaffung Teil Ihres Unternehmens wird. Sie tauschen das Geld gegen eine sogenannte *Anlage* in Ihrem Unternehmen. Es ist also aus Sicht Ihrer Buchhaltung zunächst keine reale Ausgabe (auch wenn Geld geflossen ist), sondern ein Zugewinn Ihres Unternehmens.

Erst durch die sogenannte *Abschreibung* taucht die Kamera Jahr für Jahr in Ihrer Buchhaltung auf und mindert Ihre Steuerlast. Die Zeit der Nutzung, die als Basis für die Berechnung der Abschreibung gilt, bestimmt der Staat. Kameras beispielsweise werden über 84 Monate abgeschrieben. In Ausnahmefällen kann das auch verkürzt werden. Fragen Sie hierzu Ihren Steuerberater.

Haben Sie also beispielsweise im Dezember 2019 eine Kamera zu einem Preis von 3500 € gekauft, ergibt sich folgende Rechnung für Ihre Buchhaltung:

<i>Kamerakosten</i>	<i>3500 €</i>
<i>davon Umsatzsteuer (im Zweifel sofort abzugsfähig)</i>	<i>558,82 €</i>
<i>Kamerakosten netto</i>	<i>2941,18 €</i>
<i>Lineare Abschreibung laut AfA-Tabelle</i>	
<i>über 84 Monate</i>	<i>35,01 €/Monat</i>

Sie dürfen für Dezember 2019 (Zeitpunkt, zu dem die Kamera gekauft wurde) also nur 35,01€ in Ihre Buchhaltung mit aufnehmen und dementsprechend Ihren Gewinn in diesem Jahr um nur diese 35,01€ schmälern. Von den restlichen 2906,17€, die Sie ausgegeben haben, aber die so nicht in Ihre Buchhaltung fließen, werden Sie Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Krankenkasse zahlen müssen. (Dafür schmälert die Kamera aus Steuersicht Ihren Gewinn für die kommenden 83 Monate, in denen Sie tatsächlich kein Geld für die Kamera [mehr] ausgeben.)

Alle Rechnungswesen-affinen Kollegen werden nun aufschreien. Mit Kniffen und Tricks ist es natürlich auch möglich, den Wert der Kamera zeitnäher in der Buchhaltung zu verrechnen. Mir war es nur wichtig, Ihnen anhand dieser Berechnung klar zu machen, dass Ausgabe nicht unbedingt Ausgabe bedeutet. Seien Sie auf der Hut!

Errechnen Sie Ihre ideale Auslastung

Nun wissen Sie zum einen, was Sie an Umsatz im Jahr erwirtschaften müssen, um im Hauptberuf von der Hochzeitsfotografie sich und (vielleicht) Ihre Familie ernähren zu können. Und Sie haben eine Idee davon bekommen, wie viele Ganztagesbegleitungen inklusive Bildbearbeitung Sie realistisch betrachtet zeitlich stemmen können. Sie wissen nun, was steuerlich auf Sie zukommen wird. Jetzt wird es also Zeit, all die fiktiven Zahlen für Sie brauchbar zu machen und auf Ihre persönliche Situation zu übertragen. Daher möchte ich Ihnen noch mal etwas Platz lassen, um Ihre eigene Zahlen einzufügen und grob ausrechnen zu können, was für Sie möglich ist, bevor Sie unwissend ins kalte Wasser springen.

Ihre privaten Kosten

<i>Gewünschtes Nettoeinkommen im Jahr</i>	<i>€</i>
<i>+ Einkommensteuer</i>	<i>€</i>
<i>+ Kosten für die Krankenkasse</i>	<i>€</i>
<i>= Dafür notwendiges Bruttoeinkommen im Jahr</i>	<i>€</i>

Zuzüglich Ihrer gewerblichen Kosten

+ gewerbliche Kosten	_____ €
+ 19 % USt	_____ €
= Bruttoumsatz im Jahr (inkl. 19 % USt)	_____ €

Ihre mögliche Anzahl an Hochzeiten

Zeit, die es braucht, bis Sie eine Hochzeit

vollständig liefern können _____ Tage

Dadurch mögliche Anzahl an Hochzeiten im Jahr _____ Jobs

Bruttoumsatz im Jahr (inkl. 19 % USt) ÷ Anzahl an möglichen Hochzeiten im Jahr

= Umsatz, der durch eine Hochzeit erarbeitet werden muss

Schaffen Sie es nicht, den errechneten Umsatz für eine Hochzeit zu erreichen, ist es natürlich möglich, mehr Hochzeiten zu geringeren Preisen zu verkaufen (und schneller in der Bearbeitung der Bilder zu werden) oder die offenstehenden Umsätze durch sogenannte *Up-Selling-Produkte* zu erzielen: Alben, Fotoboxen, Onlinegalerien oder Prints können zusätzlichen Umsatz (ist nicht gleich Gewinn!) generieren.

Behalten Sie den Überblick

Puh! Sollten Sie tatsächlich die vorherigen Abschnitte aufmerksam studiert haben, bin ich stolz auf Sie! Jede Menge Zahlen, viel Rechnerei und all die Kalkulationen sind wirklich mühsam und bereiten mir persönlich zumindest oft Schwierigkeiten. Als eher frei denkender, emotionaler Mensch entscheide ich Unternehmensfragen lieber aus einem Gefühl heraus als auf Basis kalkulatorischen Denkens. Doch hätte ich nie richtig gerechnet, würde es »mich« heute nicht mehr geben und ich könnte all diese Entscheidungen nicht mehr treffen.

Ein weiterer Trick, um der Zahlen Herr zu werden, ist das Arbeiten im Mehr-Konten-Prinzip.

Das Mehr-Konten-Modell | Arbeiten Sie mit mindestens drei Bankkonten: einem Geschäftskonto, einem privaten Konto und einem Tagesgeldkonto zum Ansparen bzw. zur Rücklagenbildung.

Vermieten Sie eine Immobilie, ist es sinnvoll, noch ein Bankkonto zu eröffnen, über das nur die Bewegungen der Vermietung und Kredittilgung wie auch Verwaltungskosten stattfinden. Sollten Sie ein zusätzliches Angestelltengehalt beziehen, können Sie dieses über das Privatkonto laufen lassen. Sollten Sie ein

zweites Gewerbe mit einem Partner betreiben, würde ich auch hierfür ein extra Bankkonto eröffnen. Ärgern Sie sich nicht über die Gebühren, die Übersicht, die sich dadurch ergibt, und die Erleichterung für die Buchhaltung (und für Ihren Steuerberater) sind bares Geld wert. Damit zahlen Sie die Bankgebühren (quasi) mit links!

Ein weiterer Trick: Monatlich zahle ich mir zum 1. des Monats von meinem Geschäftskonto auch ein Fixgehalt aus, das ein wenig über dem liegt, was ich zum Leben benötige. Krankenkassenkosten gehen vom privaten Konto ab. So bleibt auf dem Geschäftskonto das übrig, was Eigentum meines Unternehmens ist. Spießig, aber sicher! Für private Ausgaben habe ich ebenfalls genug zur Verfügung und kann zudem Geld ansparen. In den Sommermonaten wird zudem konsequent alles, was über Betrag X liegt, automatisch auf das Tagesgeldkonto übertragen. Eine praktische Funktion, die meine Bank mir anbietet. So ist für mich am Monatsende sofort ersichtlich, wann es eng werden könnte und dass ich dann besser doch diesen »furchtbaren« Job annehmen sollte, auch wenn er mir aus unterschiedlichen Gründen nicht richtig zusagt.

↓ **Der richtige Lichteinfall**
Achten Sie auf den passenden Moment! Während beim rechten Bild der Bräutigam durch das Seitenlicht Kontur erhält und gut zu erkennen ist, verschwindet er im Bild links durch den Schatten des Baumes fast in der Dunkelheit.



Legen Sie sich ein finanzielles Polster zu | Ein weiterer wichtiger Tipp: Legen Sie sich ein finanzielles Polster zu, das Sie im Zweifel ein halbes Jahr oder länger problemlos tragen könnte. In den ersten Jahren ist das schwierig, aber spätestens ab dem Moment, in dem »der Laden läuft«, unumgänglich. Multiplizieren Sie einfach Ihr monatliches Gehalt mit dem Faktor sechs (für ein halbes Jahr). Dieses Geld sollte liquide und problemlos verfügbar sein. Denn sollte es wirklich mal zu Schwierigkeiten kommen, krankheitsbedingt oder aufgrund einer ausbleibenden Buchungswelle, werden Sie froh darüber sein, nicht alles annehmen zu müssen oder sich (im ungünstigsten Fall) auf eine neue Ausrichtung konzentrieren zu müssen.

Staatliche Hilfe und Absicherung | Neben dem Sparen durch Eigeninitiative haben Sie unter speziellen Voraussetzungen auch die Möglichkeit, sich Unterstützung in Form von Krediten oder (was viel interessanter ist) eines staatlichen Gründungszuschusses zu sichern. Für einen Gründungszuschuss, der von der Bundesagentur für Arbeit gewährt wird, müssen Sie zuvor jedoch einige Rahmenbedingungen erfüllen, die für unterschiedliche Förderangebote gelten. Zusätzlich zu der Genehmigung, auf die mittlerweile kein Rechtsanspruch mehr besteht (die Bundesagentur für Arbeit entscheidet also eigenständig, was gefördert wird und was nicht), müssen Sie noch einen ausführlichen Businessplan vorweisen. Informieren Sie sich einfach bei der für Sie zuständigen Bundesagentur für Arbeit. Vielleicht kommt das für Sie ja infrage. Für Ihre Absicherung ist zudem Ihre (gesetzliche) Krankenkasse ein guter Eckpfeiler. Über das sogenannte (*staatliche*) *Krankentagegeld* werden Ihnen Sozialleistungen ab dem 43. Krankheitstag (wie beispielsweise bei einem Beinbruch, einer psychischen oder anderen schwerwiegenden Erkrankung) erlassen. Sie müssen während der Zeit Ihrer Krankschreibung die Krankenkassenbeiträge nicht mehr zahlen, und Ihnen wird zudem noch ein Prozentsatz Ihres letzten monatlichen Durchschnittsgehalts ausgezahlt.

5.3 Kennen Sie Ihre rechtlichen Grenzen

Kommen wir nach den Finanzen zu einem anderen leichten Thema: dem Recht. Ganz abgesehen davon, wie Ihr (Dienstleistungs-)Vertrag über die (Auftrags-)Fotografie mit Ihrem Paar zustande kommt und wie der Auftrag im Gesamten verläuft, gibt es zusätzlich noch einige Regelungen – hinsichtlich Herstellung und Verbreitung Ihrer Fotos.

So kümmert sich das Urheberrecht um den Schutz Ihres Werkes (also der von Ihnen gemachten Fotos), das Persönlichkeitsrecht um den Schutz der abgebildeten Personen (Paar und Gäste), und das Hausrecht und die Panoramafreiheit schützen den Besitzer bzw. den Eigentümer einer Räumlichkeit (Location) unter anderem vor dem unbefugten Erstellen und Veröffentlichen von Fotos.

Urheberrecht

Das sogenannte *Urheberrecht* (Urheberrechtsgesetz, UrhG) schützt denjenigen, der für die Erstellung eines besonderen Werkes verantwortlich ist: den sogenannten *Urheber*. In unserem Fall also die Fotografin oder den Fotografen. Hat diese oder dieser ein kreatives Bild gemacht, schützt ihn dieses Gesetz davor, dass Drit-

te, beispielsweise die Besitzer/Eigentümer der Location, dieses Bild ohne seine Zustimmung für etwas, zum Beispiel für Werbung, verwenden dürfen.

Geschützt ist eigentlich fast alles, was künstlerisch-schöpferisch entstanden ist. Lediglich reine Reproduktionen oder medizinische Aufnahmen gehören eher zu den technischen Fotografien und haben damit keinen besonderen künstlerisch-schöpferischen Wert.

Beweisbar ist eine Urheberschaft am einfachsten mit den digitalen Negativen, also den sogenannten *Raw-Dateien*. Übrigens ein Grund, weshalb diese selten von Fotografen herausgegeben werden.

Ist ein Bild also prinzipiell geschützt, kann nur der Urheber allein darüber bestimmen, wer Zugriff auf das Foto haben darf und auf welche Art es verwendet werden darf. Nach seinem Tod wird das Recht auf seine Erben übertragen. Das Urheberrecht ist sonst zu keinem anderen Zeitpunkt übertragbar.

Was aber übertragbar ist, sind die sogenannten *Nutzungsrechte*, die der Urheber mit seinem Einverständnis zur Nutzung des Bildes überträgt. Es gibt zwei prinzipielle Arten der Nutzungsübertragung: das einfache und das ausschließliche Nutzungsrecht.

Das einfache Nutzungsrecht | Das einfache Nutzungsrecht regelt die Nutzung des Bildes für eine Person oder Personengruppe für einen Zweck. Es kann zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkt werden.

Das einfache Nutzungsrecht erlaubt dem jeweiligen Nutzer, das Werk auf die vom Urheber bestimmte Art in dem vom Urheber bestimmten Umfang in zeitlicher, räumlicher/örtlicher oder inhaltlicher Beschränkung zu nutzen. Im Fall eines Bildes, beispielsweise der Raumdekoration der Hochzeitslocation, kann der Fotograf also beispielsweise festlegen, dass die Besitzer/Eigentümer der Location die jeweilige Fotografie zeitlich unbeschränkt (also auch noch Jahre später), inhaltlich eingeschränkt für den Druck von Flyern für Hochzeiten und örtlich eingeschränkt für die Nutzung dieser Flyer innerhalb Deutschlands verwenden dürfen. Eine Veröffentlichung auf der Website zum bewerben von Hochzeiten ist damit also nicht gestattet, denn der Zugriff ist auch über andere Länder möglich. Die Verwendung zum bewerben von Seminarräumen auf Flyern ist damit ebenfalls nicht gestattet, denn es geht dabei nicht um Hochzeiten. Das Recht, dieses Bild zudem weiteren Nutzern, wie beispielsweise dem Floristen, zur Verfügung zu stellen, bleibt ebenfalls ausgeschlossen. Dies darf in diesem Fall nur vom Urheber selbst erfolgen.

Beim einfachen Nutzungsrecht gibt es zudem keine Exklusivität für den jeweiligen Nutzenden. Der Urheber kann es mit Zustimmung des Floristen ebenfalls für seine eigene Werbung verwenden.

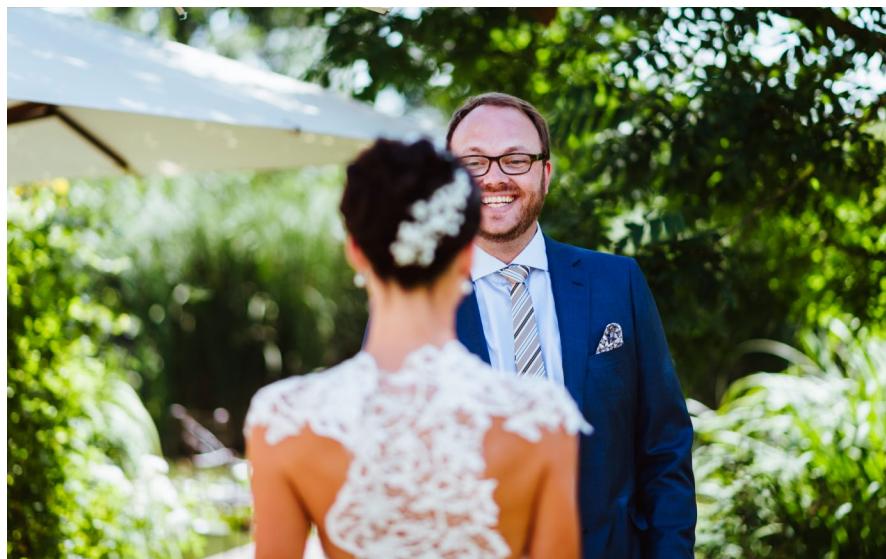
Das ausschließliche Nutzungsrecht | Beim ausschließlichen Nutzungsrecht muss man als Fotograf bei der Vergabe besonders aufpassen, denn als Urheber überträgt er hier die ausschließlichen (und damit auch exklusiven) Rechte des Werkes. Es kann dann vom Rechteinhaber in uneingeschränkter Weise weiter lizenziert werden. Damit können auch Vierte durch eine Lizenzierung des Kunden die Bilder nutzen, ohne dass der Urheber hier Einfluss nehmen könnte oder ein Mitbestimmungsrecht hätte. Auch die Vergütung bleibt aus. Im Fall unseres Beispiels mit der Dekoration bedeutet das also, dass nur diese eine Location das Bild nutzen darf und sogar der Florist (als Urheber für die Blumenwerke) und auch der Fotograf (!) theoretisch von der eigenen Nutzung ausgeschlossen werden können. Hier ist es wichtig, sich als Fotograf die sogenannte *eingeschränkte Ausschließlichkeit* zu sichern – und in der Nutzungsrechtsübertragung (auf der Rechnung oder im Angebot) klar zu erwähnen, dass das jeweilige Werk vom Urheber für gewisse Zwecke ebenfalls genutzt werden darf (zum Beispiel zum Zwecke der Eigenwerbung). Das ausschließliche Nutzungsrecht überträgt in fast allem Nutzungsrechte an eine Person oder Personengruppe, die die Bilder weiter lizenziieren kann oder können (zum Beispiel mit einem einfachen Nutzungsrecht). Das Recht auf Namensnennung des Urhebers bleibt dabei erhalten.

Ausnahmen des Urheberrechtsgesetzes | Es gibt auch Ausnahmen im Urheberrechtsgesetz. Gerade wenn es darum geht, dass das öffentliche Interesse »ausnahmsweise« über dem des Urhebers steht, dürfen Werke ungefragt und unvergütet veröffentlicht werden. Das kann zum Beispiel in rechtlichen Fällen möglich sein (klar!), bei denen Personenbilder verwendet werden, oder aber auch zu wissenschaftlichen oder lehrenden Zwecken. Ein Dozent der Universität in XY dürfte also ganz unverblümt und ungefragt eines Ihrer Bilder von Ihrer Website für seine Vorlesung verwenden. Oder, abhängig vom Bild, auch zu Forschungszwecken. Ist eines Ihrer Bilder für die Berichterstattung in den Medien relevant, darf dieses ebenfalls ohne Rückfrage verwendet werden. Allerdings müsste dies angemessen vergütet werden. Passen Sie also auf, wenn Sie A- und B-Promis fotografieren!

Nun erfolgen im heutigen Zeitalter täglich viele, viele verschiedene Urheberrechtsverletzungen, die es erst einmal zu bestimmen gilt. Ich behaupte, die meisten derjenigen, die hier rechtsbrüchig werden, wissen nicht einmal, dass sie etwas Illegales tun. Durch das Internet und vor allem durch die Social-Media-Plattformen wurde die »Teilen-Mentalität« gang und gäbe. Bilder werden an verschiedenen Orten verwendet – vielleicht ohne dass der Urheber darüber in Kenntnis gesetzt wurde und ohne dass er seine Zustimmung dafür gegeben hat. Das lässt sich kaum unter Kontrolle halten.

Unwissenheit schützt vor Strafe nicht, aber sie erklärt vieles, und so lässt sich so mancher Groll abmildern, wenn man sich klarmacht, dass in den meisten Fällen keine böse Absicht dahintersteckt. So passiert es auch nicht selten, dass gerade von Hochzeitsgästen das mühevoll bearbeitete Bild rücksichtslos und mit einem (meist unprofessionell eingesetzten) Kunstfilter versehen zum Beispiel auf Instagram publiziert wird. Ein Graus! Ganz oft zudem noch, ohne den jeweiligen Urheber zu nennen. Eine doppelte Katastrophe! Oder, im Fall des Filters, vielleicht sogar gut so.

Versetzt man sich aber in die Lage des jeweiligen Gastes, wird schnell klar, dass dieser sich in der Regel lediglich aufgrund des Motivs (!) über das Bild freut. Kreation, Farbgebung und andere gestalterischen Mittel sind ihm meist fremd. Die Leute sind stolz darauf, in ordentlicher Robe auf der besten Hochzeit des Jahres anwesend gewesen zu sein, das wollen sie doch auch mitteilen! Da kommt das Bild des Fotografen aus der Onlinegalerie wie gelegen und muss nur noch an den eigenen Instagram-Feed angepasst werden (deshalb der Filter). Natürlich wissen viele nicht, dass die Fotografie mit ihrer Bearbeitung Rechten unterliegt, und noch weniger denken diese Personen daran, dass der Fotograf sich auch irgendetwas dabei gedacht hat, als er das Bild fertiggestellt hat. – Endverbraucher ... die sind halt so. Lassen Sie sich von veröffentlichten Bildern der Gäste auf deren Instagram-Account nicht ärgern. Ist es Ihnen Ihre Zeit wirklich wert, weisen Sie lieber freundlich auf den Fauxpas hin. So bleiben Sie nicht als wütender, weltfremder Griesgram in Erinnerung, sondern als souveräner und freundlicher Fotograf.



← **Der richtige Moment**
Ein Klassiker: Das Paar präsentiert sich in Hochzeits-Robe. Wer ein Geheimnis aus seinem Outfit macht, hat die Chance auf eine große Überraschung. Hier müssen Sie sich als einzelner Fotograf entscheiden, welchen Gesichtsausdruck Sie im Bild haben wollen. Braut oder Bräutigam?

Persönlichkeitsrecht

Das Werk als solches ist vor unpassender Verwendung geschützt. Aber auch die abgebildeten Personen sind vor einer Veröffentlichung und Verbreitung (egal, ob auf der eigenen Website oder auf der Website Dritter) um Erlaubnis zu fragen. Das sogenannte *Recht am eigenen Bild* (verankert im Kunsturheberrechtsge- setz unter §22 KunstUrhG) sorgt dafür, dass die abgebildeten Personen selbst entscheiden dürfen, in welchem Umfang eine Fotografie mit ihnen als Motiv in Umlauf gerät und veröffentlicht werden darf.

So gilt es (theoretisch) jeden Gast einer Hochzeit zuvor um Erlaubnis zu bitten, wenn es darum geht, ihn auf der Website zeigen zu dürfen. Aber auch bzw. insbesondere bei Veröffentlichungen in anderen Bereichen, wie zum Beispiel auf Blogs Dritter oder in Magazinen, sollte dringend nachgefragt werden. Denn anders als auf der Website hat man auf Plattformen Dritter keine schnelle Handlungssicherheit, wenn es darum geht, ein einzelnes Bild eines mürrischen Gastes zeitnah zu entfernen.

Sind Sie sich unsicher, ob Sie veröffentlichen dürfen, fragen Sie lieber freundlich nach. Viele Paare oder Gäste können die Wirkung einer gewissen Öffentlichkeit nicht einschätzen und sagen grundsätzlich einfach »Nein!«. Vielleicht gibt es einen Weg, der den Paaren die Angst nehmen kann? Aufklärung oder ein Kompromiss (keine Realnamen im Blogpost) können helfen. Gegen ein Nein können Sie im Zweifel nichts tun, aber Sie haben es dann zumindest versucht.

Hausrecht

Ein drittes Recht gilt es noch zu beachten: das sogenannte *Hausrecht*. Es besteht für jeden, der Eigentümer oder Besitzer einer privaten oder gewerblichen Räumlichkeit ist. Er ist berechtigt, zu entscheiden, wer seine Räume nutzen darf und auch ob dort fotografiert werden darf.

Dieses Recht findet übrigens vornehmlich in evangelischen Kirchenhäu- sern Gebrauch. Hier wird sehr gerne erwähnt, dass es prinzipiell verboten sei, zu fotografieren – nicht wegen des Geistlichen, sondern wegen des Hausrechts. Bei Ihrer privaten Wohnung finden Sie das sicher nachvollziehbar, aber auch bei Kirchen, Restaurants, Eventlocations, Schlössern und Parks haben Sie rein rechtlich gesehen keine Handhabe. Das Recht zur Veröffentlichung von Bildern, die diese Räume klar ersichtlich zeigen, sollte also ebenfalls und allerspätestens vor der Veröffentlichung abgeklärt werden. Unabhängig vom Hausrecht gilt besondere Vorsicht, wenn Sie beispielsweise Kunstwerke im Hintergrund mitfoto- grafieren.



← Der First-Look

Und noch einmal die erste Begegnung. Besonders schön kann es sein, wenn sich das Paar vor der Trauung in einem intimen und ruhigen Rahmen zum ersten Mal begegnet. Hier wurde der First-Look vom gemeinsamen Lieblingslied der Beiden untermauert. (Die Trauzeugin stand mit Mobiltelefon neben mir und spielte die Musik spontan ab.)

Panoramafreiheit

Die sogenannte *Panoramafreiheit* erlaubt es Ihnen, zu fotografieren, was Sie von öffentlichem Grund und Boden ohne Hilfsmittel (Leitern oder Ähnliches) einsehen können. Das sind Häuser, Schlösser, Skulpturen, Springbrunnen etc., obwohl diese Gebäude urheberrechtlich (Werk des Architekten) geschützt sind. Steht Ihr Paar also vor einem (dauerhaften!) Kunstwerk im öffentlichen Raum, dürfen Sie gerne fotografieren und das Bild veröffentlichen, sobald das Paar damit einverstanden ist. Den Architekten oder Bildhauer müssen Sie nicht fragen. Der Zusatz »dauerhaft« ist in diesem Zusammenhang sehr wichtig, bei einem temporären Kunstwerk, wie beispielsweise einer Verhüllungsaktion von Christo, gilt die Panoramafreiheit nämlich nicht. Und seien Sie außerhalb Deutschlands vorsichtig: Panoramafreiheit ist nicht immer Panoramafreiheit!

Ohne Zustimmung fotografieren, geht das überhaupt noch?

Es klingt nun zusammenfassend fast so, als wäre eigentlich so gut wie alles verboten. Das ist nicht sehr motivierend. Aber, wie es so schön heißt, nichts wird so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Erfahrungsgemäß reicht es meist bei öffentlich zugänglichen Bereichen – also Außenaufnahmen wie zum Beispiel des kuschelnden Paares vor einem Garagentor, das von der Straße aus fotografiert werden kann und irgendwie austauschbar ist –, im Zweifel einfach mal drauf-

loszufotografieren und lieber später »Entschuldigung!« zu rufen. Solange dabei nichts beschädigt wird und niemand einen Grund zur dauerhaften Verärgerung hat, ist das meistens kein Problem.

Auch die spätere Veröffentlichung der Fotos spielt bei der Wahrscheinlichkeit, Verärgerung hervorzurufen, eine Rolle. Der Eigentümer oder Besitzer eines Garagentors wird vermutlich wenig Interesse daran haben, wegen ein, zwei Bildern zweier kuschelnder Menschen einen (rechtlichen) Streit vom Zaun zu brechen. Wohingegen eine etwas negativere Darstellung und mögliche digitale Veränderung des Garagentors (zum Beispiel durch einen obszönen Spruch) und die klare Erkennbarkeit des Bildmotivs (das ist ja das Garagentor von Harald!) wohl eher zu einem (Rechts-)Streit führen könnten.

Aus der netten Frage nach der Erlaubnis, das Foto in einem positiven Kontext zu verwenden, kann in Verbindung mit einem Blumenstrauß oder einer sonstigen kleinen Aufmerksamkeit auch ein freundlicher und netter Geschäftskontakt erwachsen. Haben Sie also keine unnötige Scheu, und stehen Sie zu Ihren Ideen und Ihren Bildern!

→ **Knallige Farben
und starke Muster**

Besonders spannend fand ich hier die knallige Kombination aus dem gepunkteten schwarz-weißen Kleid und den knallroten Fingernägeln. Sie passten einfach hervorragend in das Zusammenspiel mit den roten Beeren im Sekt, die ich im Bild mittig platziert habe, damit sie direkt ins Auge fallen.



INTERVIEW

DANIELA RESKE

Am Ball bleiben: Weiterbildung und Weiterentwicklung

Bereits 2007 hat Daniela Reske mit Kinder- und Familienfotografie angefangen. Das Einfangen von natürlichen Momenten begeistert sie noch heute. Mit dem Aufschwung der digitalen Fotografie erfolgte auch der Durchbruch guter Hochzeitsfotografie, und Daniela lernte vor allem in Eigenregie, durch genaue Beobachtung, immer mehr, worauf es bei guter Fotografie ankommt. Durch internatio-

nale Fotografen, deren Arbeiten auf Blogs veröffentlicht wurden, konnte sie sich immer detaillierter mit der Fotografie auseinandersetzen. Kreativität, Einfühlungsvermögen, ein gutes Gespür für den (richtigen) Moment, Beobachtungsgabe und eine hohe Verantwortung in einem ästhetischen Umfeld prägten viele der gezeigten Bilder und später auch ihre eigenen Fotos. 2008 bereits fotografierte sie ihre erste Hochzeitsreportage und blieb bei dieser Ausrichtung. Heute gehört sie zu den Top-Fotografinnen mit viel Erfahrung und einem wachen Verstand, der immer wieder hinterfragt und sich stetig weiterentwickelt. Ich durfte ihr ein paar Fragen zum Thema Weiterbildung und Weiterentwicklung stellen.



▲ Daniela Reske

- Telefon: +49 7121 3828646
- E-Mail: mail@danielareske.de
- Website: www.hochzeitsjournalistin.de
- Social: www.facebook.com/danielareske-fotografie ★ www.instagram.com/dani_la_reske ★ www.pinterest.de/daniela_reske

Saja Seus: Was ist dir wichtig an Hochzeiten? Warum begeistern sie dich bis heute so sehr?

Daniela: Ich glaube, es gibt keine Disziplin, die eine so große Vielfalt an fotografischen Elementen enthält, wie die Hochzeitsreportage. Als kreativer Mensch kann man sich da wirklich austoben und sich in den vielen Disziplinen üben. Dazu gehören die Porträtfotografie, der fotojournalistische Ansatz, die Abbildung von Details, auch Makroaufnahmen beispielsweise von Eheringen, Gruppenbilder und Modefotografie, sogar die Landschaftsfotografie. Hinzu kommt, dass dies alles auch noch bei wechselnden Bedingungen stattfindet, was die ganze Sache so richtig anspruchsvoll macht. Egal, ob bei Tag oder Nacht, Sonne oder Regen – zu jeder Zeit sollte man fotografisch in der Lage sein, Bilder zu machen, die dem hohen Anspruch standhalten, auch wenn die äußersten Umstände kaum kontrollierbar sind.

Die Einzigartigkeit dieser Bilder, die man nicht reproduzieren kann, ist noch mal ein besonderer Anreiz und bringt eine hohe Verantwortung mit sich. Es gibt ja nur diesen einen Tag, an dem die Fotos erstellt werden können, die Momente sind damit unverlierbar. In Verbindung mit der Bedeutung von Hochzeit und Ehe verleiht das den Bildern einen besonders hohen Wert.

Darüber hinaus begeisterte es mich schon immer, die vielen Emotionen einfangen zu können, was in der Form wohl nur in einem so privaten und intimen Umfeld wie unter Familien und Freunden möglich ist und gezeigt wird. Das Teilhaben an den persönlichen Familiengeschichten und Beziehungen hat auch immer einen Teil zu meiner eigenen persönlichen Weiterentwicklung beigetragen und mich vieles gelehrt. Die Geschichten anderer weichen die eigenen Bilder auf und lassen verschiedenste Blicke auf und Zugänge zu unserer Welt zu. Das empfinde ich als einen

sehr bereichernden »Nebeneffekt«, der sonst kaum Beachtung findet. Meine Paare haben mich schon auf viele Reisen geschickt, und ich durfte an Orte, die ich ohne diese Aufträge wohl nie gesehen hätte. Das ist ein weiterer wunderbarer Nebeneffekt, der zusätzlich inspiriert. Zudem finden die meisten Hochzeiten in einem sehr ästhetischen Umfeld statt. Die Feste sind schön dekoriert und die Menschen dem Anlass entsprechend gekleidet.

Für mich geht so ein Tag auch mit einer großen Freiheit in der Gestaltung der Bilder einher. Es gibt einige Motive, die unbedingt in eine Hochzeitsreportage gehören, ansonsten kann ich mich aber frei auf alles einlassen und einfach schauen, was vor der Kamera passiert. Ich habe oft festgestellt, dass die Paare jene Bilder mitten ins Herz treffen und überraschen, mit denen sie so nicht gerechnet hatten. Und meist betrifft dies nicht die Ringfotos bzw. die typischen Hochzeitsmomente. Sie sind einfach zu vorhersehbar. Es sind oft die vielen kleinen Nebenschauplätze, die Bilder so vielfältig und interessant machen und die Paare schlussendlich berühren, weil sie ihren Tag nun noch mal aus einem anderen Blickwinkel erleben dürfen. Längst sind nicht mehr nur die Kreativität und die Fotografie an sich meine Motivatoren für Hochzeitsreportagen. Mit dem Verewigen von Hochzeitsbildern leiste ich einen großen Beitrag zum Familienschatz. Es sind Zeittokumente, die noch viele Generationen nach uns begeistern werden und die Frage, wer wohl all diese Menschen auf den Bildern gewesen sind, wie sie gedacht, gelebt und geliebt haben, bildlich darstellen. Das bezahlte Geld für den Profi ist jedenfalls bald vergessen, denn der emotionale Wert solcher Fotos steigt mit voranschreitender Zeit ins Unermessliche und verliert ihn nicht wie ein Gegenstand, der am Ende vielleicht sogar achtlos weggeworfen wird.

Mit den Jahren hat sich dein fotografischer Stil natürlich weiterentwickelt. Kannst du beschreiben, was diese Entwicklung auszeichnet und mit was das alles zusammenhängt?

Ich denke, es gibt einige Wege, auf welche Art und Weise sich mein fotografischer Stil entwickelt hat. Stil im Allgemeinen bedeutet ja, dass die eigene kreative Arbeit durch Besonderheiten in der Ausdrucksform geprägt ist. Wie sich diese Besonderheiten ausprägen und definieren, kann bewussten oder auch unbewussten Prozessen unterliegen. Allen voran spielen, denke ich, die Erfahrungen, die man selbst mit sich und seiner Umwelt macht, eine große Rolle. Das betrifft sowohl die Erfahrungen im Alltag als auch die Erfahrungen, die im direkten Bezug zu einem Auftrag stehen. Was ist eine Erfahrung? Wie nehme ich etwas wahr, und was lerne ich daraus?

Bei mir war und ist die Stilentwicklung immer eine besondere Mischung aus den persönlichen Erfahrungen, die mein Leben und meine Beziehungen geprägt haben, meinem ästhetischen Empfinden, dem Etablieren einer persönlichen Fehlerkultur, den Inspirationen, die ich von außen aufnehme, und dem gesellschaftlichen Wandel.

Mit dem Wachsen meiner Persönlichkeit und mit dem Lernen im Allgemeinen veränderten sich mein Wertesystem und simultan auch meine Fotografie. Zum Beispiel verlagerte sich einer meiner Schwerpunkte von der Neugeborenenfotografie auf die Fotografie älterer Babys und Kinder im selben Zuge, wie meine eigenen Kinder größer wurden, und auch das Thema Hochzeit passte sehr gut in meine Lebensphase und die meines Umfelds. Meine Fotografie steht also immer unter dem Einfluss sowohl meiner persönlichen Themen, die mich umgeben, als

auch äußerer Bedingungen. Wenn man den Grundbedürfnissen, sich als Mensch zu entwickeln und zu lernen, folgt, offen bleibt und das Gelernte anschließend in seine Fotografie integriert, wird sich der Stil meines Erachtens auch ständig weiterentwickeln. Das hat nichts mit dem stetigen Optimierungswahn in unserer westlichen Welt zu tun, sondern ist eher ein langsamer, manchmal bewusster, manchmal unbewusster wahrnehmungsorientierter Entwicklungsprozess, der aber enger mit unserer Fotografie verbunden ist, als uns das oft bewusst ist. Einige dieser Prozesse habe ich zusammen mit meinem Kollegen Elmar Feuerbacher übrigens auch in unserem Workshop namens »Way To Live Photography« sichtbar gemacht, in dem wir mit anderen Fotografen am persönlichen Stil arbeiten.

Wie schaust du heute auf deine Bilder von damals?

Auf die lange Zeitspanne betrachtet, sehe ich vieles, was ich heute anders mache. Ich sehe meine damaligen Bilder aber auch als Meilensteine auf dem Weg meiner fotografischen und persönlichen Entwicklung. Denn ohne sie wäre ich ja nicht an dem Punkt, an dem ich heute bin. Sie sind Bausteine im großen Ganzen und gehören einfach dazu. Das ist für mich der Begriff einer gesunden Fehlerkultur: Erfahrung, Hinterfragen, Lernen, Integrieren, Entwickeln und Wachsen.

Was wünschst du dir für deine Bilder der Zukunft?

Ich freue mich, wenn ich – rund um die Fotografie – noch vieles ausprobieren und viele weitere Meilensteine erleben darf.

Danke, Daniela!



↑ **Die Vorbereitungen nicht vergessen**

Die Vorbereitungen der Braut fotografiere ich besonders gern und achte darauf, dass die Braut in einem guten Licht sitzt.

→ **Details natürlich einfangen**

Mir ist es wichtig, auch die Details so natürlich wie möglich zu fotografieren, daher versuche ich aufwendiges Drapieren und Inszenieren zu vermeiden. An diesem Bild sieht man übrigens gut, dass Mischlicht durchaus interessant sein kann.





↑ Besondere Lichtsituationen

An diesem Bild mag ich besonders das Licht, das spotartig auf das Gesicht der Braut und das ihrer Mutter fällt. Das Licht fiel durch ein Fenster auf der anderen Seite des Raumes. Wenn ich auf solche Lichtsituationen treffe, achte ich stets darauf, die Belichtung den partiell beleuchteten Stellen im Bild anzupassen.

↓ Den Moment vorausahnen

Das Sonnenlicht fiel in dieser Kirche durch ein oberes Fenster direkt auf den Altar. Ich musste mich nur ein wenig in Geduld fassen, bis die Pfarrerin sich umdrehte und selbst direkt im Sonnenlicht stand. Bei Reportagen versuche ich, stets vorausschauend zu fotografieren.





↑ Reportagebrennweite

Für derartige Szenen verwende ich am liebsten ein 35-mm-Objektiv. Diese Reportagebrennweite ist ein echter Klassiker. Außerdem achte ich auf kurze Verschlusszeiten, um wie im Beispiel auch die schwübelnden Blütenblätter des Streublumenregens einfangen zu können.

→ Immer konzentriert und bereit sein

Bei der Zeremonie brachte das Blumenmädchen die Ringe. Diese Rituale dauern oft nur Sekunden, daher erfordern solche Situationen vom Fotografen zu jeder Zeit höchste Konzentration.



↑ Übersichtsaufnahmen
Über den Tag verteilt mache ich auch immer wieder bewusst Übersichtsaufnahmen. Auf diesem Bild entsteht durch die Symmetrie der Flügeltüren außerdem ein schöner Rahmen, der den Blick auf die Hochzeitsgesellschaft lenkt.





← Kinder sorgen für unerwartete Momente
Linke Seite oben: Einfach kurz das Kleid über den Kopf ziehen, und schon ist das Mädchen unsichtbar. Verstecken spielen ist für Kinder Abenteuer pur – und für Fotografen ergeben sich großartige Momente zum Festhalten. Links: Kleinkinder agieren noch sehr natürlich und verstehen sich nicht. Es lohnt sich immer, sie mit der Kamera zu beobachten und auf einen passenden Moment zu warten, wie hier beim Eisessen.

← Das Umfeld im Blick behalten

Es lohnt sich, seinen Blick öfter auch mal auf den Hintergrund zu lenken. Was passiert rund um die eigentliche Szene?



↑ Den Tag dokumentieren

Ich mag dieses Bild besonders, weil es trotz des inszenierten Kisses zu einem dokumentarischen Bild wurde. Durch die Kamera am linken Bildrand wird klar, dass hier gerade eigentlich der Videograf am Werk war.

→ Authentische Paarporträts

Ich mag die entspannte Haltung der beiden. Das Posing ist eher spontan aus der Situation heraus entstanden. Ich musste den Moment also nur noch festhalten. Allerdings war hier das Licht nicht besonders gut, sodass ich später in der Bildbearbeitung noch die schattigen Bereiche aufgehellt habe.







↑ Location-Bilder

Location-Bilder gehören zu einer gelungenen Reportage unbedingt dazu. In diesem Fall konnte ich noch geschickt die »Komponente Mensch« in die Komposition einbauen – ein weiblicher Guest genoss hier die letzten Sonnenstrahlen.

← Authentische Paarporträts in außergewöhnlichem Posing

Das Hochzeitspaar war in diesem Moment sehr ausgelassen und voller Lebensfreude. Ich musste den beiden keinerlei Anweisung für dieses Posing geben, sondern nur beobachten, was passiert, und natürlich rechtzeitig auslösen. Die untergehende Abendsonne verleiht dem Bild eine besonders atmosphärische Lichtstimmung.

→ Ein verschmitzter Blick

Ich mag den auf die Braut gerichteten Blick der Dame im Bildmittelpunkt sehr. Die Braut steht in diesem Moment hinter meiner Kamera und ist daher auf dem Bild nicht zu sehen. So wirkt es, als richtete die Dame ihren Blick direkt auf mich bzw. die Kamera. Sich als Fotograf mitten in einer Szene zu befinden und doch »unsichtbar« zu bleiben ist eine wichtige Eigenschaft, um in der Reportagefotografie gute Ergebnisse zu erhalten.





↑ Mittendrin

Bei der Hochzeitsparty mische ich mich gerne direkt unter die Gäste. Da diese meist fröhlich und ausgelassen sind, werde ich kaum wahrgenommen. So fange ich die schönsten Momente ein. Am liebsten, so wie hier, mit einem 35-mm-Objektiv.

← Natürliche Effekte

Keine Angst vor natürlich entstehenden Spiegelungen.
Hier machen diese das Bild doch gerade erst interessant
und animieren den Betrachter, genauer hinzusehen.





↑ **Flexibel blitzen**

Abends bei der Party bin ich meist mit zwei entfesselten Blitzen zugange, wovon ich einen gegen die Decke richte, um das Licht möglichst gleichmäßig zu verteilen, und den anderen auf die mir gegenüberliegende Seite einstelle. Ich bin dabei sehr flexibel, weil ich nie Stative benutze, weshalb ich auch innerhalb von wenigen Sekunden mein Setting rasch umbauen kann. Und es fand sich bisher immer ein Platz, an dem ich meine Blitze sicher ablegen konnte.

◀ **Umgebungsbilder zur Erinnerung**

Auch der Blick in die Umgebung lässt sich gut in eine Hochzeitsreportage integrieren. Hier vor der Festlocation ein toller Ausblick während der Blauen Stunde, was die Lichter der Häuser, im Kontrast zu dem vielen Blau, besonders gut wirken lässt.

◀ **Dramatisches Licht erkennen**

Für dieses Bild von der Rede des Onkels habe ich nur das Bühnenlicht verwendet, da es bereits gut ausgerichtet war. Bei der Bildgestaltung habe ich darauf geachtet, seine Person etwas weiter nach links zu setzen, um den Chor im Hintergrund noch einfangen zu können.

KAPITEL 6

WEITERKOMMEN

KAPITEL 6

WEITERKOMMEN

*Selbstverwirklichung und Lernen –
wie Sie Ihren eigenen Weg gehen*

*Wachsen und
Weiterkommen
braucht kein To-do
in Ihrer Jahres-
planung. Es pas-
siert automatisch,
wenn Sie Fehler
machen.*

Ich behaupte: Die meisten Menschen sind an Neuem interessiert. Sie lernen gerne. Insbesondere, wenn es einfach und schnell geht und zudem noch ein bestehendes Problem lösen hilft. Die meiste Zeit (Hand aufs Herz) sind wir doch an Dingen interessiert, die vor allem unser Business nach vorn bringen. Mehr Umsatz, mehr Zeitersparnis, mehr Ansehen sind dabei wohl die drei wichtigsten Faktoren. Wir fokussieren uns also meist auf Problemlösungsweiterbildung statt auf Entwicklung. Da passiert es schnell, dass wir bestehende Ansätze nicht (mehr) hinterfragen, sondern unser Konzept einfach mit zusätzlichen Abläufen erweitern. Das Ende vom Lied kann ein aufgebauschter Workflow mit tausend kleinen Fehlerquellen sein statt ein ganzheitlich neues Konzept.

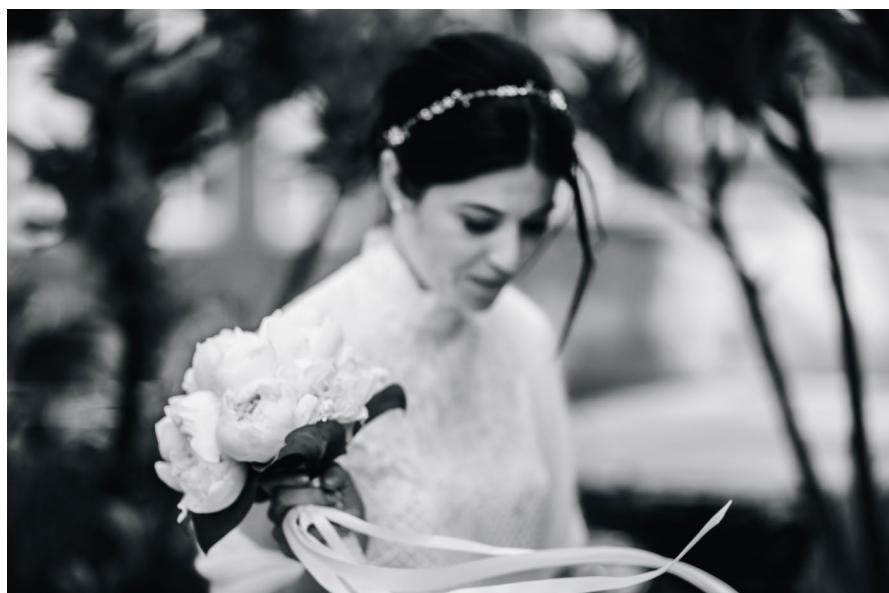
WIE SIE WEITERKOMMEN

- Arbeiten Sie an sich und an Ihrem Produkt.
- Bleiben Sie in Kontakt.
- Wachsen Sie!

Die Voraussetzung für ein wirkliches Vorankommen ist also zunächst ein ehrliches Interesse – das Interesse, die eigenen unternehmerischen Fehler und Schwierigkeiten zu erkennen, und die dazugehörige Bereitschaft, sich damit auseinanderzusetzen. Bitte verdrängen Sie nichts! Die persönliche Entwicklung ist in der Fotografie sehr wichtig. Es war schon immer so, dass der Blick des Fotografen (auf die jeweilige Situation) das Bild besonders macht. Wie Sie auf Hochzeiten blicken, bestimmt Ihr gesamtes Endprodukt und Ihre Markenausrichtung (basierend auf Ihrer Persönlichkeit). Ein stetiges Wachsen auf Basis gegebener Regelungen und Vorschriften ist natürlich obligatorisch. Sie sollten

immer up to date sein, wenn es um (formale) Rahmenbedingungen geht. Hier helfen Kontakte zu den Kollegen oder auch die Zugehörigkeit zu einem Fotografenverbund, bei dem man durch einen Newsletter oder auf regelmäßig stattfindenden Treffen informiert wird.

Viel wichtiger ist es mir jedoch, die persönliche Entwicklung anzusprechen. Dieses Kapitel soll Ihnen (sollten Sie sich selbst auch als »alten Hasen« sehen) helfen, Ihren Blick zu weiten und sich gegebenenfalls zu verändern, Zusammenhänge zu hinterfragen und sich vielleicht sogar neu aufzustellen. Die letzten Treppenstufen auf Ihrem Weg zum Hochzeitsfotografen und gleichzeitig ein nie endender Weg der Entwicklung als Fotograf liegt vor Ihnen, wie es scheint. Gehen wir es an.



◀ Muss totale Schärfe sein?

Diese Hochzeit blieb mir sehr lange und sehr positiv in Erinnerung. Auf ihr konnte ich so viel ausprobieren und lernen und fühlte mich auch als Mensch rundum wohl. Ich habe viel gefühlt und wenig gedacht und mich auf diese Art und Weise einer ganz anderen Bildsprache bedient. Dieses Foto zeigt beispielsweise keine Punktschärfe, und ich liebe es trotzdem.

6.1 Arbeiten Sie an sich und an Ihrem Produkt

Die ersten Jahre in der Hochzeitsfotografie war ich noch händeringend damit beschäftigt, fotografisch zu überleben, technisch saubere Bilder zu liefern und mir meinen persönlichen Weg durch das kaufmännische Chaos zu bahnen, in dem ich mich befand. Es waren die üblichen drei Jahre vonnöten, um mein kleines Unternehmen entsprechend aufzustellen und sicherer im Umgang mit Kunden, Bildmaterial und Abläufen zu werden. Darauf folgte die Zeit der Entwicklung. Nach weiteren Jahren habe ich mich das erste Mal gefragt: Sind die Kunden, die

ich bediene, eigentlich meine Wunschkunden? Und erst danach habe ich mir auch Gedanken darüber gemacht, was ich mit meinen Bildern überhaupt bewirken möchte. Was mir an ihnen wichtig ist, was ich ausdrücken möchte und was ich – neben ein paar schönen Erinnerungen – mit meiner Fotografie eigentlich Großartiges schaffen kann.

Setzen Sie sich gerne früher, aber spätestens nach drei Jahren auch einmal mit Ihrer Art zu fotografieren auseinander. Es wird Ihnen enorm helfen weiterzukommen und mit den Ergebnissen deutlich zufriedener zu sein. Sollten Sie dabei zu der Erkenntnis kommen, Ihre Zielgruppe grundlegend zu ändern, und anschließend in dem neuen Segment weniger Reichweite haben, müssen Sie allerdings aufpassen. Manchmal kann es auch sinnvoll sein, eine bestehende Marke weiterzuführen und eine zusätzliche neue Marke zu generieren und neu aufzubauen. So wechseln Sie Schritt für Schritt in das neue Segment, ohne das bestehende Geschäft zu zerstören.



→ **Was muss scharf sein?**

Auch hier ist es erlaubt zu spielen. Den Schärfpunkt auch einmal etwas außergewöhnlicher zu setzen, kann eine Bildaussage komplett verändern. Dieses Bild handelt offensichtlich nicht vom Hochzeitspaar, sondern von New York, oder doch nicht?

Ihre Art der Fotografie

Die Fotografie ist das A und O Ihres Business, das muss ich Ihnen sicher nicht erklären. Sie funktioniert meist über die abgebildeten Motive. Der Betrachter eines Bildes sieht, was Sie gesehen haben. Mit Bildgestaltung und Lichtführung können Sie den Blicks des Betrachters zwar lenken, aber viel mehr bewirken Sie

natürlich, wenn Sie sich vor Ort unter der Vielzahl an Möglichkeiten für die passenden Motive entscheiden und durch die Wahl dessen, was Sie fotografieren, einen Schwerpunkt setzen. Mit dem Festlegen Ihrer Zielgruppe und auch Ihres Lieblingsarbeitsplatzes definieren Sie zwar ein Stück weit Ihre Rahmenbedingungen, die Art und Weise der Fotografie bestimmen Sie jedoch unabhängig davon. So gibt es aus meiner Sicht zwei Schwerpunkte, die im Hochzeitsbereich vorherrschen: Das ist zum einen die inszenierte Lifestyle-Fotografie und zum anderen eine dokumentarische Fotografie.

Die *dokumentarische* Art der Fotografie ist hauptsächlich davon geprägt, Dinge einfach passieren zu lassen und sie als Beobachter in Bildern festzuhalten. Auch Zusammenhänge in einer Situation werden hier klarer aufgearbeitet als in der inszenierten Fotografie. Je weniger Sie für das Ziel, perfekte Fotos zu schießen, eingreifen, desto mehr wird der Charakter der Hochzeit sichtbar. War die Hochzeit reines Chaos, werden Sie angestrengte Gesichter, brenzlige Situationen und skurrile Momente in der Dokumentation festhalten. War sie entspannt und voll ausgelassener Hochstimmung, wird auch dies in den Bildern sichtbar. In einer dokumentarischen Begleitung sollte wenig geschönt werden, wengleich viele Hochzeitsfotografen diesen Ansatz nicht allzu ernst nehmen. Ihre fotografische Handlung beschränkt sich im dokumentarischen Bereich auf die Wahl des Standortes (zum Bestimmen der Perspektive) und die Wahl des Bildausschnitts (zum Bestimmen der Bildaussage). Damit können Sie Handlungen und Personen wie auch die Umgebung in einen Zusammenhang setzen und das Bildmotiv erschaffen.

Die *inszenierte* Art der Fotografie hingegen verfolgt den Ansatz, dass der Fotograf selbstverantwortlich ein Bild nach seinen Vorstellungen kreiert. Protagonisten einer Hochzeit agieren dabei für den Fotografen wie eine Art Schauspieler. In einem gewissen Rahmen natürlich. Dabei greift er auch mal in Situationen ein, lenkt alle Beteiligten und gibt Vorgaben, wie diese sich zu verhalten haben. Mein Lieblingsbeispiel: das Hochzeitskleid an einen für das Bild spannenden Ort hängen. Dabei bestimmen Sie als Fotograf, ob das Kleid einfach über dem Bett hängt oder beeindruckend in der Mitte des Raumes am Kronleuchter drapiert wird. Sie geben dem Kleid mit der Inszenierung nach Ihren Vorstellungen Dramatik und Bedeutung. Hängt es am Schrank, ist das natürlich ehrlicher, aber weniger beeindruckend. Ihr gestalterischer Spielraum dabei ist riesig.

Hand aufs Herz – wo würden Sie sich fotografisch sehen?

dokumentarisch ←————→ *inszeniert*

Intensität der Bildbearbeitung

Sie können sich nicht nur durch den Inhalt Ihrer Fotos, sondern auch durch den Bildlook (ganz sicher haben Sie bereits von den sogenannten *Presets* gehört) von anderen unterscheiden. Das kann so weit gehen, dass Sie anhand Ihres Looks (warme Brauntöne, helle und pastellige Farbtöne oder natürliche, starke Farben) sogar mit einem ganz klaren Wiedererkennungswert einer aktuellen Strömung in der Hochzeitsfotografie zugeordnet werden. Auch die Intensität der Retusche gehört zur Bildbearbeitung dazu.

→ Mit und ohne Bildlook

Ich gebe zu, mein Bildlook ist nicht sehr stark ausgeprägt. Ich schraube kaum an den Farben und versuche diese lediglich ein wenig zu intensivieren. Das obere Bild habe ich grundüberarbeitet, allerdings ohne eine Anpassung des Bildlooks vorzunehmen. Das untere Bild zeigt, wie sich Farbigkeiten, Lichter und Tiefen durch einen Bildlook in ihrer Wirkung entsprechend verändern. Um dem Paar einen möglichst realistischen Eindruck von seiner Hochzeit zu geben, hatte ich mich für diesen dezenten Look entschieden.



Wie bei der Art der Fotografie gibt es auch bei der Bildbearbeitung wieder voneinander unabhängige Möglichkeiten. Auch wenn Sie dokumentarisch unterwegs sein möchten (und damit kaum in die Situation eingreifen), ist eine starke Retusche oder Veränderung der Farben erlaubt. Dies funktioniert auch andersherum: Sie können stark inszenieren und dabei dennoch kaum Retuschearbeiten anbieten.

Was meinen Sie, wie stark möchten Sie Ihre Bilder mithilfe von nachträglicher Retusche optimieren?

zurückhaltend ← → *stark*

Nicht nur die Art, wie Sie die Hochzeit erleben, und die Rolle, die Sie als Fotograf darin einnehmen (deutlich aktiv oder eher passiv im Hintergrund wirkend), auch die Art, wie Sie Licht, Schärfe und den Bildaufbau wählen, charakterisiert Ihre Bildsprache.

Ich möchte deshalb ein Experiment mit Ihnen machen. Schnappen Sie sich einmal Ihre drei aktuellen Lieblingsbilder. Die müssen gar nicht von Ihnen gemacht sein, sondern können auch von einer anderen Fotografin oder einem anderen Fotografen stammen. Anhand dieser Bilder werden wir einmal analysieren und einzuschätzen versuchen, was Sie priorisieren und was Sie im Detail fasziniert. Diese Eigenschaften können Sie dann in Zukunft in Ihrem persönlichen Bildstil besonders verankern und herausarbeiten und damit Stück für Stück Ihren individuellen Look konzipieren.

Lichtführung im Bild | Licht kann eher flächig eingesetzt werden (überall ungefähr gleich hell) oder auch partiell (eine Stelle sehr hell und der Rest eher dunkel). Mit dieser Lichtführung, das heißt, inwieweit Sie das Bild von Licht durchfluten lassen oder es eher partiell beleuchten, gestalten Sie es und vermitteln damit ein bestimmtes Gefühl und eine konkrete Wirkung:

Wie sind die hellen Bereiche in den Bildern verteilt?

Bild 1: *gleichmäßig* *partiell*

Bild 2: *gleichmäßig* *partiell*

Bild 3: *gleichmäßig* *partiell*



↑ Partielles (oder auch direktes) Licht vs. gleichmäßiges (indirektes) Licht

Nur einen halben Meter voneinander entfernt, ergaben sich zwei völlig unterschiedliche Lichtstimmungen. Stellen Sie Paare oder Einzelpersonen in den Schatten, erhalten Sie meist ein recht gleichmäßig verteiles Licht, das der Haut schmeichelt, aber auch keine starken Kontraste aufweist oder Schwerpunkte setzt. Ganz anders bei direktem, partiellem Licht: Es hebt durch die Helligkeitsunterschiede einzelne Bereiche hervor und verlagert andere in den Hintergrund.

Schärfeverteilung im Bild | Bildschärfe, aber auch bewusst eingesetzte Unschärfe kann den Hintergrund erkennbar machen oder aber ausblenden (bzw. verschwimmen lassen). Auch hier wird der Blick des Betrachters von Ihnen gelenkt. Schauen Sie sich Ihre Beispielbilder an, welche Charakteristika sind (unabhängig von der eingesetzten Brennweite) typisch dafür?

Wie erkennbar ist der Unterschied zwischen Vorder- und Hintergrund in Ihrem Lieblingsbild?

Bild 1: *scharf (Vorder- und Hintergrund scheinen ähnlich scharf)*

unscharf (Vorder- und Hintergrund weisen eine unterschiedliche Schärfe auf)

Bild 2: *scharf (Vorder- und Hintergrund scheinen ähnlich scharf)*

unscharf (Vorder- und Hintergrund weisen eine unterschiedliche Schärfe auf)

Bild 3: *scharf (Vorder- und Hintergrund scheinen ähnlich scharf)*

unscharf (Vorder- und Hintergrund weisen eine unterschiedliche Schärfe auf)

Bildaufbau und Gestaltung | Zu guter Letzt sollten Sie sich unbedingt auch den Bildaufbau Ihrer Lieblingsbilder ansehen.

Sind die Fotografien eher minimalistisch gestaltet mit viel Freiraum beispielsweise um das Paar herum, oder sind sie eher etwas detailreicher und »näher dran« (wenn auch vielleicht unschärfer)?

Bild 1: *viel Freiraum* *formatfüllend*

Bild 2: *viel Freiraum* *formatfüllend*

Bild 3: *viel Freiraum* *formatfüllend*

Wie ist die Linienführung in den Bildern? Eher klar und ordentlich oder gerne auch etwas wilder?

Bild 1: *klar* *wild*

Bild 2: *klar* *wild*

Bild 3: *klar* *wild*

Die intensive Auseinandersetzung mit diesen Bildern kann Ihnen helfen, herauszufinden, was Ihnen an diesen Bildern gefällt. Sich dessen bewusst zu sein, hilft anschließend, Ihre eigenen Bilder mit anderen Augen zu sehen. Nehmen Sie sich also diese Erkenntnisse gerne zur Hand und versuchen Sie auf dieser Basis beim nächsten Fototermin etwas Neues umzusetzen. Hat Ihnen beispiels-

weise bei einem Ihrer Lieblingsbilder gefallen, dass Vorder- und Hintergrund ähnlich scharf waren, achten Sie bei Ihren nächsten Bildern ebenfalls darauf, die Ebenen gleich scharf zu fotografieren.

→ Gleiche Situation,
unterschiedliche Sicht-
weisen

*Hier haben ein Fotokol-
lege und ich gleichzeitig
fotografiert. Aus der
gleichen Blickrichtung,
jedoch mit unter-
schiedlichen Kameramodellen
und Brennweiten. Der
Look ist der Gleiche.*



GUTE UND SCHLECHTE INSPIRATION

Sie sollten auch durchaus mit Ihren Freunden und Fotografenkollegen über die Wirkung Ihrer eigenen und der fremder Bilder diskutieren. Die Auseinandersetzung mit Fotografie erfolgt hauptsächlich über Fotografie und sollte weniger Businessaspekte zum Inhalt haben. Viel zu oft treffen sich Kollegen zum Fotografen-Stammtisch und debattieren dort über die neueste Kameratechnik, lassen aber den Inhalt ihrer Bilder außen vor. Tauschen Sie sich auch über die Bilder aus!

Über soziale Medien und durch das Vernetzen mit anderen Kollegen werden Sie auch Arbeiten sehen, ohne dass Sie etwas über die Hintergründe der Entstehung lernen. Das kann ganz schön demotivieren, denn jeder zeigt gerne seine besten Arbeiten, spricht aber selten darüber, was schiefgelaufen ist. Zudem kann es passieren, dass Sie unbewusst beeinflusst werden. Schnell ist eine Bildidee kopiert oder nachgeahmt. Das kann zu einer Art Gruppendynamik führen, und plötzlich sieht man überall die gleichen Bilder (die zudem nicht zeitlos sind, sondern deren Effekt ganz klar einer gewissen »Mode« zugeordnet werden kann).

Steuern Sie deshalb Ihren Social-Media-Konsum bewusst, und schalten Sie auch mal ab, wenn Sie merken, dass Ihr Bauchgefühl Sie beim Betrachten der vielen tollen Bilder Ihrer Kollegen mehr blockiert, als dass es Sie motiviert. Folgen Sie Plattformen von Fotografen, die nichts mit Hochzeiten zu tun haben, um dem bekannten »Auf der anderen Seite ist das Gras viel grüner«-Effekt zu entfliehen und neue kreative Impulse und Inspiration zu erfahren. Das kann unglaublich wertvoll sein, um Ihre Bildsprache weiterzuentwickeln, denn es werden auf diese Weise spannende gestalterische Aspekte in Ihren Bildstil einfließen, von deren Existenz die Kollegen unter Umständen noch gar nichts wussten.

▼ Unterschiede in der Inszenierung

Schuhe können auf unterschiedliche Weise drapiert werden. Bei dem linken Bild habe ich mir, inspiriert von der Umgebung eines historischen Schlosses, ganz besondere Mühe gegeben, die Schuhe auch in einem verträumt wirkenden, romantischen Ambiente darzustellen. Das rechte Bild ist das Pendant dazu – mit klaren Linien und einem etwas anderen Licht.



Fotoequipment und weitere Ausrüstung

Seien Sie ruhig ehrlich, Sie dachten, das Thema Technik würde in diesem Buch nicht behandelt werden. Ich kann Sie allerdings beruhigen. Auch wenn ich persönlich keinen übersteigerten Wert auf die Technik lege (sie muss funktionieren und mich unterstützen), ist es natürlich von großem Nutzen, ein breites Spektrum an Basiswissen zu haben. Denn Brennweite (Objektiv) und Bildsensor bestimmen mit den jeweiligen Einstellungen, die Sie wählen (Blende und Belichtungszeit), Ihren Bildlook und damit Ihre Bildsprache. Es ist also durchaus sinnvoll, unterschiedliches Equipment auszuprobieren und sich so ein Urteil über die Möglichkeiten zu bilden. Sie wissen ja bereits: Alles hängt miteinander zusammen. Denken Sie nur bitte immer daran, dieses Equipment unter Umständen gebraucht zu kaufen bzw. im Falle des Nichtgebrauchs wieder zu verkaufen, um Ihrem Budgetplan nicht unnötig zu schaden. Kümmern wir uns also um den Inhalt Ihrer Fototasche ...



↑ Mutig sein und Geplantes umsetzen

Wie zeigt man eine besonders schnelle Bewegung im Bild? Natürlich durch eine lange Belichtungszeit, die Bewegungen verschwimmen lässt. Das wollte ich auch endlich mal beim Brautstraß-Wurf umsetzen und stellte meine Kamera auf eine Belichtungszeit von 1/100s – so konnte ich die Situation gerade noch aus der Hand fotografieren – und die Serienbildfunktion half mir, den richtigen Moment zu erwischen. Aber Achtung: Dazu gehört auch eine Menge Glück, denn hätte sich die Braut auch noch stark mitbewegt, hätte es vermutlich nicht so gut geklappt. Deshalb hatte ich der Braut zuvor auch geraten, besonders schnell und stark zu werfen. Voilà!



Sie haben sich bereits Gedanken über Ihren Lieblingsarbeitsplatz und Ihre Lieblingshochzeiten gemacht. Daraus resultiert auch das passende Equipment. Liegt Ihr Schwerpunkt beispielsweise auf Auslandshochzeiten, die Sie eher auf dokumentarische Weise fotografieren möchten, werden Sie höchstwahrscheinlich kaum künstliches Licht (in Form von Blitzen) verwenden und Ihr Equipment zudem so leicht (wenig Gewicht) und reduziert (wenig Objektive) wie möglich halten wollen. Damit erleichtern Sie sich das Reisen (weniger Gepäck = weniger Kosten und Schlepperei) und sind auf einer Hochzeit mental »im Moment«, da Sie nicht von zu viel Equipment und dem Hantieren damit abgelenkt werden. Ist es Ihnen besonders wichtig, technisch perfekte Bilder abzuliefern und dabei eine riesige Bandbreite an Objektivmöglichkeiten zu haben, sollten Sie sich an einer technisch hervorragend arbeitenden Kamera und einem Kamerahersteller mit einer großen Objektivauswahl orientieren. Ist Ihnen die Ausfallsicherheit den Paaren gegenüber am wichtigsten, kann der (Kunden-)Service Ihres Kameraherstellers aber genauso ausschlaggebend sein oder vielleicht auch die Option eines zweiten Kartenslots an Ihrer Kamera.

↑ Pure Emotion

Wenn sich das Paar und die Gäste auf einer Hochzeit so wohl fühlen können, dass sie die Kamera völlig ausblenden, entstehen natürlich die besten Bilder. Hier nutzte ich das Licht der Band als Gegenlicht und hielt diesen emotionalen Moment ohne weitere Lichtquellen im Bild fest. Ich könnte schwören, die beiden sangen gerade ihr Lieblingslied.

Setzen Sie hier Schwerpunkte mithilfe von aufsteigenden Zahlen. Nummerieren Sie die folgenden Aussagen in entsprechender Reihenfolge: Was soll Ihre Kamera leisten können?

- *Flexibilität (große Auswahlmöglichkeit unter vielen verschiedenen Objektiven)*
- *technische Perfektion (Sensorgröße, Autofokus)*
- *garantierte Ausfallsicherheit über den Service des Herstellers (Professional Service)*
- *Bedienbarkeit (einfache Menüführung, liegt gut in der Hand)*
- _____
- _____
- _____

Haben Sie für sich eine Reihenfolge festgelegt, können Sie die unterschiedlichen Eigenschaften der einzelnen Kameras verschiedener Hersteller viel besser miteinander vergleichen und lassen sich nicht unnötig von der Begeisterung Ihrer Kollegen beeinflussen – denn was für diese gut ist, muss für Sie nicht unbedingt zwingend notwendig sein. Es muss dabei auch nicht immer das neueste Kameramodell sein. Gerade am Anfang können Sie aus Budgetgründen ganz bewusst auch ein semiprofessionelles Modell oder ein älteres oder sogar ein gebrauchtes Modell wählen. Achten Sie dabei aber auf die Anzahl der Auslösungen. Sie geben Ihnen einen Anhaltspunkt darüber, wie viele »Kilometer« Ihre Kamera schon »auf dem Tacho« hat. Wie bei einem Auto erhöht sich nach einer »höheren Laufleistung« die Wahrscheinlichkeit, dass es zu Ausfällen kommt und die Kamera repariert werden muss. Der Verschluss ist hierbei der anfälligste und empfindlichste Teil des Geräts. Und auch mit der teuerste Teil.

Haben Sie sich für eine Kamera entschieden, werden Sie sicherlich auch Freude daran haben, sich immer wieder neue Objektive zu kaufen. Mein Tipp: Mieten Sie Objektive. Dann können Sie sie direkt testen, bevor Sie sie kaufen. Oder, noch besser, Sie kaufen sie ohnehin nicht, wenn Sie sie nicht brauchen, und müssen sie daher in der Folge auch nicht in der Kameratasche mitschleppen oder zu Hause verstauben lassen. Sie werden sich ohnehin irgendwann in eine Linse verlieben und nur noch diese eine nutzen. Das genau wird ja Ihren Stil ausmachen.

→ **Weit- und Superweitwinkel – Brennweiten von 12 mm bis 35 mm**

Nicht jedes Paar heiratet in einer großen Kirche mit einer ausladenden Architektur oder direkt unter freiem Himmel. Auch kleine Standesämter oder enge Hotelzimmer können zu Ihrem Arbeitsplatz werden und es Ihnen erschweren, eine komplette Übersicht zu fotografieren.

Ein Superweitwinkel bildet einen sehr weit gefassten Bereich ab. Kleine Hotelzimmer werden dann plötzlich ganz geräumig. Aber Achtung: Diese Objektive verzerren das Abgebildete auch. Damit fotografiert, werden Objekte am Bildrand ungewöhnlich breit.

→ **Normalbrennweite und Porträtobjektive – Brennweiten rund um 50 mm**

Für einfache Porträtaufnahmen, egal, ob zu zweit oder auch allein, ist die sogenannte *Normalbrennweite* von 50 mm keine schlechte Wahl. Normalbrennweite deshalb, weil sie in etwa dem Sehwinkel des menschlichen Auges entspricht und damit einen recht natürlichen Blick auf die jeweilig abgebildete Situation ermöglicht. Auch für Gruppenbildaufnahmen kleinerer Konstellationen kann diese Brennweite sinnvoll sein, denn sie zeigt mit einem Bildausschnitt bis zur Hüfte meist etwas mehr als nur die Gesichter.

Normalbrennweiten sind für den Porträtbereich super geeignet. Das klassische 50 mm mit Anfangsblende f1,4 oder f1,8 gehört übrigens zum absoluten Standard-Equipment eines jeden Fotografen und ist zudem eine sehr günstige und dennoch qualitativ gute Linse.

→ **Teleobjektive – Brennweiten ab 85 mm**

Für das ungestörte Fotografieren »aus dem Off« im Hintergrund oder auch für das eine oder andere Kopfporträt beim Sektempfang eignen sich Teleobjektive ab einer Brennweite von 85 mm besonders gut. Natürlich isoliert diese Brennweite auch das, was im unmittelbaren Umfeld (rechts und links davon) passiert. Es wird »abgeschnitten« und ist nicht mehr Teil des Bildes, was in Verbindung mit einer kleinen Anfangsblende (maximal f2,8) dafür sorgt, dass der Hintergrund so schön verschwimmt (was die meisten ganz großartig finden). Brennweiten dieses Kalibers gehen eher ins Detail.

→ **Spezialobjektive – Tilt-Shift-Objektive, Makroobjektive und mehr**

Nicht selten werden im Hochzeitsbereich Spezialobjektive aus anderen Genres zweckentfremdet und für Effektbilder verwendet.

So ist das Makroobjektiv sicherlich *die* Lösung für schöne Ringaufnahmen oder die beeindruckend langen Wimpern der Braut beim Ankleiden. Hier können Sie dank der geringen Naheinstellungsgrenze das Motiv besonders detailliert abbilden. Das Tilt-Shift-Objektiv, das üblicherweise für verzerrungsarme Architekturaufnahmen verwendet wird, gehört mittlerweile zum effektvollen Must-have einiger künstlerisch ausgerichteter Hochzeitsfotografen der Branche. Hier wird die Schärfeebe im Bild entgegen dem üblichen Empfinden quer übers Bild geführt. Zum Beispiel von links oben nach rechts unten statt von vorn nach hinten. So ist nicht mehr einfach nur der Hintergrund unscharf, sondern auch der Kopf und die Beine eines Paares sind unscharf, während der Bauchbereich scharf bleibt.

Effektobjektive können Spaß machen und Aufmerksamkeit erregen. Nutzen Sie diese aber nur spärlich und nicht zu oft. Schließlich haben Sie es bei den meisten Paaren mit Amateuren zu tun, die diesen Effekt vielleicht gar nicht nachvollziehen können oder ihn nicht wünschen. Überlegen Sie sich zudem, was Sie in einigen Jahren über diesen Effekt denken werden.

→ Verschiedene

Brennweiten

Die Nutzung unterschiedlicher Brennweiten beeinflusst nicht nur die Bildwirkung, sondern auch die Interaktion und Intimität des Paares. Hier stand ich in etwa acht Meter Entfernung zum Paar und nutzte das 24–70-mm-Objektiv mit Blende f2,8 auf 24-mm-Vollformat (Nikon Df). So konnten die beiden mich als Fotografin ganz und gar ausblenden. Mit der Zweitkamera (mit 70–200-mm-Objektiv und Offenblende f2,8) hätte ich auch noch näher ranzoomen können. Die Rahmen im Bild simulieren übrigens die Bildschnitte auf 50 mm, 85 mm, 135 mm und 200 mm.



Nun gibt es bei der Wahl der Objektive nicht nur die Brennweite, sondern auch die sogenannte *Anfangsblende* oder *Offenblende*. Gerade auf Hochzeiten, die Ihnen von ihrer Abfolge her kaum Zeit lassen, künstliches Licht zu setzen, werden Sie mit sehr kleinen Anfangsblenden wie f1,4, f1,8 oder f2,8 am besten fahren.

Die Blendenwahl bestimmt nicht nur die Menge des Lichts, die auf den Sensor trifft, sondern auch den (Un-)Schärfebereich im Bild. Eine besonders kleine (offene) Blende bedeutet einen großen Unschärfebereich. Eine besonders große (geschlossene) Blendenzahl sorgt für viel durchgehende Schärfe. (An die Technikprofis: Bitte nicht meckern, natürlich gibt es noch andere Punkte, die zur Unschärfe beitragen, ich möchte mich jedoch zum besseren Verständnis zunächst einmal möglichst einfach ausdrücken!).



← Mit künstlichem Licht nachhelfen
Nicht immer finden Sie vor Ort schönes Licht vor. Wird zudem, wie hier, die Hochzeitstorte fotografiert, bietet es sich immer an, auf das farbneutrale Licht eines Blitzes zurückzugreifen. Ich habe daher bewusst mehrere Aufsteckblitze an verschiedenen Stellen platziert und via Funk ausgelöst. So wirkt das Bild zwar völlig anders als es die Gäste in der Realität wahrgenommen haben, macht aber ordentlich Eindruck und sieht zudem noch verführerisch lecker aus.

Soweit möglich, ziehen Sie für Ihre Entscheidung bezüglich des Fotoequipments nochmals Ihre drei Lieblingsbilder zurate, und analysieren Sie sie:

Wie eng oder weit ist der Sichtweitenbereich und damit die Zoomstufe der Bilder?

ehler weit gefasst ← → *sehr eng gefasst*

Wie groß ist der Schärfebereich des Bildes?

sehr gering ← → *sehr groß*

Arbeiten die Bilder mit technischen Effekten? Wenn ja, mit welchen?

- aufßergewöhnliche Schärfeverteilung (Tilt-Shift-Objektive)*
- kleine Objekte werden bildfüllend abgebildet (Makroobjektiv)*
- die Bilder sind rundlich verzerrt (Fish-Eye-Objektive)*

- _____
- _____
- _____

Und nun? Orientieren Sie sich an Ihren Lieblingsbildern, aber probieren Sie auch mal etwas Neues aus. Kombinieren Sie vielleicht einmal Eigenschaften, die Sie so noch nirgendwo kombiniert gesehen haben. Haben Sie bislang Ihre Porträts immer mit der klassischen Porträtbrennweite von 50 mm gemacht, können Sie nun auch einfach mal ein 24-mm-Objektiv verwenden und besonders nah rangeln, um das Gesicht der Braut formatfüllend abzubilden. Oder Sie nutzen das Objektiv für reportageartige Aufnahmen der Dekoration und fotografieren direkt aus ihrem Blickwinkel. Probieren Sie sich aus! Und viel Erfolg dabei!



↑ **Geschlossene Augen als Ausdruck der Nervosität**

Ihre Protagonisten dürfen ihre Augen auf einem Bild auch durchaus einmal geschlossen haben. Es gibt kein »richtiges« und auch kein »falsches« Bild. Fotografie drückt aus, was Sie (und Ihre Protagonisten) in diesem Moment gefühlt haben. Hier spürte ich vor allem etwas Aufregung, so kurz vor der Trauung. Die Hand des Schwiegervaters, der als einziger noch im Raum war, auf der Schulter des Bräutigams zeigte mir Zuversicht. Es war ein kurzer Moment des Innehaftens im Gedenken an die Menschen, die an der Hochzeit nicht teilhaben konnten.

Troubleshooting – die häufigsten Fehler

Nun ist es in der Selbstständigkeit zwar so, dass Sie alles selbst entscheiden dürfen (und auch müssen) und daher flexibel und schnell agieren können. Allerdings müssen Sie auch selbst für Ihre Fehler geradestehen, die Verantwortung für Ihr Tun übernehmen und auch Kritik aushalten können. Das kann anstrengend sein. Vor allem dann, wenn es darum geht, Fehler richtig einzuordnen und daraus zu lernen.

Dabei sollte ich wohl zunächst den Begriff *Fehler* definieren, um meine Ausführungen zu präzisieren. Schlussendlich bedeutet ein Fehler nichts anderes, als dass Ihre Vorstellung und die des Paares nicht deckungsgleich waren und es aufgrund eines Missverständnisses zur Enttäuschung kam – entweder nur auf einer der beiden oder aber auf beiden Seiten. Das gilt es natürlich zu vermeiden oder, wenn es zu einem Missverständnis gekommen sein sollte, entsprechend auszugleichen. Sollten Sie also zu Beginn Ihrer Laufbahn etliche Fehler gemacht haben, sollten Sie sich dennoch nicht allzu sehr schämen. Eine klare Marketingregel besagt nämlich: Wird die Gesamtsituation (in unserem Fall der Verlauf des Hochzeitstages) vom Kunden positiv empfunden, ist der Weg dorthin – mag er noch so holprig und voll von Fehlern gewesen sein – nicht wirklich wichtig. Das Ergebnis zählt.

Immer wieder tauchen in Onlineforen die gleichen Fragen zu immer wiederkehrenden Missverständnissen auf. Beispielsweise die Freundschaftsdienste-Falle: Nicht selten tappt man nach den ersten zehn oder fünfzehn Hochzeiten direkt dort hinein, wenn man gerade im Begriff ist, Routine zu entwickeln und aktiv Hochzeiten zu akquirieren. Das Portfolio ist entsprechend optimiert, und die Erwartungen an eine angemessene Honorierung steigen. Und Freundschaftsdienste beinhalten meistens genau das: hohe Erwartungen – allerdings gegen eine geringe Honorierung. Hier sollten Sie aufpassen! Das Missverständnispotenzial erweitert sich entsprechend, wenn das Paar viele spezielle Wünsche hat, Ihnen dafür aber nur ein geringes Honorar in Aussicht stellt. Sie fühlen sich hier vielleicht schnell ausgenutzt und entwickeln zwangsläufig Frustgefühle.

Für mich gibt es deshalb nur noch zwei Arten von Hochzeiten: die im angemessenen, offiziellen Rahmen honorierten, auf denen ich als professionelle Dienstleisterin fungiere, und die »geschenkten« Hochzeiten, auf denen ich nach eigenem Ermessen fotografiere und an den Feierlichkeiten persönlich teilhaben darf. Hier kann ich dann auch mal etwas Neues probieren oder etwas gänzlich anderes machen. Einem Geschenk steht nämlich (in der Regel) keine Erwartung gegenüber, und es wird so »überreicht«, wie es die schenkende Person geplant hat und gutheißt. Hat das Paar jedoch ganz spezielle Vorstellungen, sollte es auch für eine professionelle Dienstleistung bezahlen.

Es passiert auch immer wieder, dass versäumt wird, eine Anzahlung zu verlangen oder einen Vertrag zu schließen. Viele Fotografen gehen direkt in Vorleistung und liefern auch komplette Bilderserien in voller Auflösung, ohne auch nur einen Cent ihres Honorars bekommen zu haben. Nicht jedes Paar ist immer zu 100% glücklich mit dem Ergebnis. Das muss gar nicht zwangsläufig an Ihrer Arbeit liegen. So kann es passieren, dass Zahlungen ausbleiben oder der Preis nach getaner Arbeit neu verhandelt wird. In vielen Fällen passiert das aus einer gewissen Emotionalität heraus, und es folgt unter Umständen ein großes Drama – eine sehr unerfreuliche Situation. Seit mir das einmal passiert ist, bleibe ich konsequent. Keine Bilder ohne eine Zahlung. Bisher hat jedes meiner Paare das problemlos akzeptiert.

Haben Sie keine Angst, Fehler zu machen. Aber lernen Sie auch aus ihnen! Selbst wenn Sie bereits, wie oben beschrieben, zuhauft Fehler gemacht haben sollten, wird Ihnen die Lehre, die Sie daraus für sich ziehen, niemand nehmen können. Eine schlecht gestaltete Anzeige oder ein Tippfehler auf der Website sorgt nicht wirklich für dauerhaften Schaden. Allenfalls könnte jemand bemerken, dass Sie nicht perfekt sind. Schlimmer ist jedoch ein unpassender Umgang mit Fehlern, sei es, dass Sie sich für Fehler nicht entschuldigen oder nicht bereit sind, diese zu beheben. So etwas wirkt sich deutlich negativer auf Ihr Image aus.

→ Zufallsbilder

und Geduld

Nicht immer läuft alles reibungslos. Hier war ich nicht vor dem Paar aus dem Standesamt raus, sondern musste hinter ihnen hergehen. Es gab keinen Weg vorbei – ich hätte die Situation gestört. Die Lösung: Ich wartete ich auf den Moment, in dem die beiden sich umdrehten und machte dann mein Bild. Haben Sie immer etwas Geduld, wenn Sie die Situation nicht ändern können.



Wie in Bezug auf unternehmerische Fehler sollten Sie sich auch hier von der Vorstellung frei machen, Sie könnten bei Ihrem Tun jeglichen Fauxpas vermeiden. Fehler passieren – ganz nach dem Motto: »Wo gehobelt wird, da fallen Späne«. Seien Sie deshalb bitte keinesfalls zu hart mit sich selbst. Rechnen Sie immer damit, dass auch mal etwas schiefgehen kann (und wird), und versuchen Sie in der jeweiligen Situation, das Beste daraus zu machen.



← Perspektivenwechsel
Der Blick aus einer anderen Richtung kann selbst ein eher banales Dekorationsbild ziemlich spannend machen. Wenn Sie die Zeit dazu haben und der Ablauf der Hochzeit es zulässt, experimentieren Sie!

6.2 Bleiben Sie in Kontakt

Unser individuelles Umfeld beeinflusst nicht nur unsere Sicht auf die Welt (positiv oder negativ), sondern auch unser Handeln und unsere Motivation. Sie haben vielleicht schon mal gehört, dass man selbst in etwa dem Querschnitt aus den fünf engsten Freunden entspricht, mit denen man tagtäglich Kontakt hat. Sind diese besonders aktiv und unternehmen viel, werden mit großer Wahrscheinlichkeit auch Sie sich mobilisieren und viel agieren. Gerade in der Selbstständigkeit kann das den Flow Ihres kleinen Unternehmens stark beeinflussen. Umgeben Sie sich jedoch häufig mit Miesepetern, die ständig über ihre Kundenschaft schimpfen und viel Zeit für sie aufwenden, werden auch Sie irgendwann

Ihren Blick in diese Richtung verändern und sich unnötig verzetteln. Wie sollen Sie denn da überhaupt vorwärtskommen?

Achten Sie auf Ihr Umfeld. Es beeinflusst Ihr Handeln und Ihre Sichtweise. Mit den richtigen Leuten an Ihrer Seite empfinden Sie auch keinen Neid oder Missgunst untereinander. Sollte bei Ihnen etwas einmal nicht so gut laufen, kann Ihnen Ihr Umfeld helfen, den Fehler zu finden und für die Zukunft zu eliminieren. Aufrichtige, wertschätzende Unterstützung im Alltag eines Einzelkämpfers kann nie verkehrt sein. Ziehen Sie also los, und suchen Sie sich Fotofreunde!

→ **Farbenspiel erkennen**
Nicht nur die Bildgestaltung und Aufteilung eines Bildes kann begeistern, die dazugehörigen Farbenspiele werden von Fotografen ebenfalls oft genutzt, um Aufmerksamkeit zu erregen. Hier war ganz klar das rote Kleid im Fokus, und ich habe nur darauf gewartet, dass das Paar diesen Weg um die Autos herum nimmt. Im richtigen Moment habe ich dann abgedrückt.



Netzwerken und Freunde finden

Im Hochzeitsbereich, in dem das Thema Liebe im Mittelpunkt steht, werden Sie sicher genug Möglichkeiten zum Netzwerken und Austauschen finden, und es herrscht in der Regel ein sehr freundlicher Umgangston untereinander. Wie außerhalb der Fotobranche ist es aber auch hier mit ein wenig Arbeit und Zeit verbunden, die Menschen zu finden, mit denen man harmoniert. Sogenannte *Wedding Meetups* sind die aktuell gängigste Form – Treffen von Dienstleistern rund um das Thema Hochzeit, mit dem Ziel, sein Netzwerk zu erweitern und sich auszutauschen. Online-Facebook-Gruppen können ebenfalls helfen, einen ersten Eindruck von der Branche zu bekommen. WhatsApp-Gruppen bilden sich auch über Instagram recht schnell. Schauen Sie einmal im Facebook-Such-

feld nach »Wedding Meetup« sowie »die nächstgrößere Stadt«, oder klicken Sie sich durch die passenden Hashtags wie *#hochzeitsfotograf*, und folgen und kommentieren Sie fleißig.

Aber auch internationale Gemeinschaften wie die *Fearless Photographers*, *LOOKSLIKEFILM (wedding)* oder die *Beloved (wedding) Stories* (eigentlich eine deutschsprachige Gruppe) bieten Ihnen zudem eine breite internationale (Online-)Community, die sich auch im echten Leben immer mal wieder trifft und untereinander austauscht. Internationale Fotografenkonferenzen oder verschiedene (internationale) Workshops von Fotografen bieten ebenfalls Raum für die Erweiterung Ihres Netzwerks. Selbst auf einer Hochzeit, wenn Sie am Tisch der Band oder zusammen mit dem DJ an der Bar sitzen, können Sie Kontakte knüpfen und vielleicht sogar Freunde finden. Wichtig dabei ist jedoch, dass Sie sich darüber im Klaren sind, was Sie gerne möchten und was für Sie essenziell ist.

Was ist Ihnen im Umgang mit anderen wichtig?

- aufrichtiger Austausch und Kritikfähigkeit*
- gegenseitige (positive) Unterstützung*
- Wissensaustausch (beispielsweise über Technik)*
- gemeinsame Projekte, Blick über den Tellerrand wagen*
- auch mal schimpfen dürfen und Stress abbauen können*
- Gemeinschaftsgefühl (»Wir gegen den Rest der Welt«)*

Die unterschiedlichen Kriterien aus den verschiedenen Kapiteln helfen Ihnen übrigens ebenso bei der Wahl der idealen Networking-Maßnahme. Sind Sie und Ihre Zielgruppe hauptsächlich offline unterwegs, ist es sinnvoll, sich auch mit Kollegen vor Ort zu treffen und Kontakte vielleicht auf einem Meetup zu knüpfen. Dies würde dann gut in Ihr Gesamtkonzept passen. Sind Sie dagegen eher online unterwegs und arbeiten häufig mit Chat-Funktionen, werden Sie Freunde und Unterstützung sicherlich in Onlineforen oder Online-Communitys finden.

Wo finden Sie Gleichgesinnte?

- online (Foren, Social Media und im Austausch)*
- offline (bei Meetups oder auf Veranstaltungen)*

Seminare und Workshops

Was im persönlichen Austausch untereinander eher wie nebenbei funktioniert, wird bei Seminaren und Workshops zum Dreh- und Angelpunkt: das Wissen. Konferenzen und Messen bieten zunächst einer sehr großen Anzahl an Fotografen die Möglichkeit, ihr Wissen zu erweitern. Eine große Auswahl mit einer Vielzahl unterschiedlicher Vorträge (beispielsweise über Onlinemarketing genauso wie auch über Bildgestaltung) ist auf solchen Veranstaltungen meist zuhauf zu finden. Auch fachfremde Genres, die als erweiterte (Up-Selling-)Angebote in der Hochzeitsfotografie funktionieren (beispielsweise Boudoir-Fotografie), sind vertreten und werden diskutiert.

Die wohl bekanntesten Konferenzen im europäischen Raum sind *Way Up North* und die *Fearless Conference*. Aber auch die jährlich stattfindende *WPPI* in Las Vegas findet immer wieder großes Interesse bei Besuchern aus dem europäischen Raum. Im nationalen Bereich sind der Besuch der *Photokina* und der dazugehörigen *Wedding Zone* ebenso sinnvoll.

Spannend ist dabei übrigens, die Bewegung der letzten Jahre zu erkennen. Gerade die Konferenz von *Way Up North*, die bislang eine Vor-Ort-Konferenz war, überträgt nun für einen Unkostenbetrag die Vorträge live, und man erhält zudem für den späteren Zugriff auf die Inhalte eine Offlineversion dazu. Das macht es noch leichter, sich Wissen anzueignen sowie die Erfahrungen und Eindrücke anderer kennenzulernen und für sich umzusetzen.

→ Way Up North

Jedes Jahr woanders, jedes Jahr mit beeindruckendem Line-up und toller Stimmung. *WUN* (kurz für *Way Up North*) ist ein Mix aus Vorträgen, Netzwerktreffen und einer kleinen Messe, bei der ebenfalls namhafte Albenanbieter und Kamerahersteller vor Ort sind. Das Konzept ist kompakt, und die Partys sind legendär. Der Vorverkauf für Tickets startet meist früh, und vielfach sind die Tickets schnell vergriffen.



Kleinere und mittelgroße Workshops sind ebenfalls eine schöne Möglichkeit, um sich weiterzubilden. Sie stehen meist in direktem Zusammenhang mit erworbenem Praxiswissen, denn wie der Name es schon zum Ausdruck bringt: auf Workshops wird gearbeitet. Sind auf Konferenzen häufig rund 300 bis 800 Besucher vertreten, werden Workshops deutlich kleiner, etwa mit rund 50 Besuchern, konzipiert. Hier wird nicht nur die Theorie (von einer Bühne aus) gelehrt, sondern es wird vor allem auch gemeinsam fotografiert. Manche Workshops finden zudem im Ausland statt und dauern mehrere Tage. Der Vorteil der eher für einen kleineren (Besucher-)Kreis entwickelten Workshops: Es werden andere Arten von Informationen vermittelt als auf einer öffentlichen Bühne.

Als noch sehr viel individueller und persönlicher gelten Mentorings und Coachings. Es ist sinnvoll, sich dabei mit einem Fotografen, dessen Art Sie besonders anspricht, auseinanderzusetzen. Meist in Online-Sessions (via *WhatsApp Call*), aber auch persönlich werden ganz spezielle Themen besprochen, und es wird ganz gezielt gecoacht und Hilfestellung angeboten. Gerade wenn es darum geht, den persönlichen Workflow beizubehalten und einige Problemlösungen zu erarbeiten, ist ein maßgeschneidertes Coaching großartig und kann Sie meinweit voranbringen.

Zu guter Letzt bieten auch Onlinekurse ein breites Spektrum an Wissen und Weiterbildung. Zu Onlinekursen gehören für mich ebenfalls die Formate des Podcasts, die auf eher unterhaltsame Art und Weise Praxisbezug bieten und Wissen vermitteln. Sie bekommen dabei nicht selten Tipps und Verbesserungsmöglichkeiten mit auf den Weg, die aus persönlichem und bewährtem Erfahrungsschatz stammen.

Die gängigsten Onlinekurse finden Sie beispielsweise bei *Adobe* oder *FotoTV*. Die Videos können Sie sich meist zeitlich ungebunden ansehen, und gerade Podcasts bieten eine wunderbare Bandbreite an Möglichkeiten der Bildbearbeitung. Schauen Sie einfach mal rein in den Podcast-Dschungel, aus meiner Sicht besonders empfehlenswert ist der *PicDrop-Podcast*.

Schauen Sie sich um, und entscheiden Sie nach Bauchgefühl, wo Sie sich am wohlsten fühlen. Lernen können Sie überall etwas. Selbst die Handwerkskammer, in der Sie Zwangsmitglied sein werden (wenn Sie rein mit der Hochzeitsfotografie Ihr Einkommen bestreiten), hält Weiterbildungsmaßnahmen für Sie bereit. Oftmals ist das Angebot gar nicht so schlecht, und statt kopflos neue Vertragsklauseln für die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung bei anderen Fotografen zu kaufen, empfehle ich Ihnen, dort ein branchenfremdes Seminar zu besuchen. Dabei erfahren Sie dann auch einmal, wie die Welt außerhalb der Hochzeitsblase so tickt.

Was denken Sie, welche Art der Weiterbildung passt am besten zu Ihnen?

- praxisnahe Workshops in einem kleinen bis mittelgroßen Kreis*
- Konferenzen und Vorträge (gerne auch international)*
- 1:1-Sessions und Mentoring (bei einem fotografischen Vorbild)*
- Onlinevideos, Tutorials und Podcasts*

6.3 Wachsen Sie

Ich bin fest davon überzeugt, dass Sie sich nach einer geraumen Weile vor Aufträgen nicht mehr retten können werden. Meist setzt dieser Zustand nach zehn oder fünfzehn Hochzeiten ein, wenn plötzlich eine Freundin des Freundes heiratet oder der Nachbar eines Arbeitskollegen. Vielleicht stoßen Sie dabei irgendwann an Ihre zeitlichen (und personellen) Grenzen – gerade dann, wenn Sie nebenberuflich begonnen haben. Sie müssen plötzlich sortieren, beschränken, organisieren und höllisch aufpassen. Eine ganz neue Situation.

Als Spezialist für Hochzeitsfotografie werden Sie von Ihren Kunden leichter erkannt und deutlich ernster genommen, wenn Sie gewisse Referenzen vorweisen können, beispielsweise Presseartikel, Auszeichnungen oder auch Gütesiegel. Dies ist insofern nachvollziehbar, dass vermutlich auch Sie größeres Vertrauen in etwas hegen, was von Dritten für gut befunden wurde, auch wenn Sie gar keine Details bezüglich der Beurteilungshintergründe kennen.

Nutzen Sie Wettbewerbe

Ein gewonnener Wettbewerb kann für eine sehr große Reichweite sorgen und die Kunden in ihrer Entscheidung bestärken. Jedoch sind dabei nicht alle Wettbewerbe gleich. Ein vergebener Online Award, wie zum Beispiel jener der internationalen Fotografenvereinigung der *Fearless Photographers*, kann für Reichweite im Web sorgen. Mit einem wertvollen sogenannten *Backlink* (also einer Erwähnung und Verlinkung von der Website der Fearless Photographers) kann so die Listung in Google steigen oder auch direkt die Listung in den jeweiligen Fotografenportalen.

Eine Preisverleihung auf der Bühne und einer Veröffentlichung in Printmedien kann perfekt für das jeweilige Publikum der Magazine sein, die bei der Preisverleihung mitwirken. Die ausgezeichneten Fotografen erhalten beispielsweise beim *Braut Foto Award* nicht nur die Aufmerksamkeit des Publikums während der Preisverleihung, sondern auch einen Platz im Magazin, das von vielen weiteren Paaren aufmerksam gelesen wird. Zur Online- und Offlinereichweite ge-

sellern sich manchmal sogar Sachpreise hinzu, die ebenfalls attraktiv für ein Mitmachen sein können.

Möchten Sie an einem Wettbewerb teilnehmen, können Ihnen folgende Punkte dabei helfen, Ihre Erfolgsschancen zu erhöhen. Fragen Sie sich Folgendes:

→ **Wer veranstaltet den Wettbewerb? Welches Ansehen hat**

die Organisation, die hinter dem Wettbewerb steht?

Natürlich möchte man nicht nur gewinnen, sondern auch richtig viel Reichweite generieren und seine Marke etablieren. Deshalb ist es unbedingt notwendig, sich anzusehen, bei welcher Zielgruppe in der Branche die Organisation bekannt ist. Einen allgemeinen Fotopreis einer Drogeriekette zu gewinnen kann einen breiten Streuverlust darstellen (denn es heiraten nicht gerade viele der Leser, oder sie sind bereits verheiratet). Beim *Braut Foto Award* dagegen ist das anders. – *Prüfen Sie den Veranstalter des Wettbewerbs: Haben Sie dieselbe Zielgruppe?*

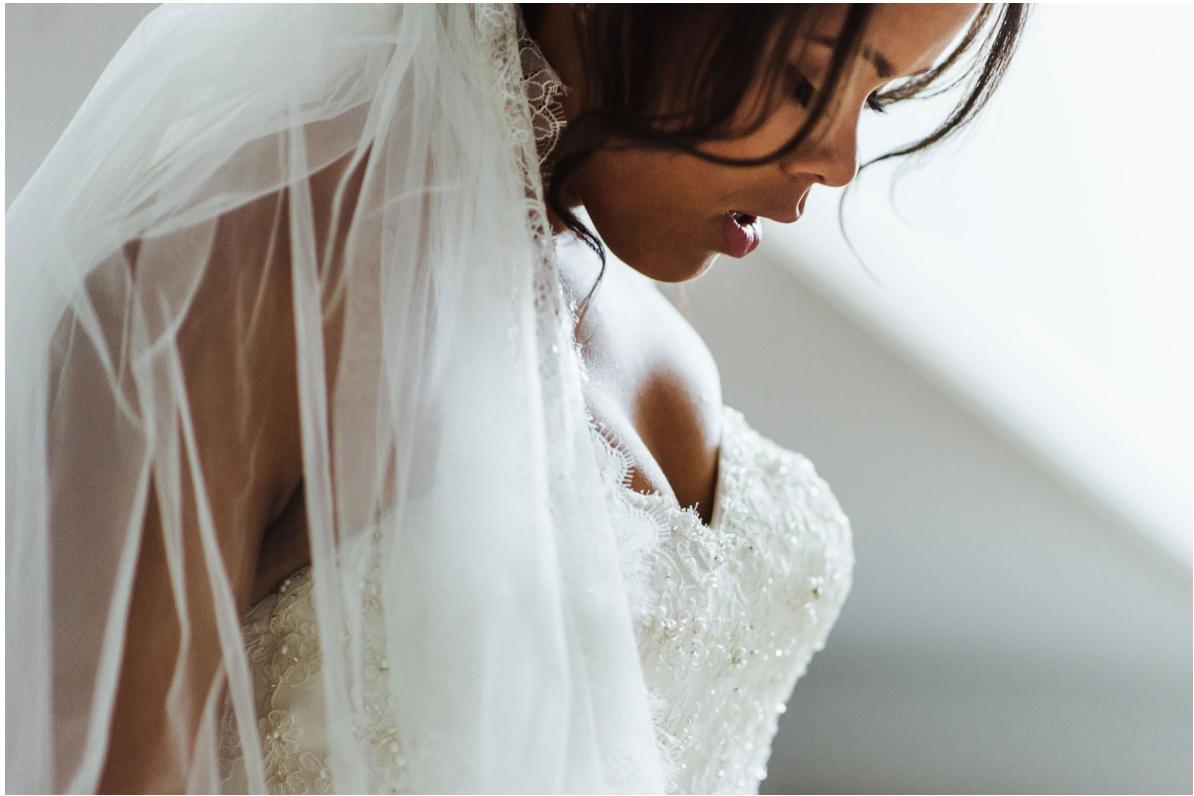
→ **Wer juriert?**

Die Jury entscheidet, welche Bilder preiswürdig sind und welche nicht. Je nachdem, was die Mitglieder bereits gesehen haben und in welchen Bereichen sie unterwegs sind, können die eingereichten Bilder darauf abgestimmt werden. Recherche ist erlaubt! Hat ein Jurymitglied vielleicht eine Schwäche für farbenfrohe Fotografie? Dann werden die Paarbilder einer traditionell indisches Hochzeit bei diesem Mitglied sicherlich punkten. – *Informieren Sie sich im Vorfeld über die Jury. Die eigenen Arbeiten vor dem Hintergrund der Jurymitglieder einzuordnen und zu beurteilen (auf sachliche Art und Weise) kann helfen, die persönlichen Chancen besser einzuschätzen und idealerweise sogar zu erhöhen.*

→ **Welche Bildstile haben in den letzten Jahren das Rennen gemacht?**

Auch die Gewinner der letzten Jahre können Aufschluss darüber geben, wo für der Wettbewerb steht und welche Bilder am ehesten Gewinnchancen haben. Wurden bevorzugt Bilder mit ähnlicher Lichtstimmung oder farbiger Ausrichtung juriert, kann das relevant dafür sein, wie hoch die eigenen Chancen sind. – *Schauen Sie sich die Gewinnerfotos der letzten Jahre an. Waren es farbenfrohe, kontrastreiche Bilder? Oder eher zurückhaltende Fotografien mit Tiefgang?*

Ein bisschen Glück gehört natürlich ebenfalls dazu, und letztlich hängen Ihre Chancen auch davon ab, wie viele Fotos eingereicht werden. Und auch wenn Sie leer ausgehen sollten: Sich in Wettbewerbssituationen zu behaupten und den Mut aufzubringen, diese Bilder dort einzureichen, ist ein ganz persönlicher Triumph, der Sie in Ihrer Entwicklung voranbringen wird.



↑ **Sinnlich schön**

*Die richtigen Momente müssen nicht immer offensichtlich fotografiert sein.
Sinnlich schön war das Ankleiden dieser Braut bei ihr im Schlafzimmer. Während
sie sich die Strümpfe anzog, fokussierte ich auf ihr Gesicht statt auf die Beine
und siehe da: Es entstand ein ganz anderes, sinnlich schönes Bild. Vertrauen Sie
auf Ihr Gefühl! Das zeichnet Ihren Stil und Ihre Sichtweise aus.*

Setzen Sie Schwerpunkte

Merken Sie zunehmend, dass Sie einfacher und schneller gebucht werden, wird es an der Zeit, klarere Schwerpunkte zu setzen. Wenn Sie Aufträge gelegentlich wegen Befindlichkeiten ablehnen, behält das immer ein (die Schwaben nennen es) »Gschmäckle«. Es wirkt oftmals arrogant oder überheblich, wenn man ablehnend gegenüber potenzieller Kundschaft auftritt. Betroffene nehmen das meist persönlich – gerade und vor allem bei einem so sensiblen Thema wie Hochzeiten, für die in der Regel viel Planung und Arbeit aufgewendet wird und in die meist viel persönlicher Geschmack und Charakter einfließen.

Was aber ist, wenn Sie gar nicht bedienen können, was der Kunde gerne möchte? Ich kenne dies von mir. Da gab es ein Jahr mit über 40 Ganztagesreportagen, und ich hatte mich oft gefragt, ob jemand anderes es an meiner Stelle das eine oder andere Mal hätte besser machen können. Ich war ganz schön überarbeitet. Darunter litt zwar nicht die Bildqualität, aber mein Auftreten auf der Hochzeit. Ich konnte einfach vor lauter Müdigkeit und Stress nicht mehr durchgehend wertschätzend und ruhig agieren bzw. reagieren – auch, weil mir im Vorfeld die Zeit gefehlt hat, eine vertrauensvolle Beziehung zu dem Paar aufzubauen. Es wäre dem Paar also höchstwahrscheinlich sogar zugutegekommen, wenn ich ihm abgesagt hätte. So zumindest im Nachhinein betrachtet.

Manchmal ist dabei ein klares »Nein!« hilfreicher als ein »Ja, vielleicht ...«, das vermeintlich Ärger ersparen und nicht vor den Kopf stoßen soll. Denn wenn ein Paar sich absolut auf Sie fokussiert hat, dann wird es nicht sensibel sein für Ihre leise Ablehnung, sondern diese vielleicht übergehen. Und schwups sind sie gebucht, obwohl Sie eigentlich gar keine Ressourcen mehr dafür haben.

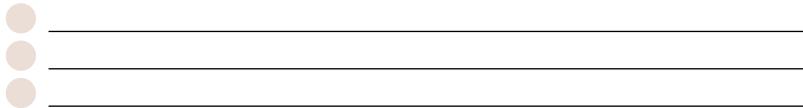
Sind Sie sich nicht sicher, ob Sie die angefragte Hochzeit zeitlich oder aus anderen Gründen wirklich stemmen können, sagen Sie konsequent ab oder kommunizieren Sie offen Ihre Bedenken. Bestand bereits persönlicher Kontakt zu dem Paar, kann es helfen, aufrichtig zuzugeben, dass Sie sich als Fotografin oder Fotograf nicht ganz sicher sind, ob Sie die fotografischen Erwartungen erfüllen können – beispielsweise aus inhaltlichen Gründen (wenn das Paar inszenierte Fotos möchte, Ihr Schwerpunkt aber auf der Reportagefotografie liegt). Eine Absage mit dem Hinweis, dass Sie zunächst sehr euphorisch waren und erst im Nachhinein gemerkt haben, dass das eigentlich in der zeitlichen Konstellation nicht funktionieren kann, greift niemanden persönlich an und hilft Ihnen, Grenzen zu ziehen.

Nicht selten sind nämlich ungewollt gebuchte Jobs die Basis für ein stetig wachsendes Selbstzerwürfnis. Irgendwann machen Sie nur noch die Arbeit, die Sie eigentlich gar nicht machen möchten, und fühlen sich ausgelaugt und müde. Auch hier kann es helfen, Selbstreflexion zu betreiben.

Beobachten Sie sich selbst, und – Hand aufs Herz – überlegen Sie, welche Bereiche Ihres Business Sie aktuell unzufrieden oder sogar unglücklich machen. Setzen Sie durch aufsteigende Zahlen eine Gewichtung, und nummerieren Sie in der entsprechenden Reihenfolge:

- *persönlicher Umgang und die verbrachte Zeit mit dem Kunden*
- *das Fotografieren am Hochzeitstag selbst*
- *Nachbearbeitung und Kreation eines Endproduktes*

- Akquise und Werbung
- Organisation, Buchhaltung und Verwaltung



↓ Über Steine balancieren

Denken Sie an die richtige Kleidung! Eine kürzere Hose hätte mir das Balancieren über die Steine erspart. Ich hätte, wie das Paar, durch das Wasser waten können, ohne nasse Kleidung zu bekommen.

Na? Ärgern Sie sich bereits, während Sie die Checkliste ausfüllen? Sollte das der Fall sein, ist es tatsächlich an der Zeit, Ihre Arbeitsweise zu überdenken und Lösungen für Probleme zu finden. Denn Sie müssen nicht alles allein stemmen! Viele Fotografen arbeiten im Team mit virtuellen Assistenzen, Steuerberatern, Social-Media-Managern oder Dienstleistern aus anderen Bereichen. Sie dürfen auch Teilbereiche Ihres Business auslagern – sogar die Bildbearbeitung. Das hat auch Auswirkungen auf Ihre Kalkulation. So gibt es Kollegen, die mehr Spaß am Miteinander und am Fotografieren haben als an der Nacharbeitung und Kreativität der Fotos. Sie haben den Schwerpunkt ganz klar auf den Hochzeitstag gelegt und erteilen Dritten den Auftrag zur weiteren Bildbearbeitung.



← Belohnung für
all die Mühen
Selbst wenn der
Weg über die Steine
mühselig war, hat die
Fotografie doch einen
erheblichen Vorteil:
Man hat sofort Freude
am schönen Ergebnis.
Herrliche Mittags-
sonne am Strand von
Teneriffa.



INTERVIEW

RAMAN EL ATIAOUI

Wettbewerbsfotografie



▲ Raman El Atiaoui

Raman ist ein waschechter Frankfurter Bub. Seinen Berufswunsch konnte er in jungen Jahren nie eindeutig definieren, aber es war schon immer klar, dass er ein Talent für Kreativität, ein »gutes Auge« oder vielmehr zwei gute Augen und viel Leidenschaft hat. Und letztlich führten ihn diese Elemente auch auf einen klaren beruflichen Weg. Nach einer abgeschlossenen Ausbildung zum Fotografen und Fotolaboranten in einem großen Foto-Fachzentrum in Frankfurt am Main bildete er sich im Anschluss an der DTP-Akademie Frankfurt weiter. Nach einer einjährigen Intensiv-Ausbildung darf er sich auch »Mediengestalter« nennen.

Raman begann in der analogen Welt und »floss« direkt weiter in die digitale Welt. Aus der Dunkelkammer vor den hell leuchtenden Monitor. Die

Tatsache, dass er das Handwerk von der Pike auf gelernt hat, möchte er nicht missen und er sieht es noch heute als großen Vorteil an. Man bekommt ein ganz anderes Gefühl für Fotografie ... ein viel authentischeres!

Seine Flexibilität und Offenheit für Neues ermöglichen ihm, seit nunmehr 18 Jahren, in vielen Bereichen Erfahrungen zu sammeln und professionell arbeiten zu können.

Saja Seus: Raman, wann ist die Teilnahme an Wettbewerben sinnvoll?

Raman: Die meisten Wettbewerbe werden quartalsweise durchgeführt. Früher habe ich regelmäßiger Fotos eingereicht, weil ich auch bestimmte Ziele hatte ... zum Beispiel unter den Top 10 bei den Fearless Photographers (www.fearlessphotographers.com) zu landen. Gereicht hat es in diesem Fall nur zu den Top 20, was aber auch schon ein großer Erfolg war.

- Telefon: +49 176 21256971
- E-Mail: mail@raman-photos.de
- Website: www.raman-weddings.de
- Social: www.facebook.com/raman.weddingphotos
weddingphotos ★ www.instagram.com/raman.weddingphotos

Ich wollte auch unbedingt die Masters of German Wedding Photography gewinnen, was glücklicherweise funktioniert hat ... sogar zweimal in Folge, da muss man definitiv dranbleiben und in jeder Runde das Maximum an hochwertigen, passenden Bildern einreichen. Mir gefiel die Idee, sich mit deutschen Fotografenkollegen zu messen.

Mittlerweile ist die Teilnahme bei fast allen Wettbewerben kostenpflichtig und kann auch sehr schnell einen vierstelligen Bereich erreichen.

Was glaubst du, welche Wettbewerbe im Hochzeitsbereich sind seriös und bei welchen Wettbewerben ist eine Teilnahme sinnvoll?

Zu den renommierten Wettbewerben gehören im internationalen Umfeld die ISPWP, Fearless Photographers, MyWed und WPJA. Auf nationaler Ebene kann man hier die Masters of German Wedding Photography und den Braut Foto Award nennen.

Wie erkenne ich, dass sie seriös sind?

Genau hinschauen: Die Qualität der eingereichten Bilder sowie die Siegerfotos aus vorangegangenen Wettbewerben sagen viel aus. Aber auch die teilnehmenden Fotografen spielen eine Rolle. Schließlich werden die Bilder verglichen.

Ich bekomme regelmäßig Werbung von anderen Vereinigungen geschickt (so eine Vereinigung kann ja mittlerweile jeder gründen), und wenn ich mir dann die Portfolios dort anschau, bin ich teilweise sehr erschrocken über deren schlechte Qualität ...

Was bringt einem die Teilnahme an solchen Wettbewerben?

Sinn und Zweck ist die Listung. Je öfter man gewinnt, desto höher ist das Ranking in den jeweiligen Vereinigungen. Ich bin schon des Öfteren über diese Fotografenvereinigungen gebucht worden, weil ich im Ranking weit oben stand oder Gesamtsieger wur-

de. Generell gibt es den Brautpaaren ein gutes und sicheres Gefühl, einen Wettbewerbssieger für ihre Hochzeit zu buchen, das Ranking dient somit auch als Entscheidungshilfe.

Außerdem arbeitet man ständig, teilweise auch sehr verbissen, an seiner eigenen Qualität. Ich habe schon Bilder eingereicht, die durchgefallen sind, obwohl ich von ihnen überzeugt war. Da schaut man dann viel genauer hin, hinterfragt, korrigiert.

Ein tolles Foto besitzt eine Art Code, also etwas, was es zu einem Hingucker macht. Besitzt man die Fähigkeit, diesen Code zu entschlüsseln, ist man in der Lage, das auf seine eigenen Arbeiten zu übertragen. Es ist einfach, zu sagen, dass ein Foto besonders ist, viel schwieriger ist es, zu erklären, warum es so besonders ist. Das habe ich daraus gelernt!

Sind Wettbewerbe auch ein Mittel, um bekannter zu werden?

Auch, aber das war nicht mein persönliches primäres Ziel. Glücklicherweise landet man dann doch in Foto- oder Brautmagazinen, was natürlich vorteilhaft ist, und daraus kann auch mal ein Job resultieren.

Kann ich ein höheres Honorar verlangen, wenn ich Auszeichnungen habe?

Theoretisch schon, aber wichtiger ist, dass die prämierten Bilder wirklich klasse sind! Es reicht ja nicht, dass »Award« darunter steht. Aber das regelt sich eigentlich von selbst, denn bei den seriösen Wettbewerben gewinnen eigentlich meist nur wirklich gute Bilder.

Wie steht das im Zusammenhang mit Werbemaßnahmen?

Mittlerweile bezeichnen sich leider viel zu viele Fotografen als »International Award Winning Photographer«, weil sie bei irgendeinem Wettbewerb in irgendeiner Kategorie Platz 15 belegt haben. Das sagt

nichts über die Qualität eines Fotografen aus! Leider ist der Reiz nicht mehr so groß, denn es gibt mittlerweile viel zu viele Wettbewerbe.

Es ist ein Unterschied, ob man in der Gesamtwertung bei der ISPWP unter den ersten 20 landet oder in einer einzelnen Kategorie den Platz 18 belegt. Jeder wirklich gute Fotograf sollte in der Lage sein, in einer Einzelkategorie auf einen der ersten 20 Plätze zu kommen. Alles andere ist schon ein Beweis dafür, dass die Fotos nicht so gut sind, wie man selbst glaubt.

Ich habe sehr spät angefangen, mich als einen »International Award Winning Photographer« zu bezeichnen, aber da hatte ich schon viele erste Plätze bei den guten Wettbewerben. Mittlerweile vermeide ich diesen Ausdruck, ehrlich gestanden. Man hebt sich damit nicht mehr zwingend von Kollegen ab, und es klingt einfach zu abgedroschen.

Mit welchen Bildern ist denn die Chance am größten, zu gewinnen? Welche Bilder reiche ich am besten ein?

Das ist komplett unterschiedlich. Mittlerweile finde ich, dass es bei den Fearless Photographers am schwierigsten ist, mit dem »richtigen« Bild einen Award zu erlangen. In den Anfängen hatte ich auch mal in einer Fearless-Runde vier Awards auf einen Schlag. Mittlerweile habe ich seit über einem Jahr keinen mehr bekommen. Wenn man da was erreicht, dann sollte es ein absolutes WOW!!!-Foto sein. »Gute« oder auch »sehr gute« Fotos haben keine Chance. Bei nationalen Wettbewerben, wie dem Braut Foto Award oder den Masters of German Wedding Photography, ist die Messlatte zwar hoch, aber man hat bessere Chancen. National tritt man nicht gegen Fotografen an, die regelmäßig in den absoluten Top Locations und Destinationen in aller Welt fotografieren. Da hat man logischerweise ganz andere, zum Teil atemberaubende Motive. Aber auch

national wird es immer schwerer, weil immer mehr Fotografen teilnehmen, sich international inspirieren lassen und auch immer öfter weltweit gebucht werden und mit »anderen« Motiven zurückkehren.

Ausgewählte Wettbewerbe werden auch »offline« veranstaltet. Beim Braut Foto Award etwa gibt es zusätzlich auch einen Publikumspreis ... da ist die Auswahl der Bilder, die eine Gewinnchance haben, wieder eine ganz andere. Wenn man sich unsicher ist, sollte man sich die alten Wettbewerbe bzw. Gewinnerbilder anschauen, um ein Gefühl dafür zu bekommen, was eine Chance haben könnte.

Das klingt nach einem Plan! Aber wie komme ich denn an das passende Wettbewerbsmaterial? Fotografiere ich auf Hochzeiten gezielt für Wettbewerbe mit?

Manchmal nehme ich mir das bewusst vor. Ich habe an mich selbst einen hohen Anspruch und möchte nie 08/15-Arbeiten abliefern. Ich versuche dann auch bei ganz einfachen und unspektakulären Hochzeiten, Award-würdige Fotos zu schießen. Umso stolzer bin ich dann auch, wenn es mal klappt. Manchmal hat man auf Hochzeiten auch größere Pausen und selbst »Hummeln im Hintern«, und um sich zu beschäftigen, kann man auch mal was anderes ausprobieren ... herumspielen ... experimentieren.

Raman, du hast nicht nur Wettbewerbe gewonnen, sondern schon selbst juriert. Was bringt einem denn die Jurorentätigkeit?

(Lacht) Ja ... da wird vor allem das Auge geschult. Je mehr Bilder man sich anschaut, desto genauer weiß man anschließend, wie man es nicht machen sollte oder wie man es vielleicht besser machen kann. Es gab auch schon Fotos mit einer guten Idee, aber einer sehr schlechten Umsetzung. Das ist schade, da nehme ich mir vor, es selbst mal (hoffentlich!) besser zu machen. Manchmal klappt es, manchmal nicht.

Worauf achtet man als Juror? Was spricht dich persönlich an?

Sauberes Arbeiten beim Shooting und bei der Nachbearbeitung, liebevolle Detailarbeiten – keine Kopien!!! Ich habe auf nationaler und internationaler Ebene schon so viele Fotos gesehen, dass ich die meisten Kopien erkenne! Besonders dreist sind exakte 1:1-Kopien, das ist beschämend. Die fallen bei mir durch und werden direkt aussortiert.

Was kannst du inzwischen gar nicht mehr sehen?

Immer wieder dieselben Fotos ... Eines der bekanntesten Plagiate ist wohl das Nachtfoto vom Bräutigam mit männlichen Gästen. Alle ihre Zigarre paffend, sie sind symmetrisch aufgestellt, es wird indirekt von hinten geblitzt. Puh. Bitte nicht missverstehen ... an sich ein gutes Foto, und da freut sich der Bräutigam

sehr, aber NIEMALS würde ich so ein Bild einreichen, weil es einfach schon Tausende Male gezeigt wurde. Das ist dann einfach nur unkreativ! Mein aktuelles »No-Go«-Foto ist der fliegende Bräutigam bzw. die fliegende Braut. Wenn man sie hochleben lässt und sie in die Luft wirft. Das wird nun auch ständig eingereicht, kann ich auch nicht mehr sehen :))) Oder die gierig guckenden Kinder, wenn die Torte angeschnitten wird ...

Danke, Raman!

↓ **In den Sonnenuntergang**

Manche Bilder sind einfach ein totaler Glücksfall. So wie bei diesem hier, als die Vögel im genau richtigen Moment ihre Kreise um das Paar zogen. Die Abendsonne im Gegenlicht tat ihr Übriges. Das Bild gewann 2016 den Masters of German Wedding Photography.





↑ **Bunt und knallig**

Ich glaube, dieses Bild ist einmalig. Das Auto ist es zumindest! Es entstand während eines Porträt-Shootings irgendwann im Jahr 2014 und gewann im gleichen Jahr einen Fearless Award. Damit kam ich unter die Top 20 der internationalen Fotografen!

▼ Farben sehen und um die Ecke denken

Diese wunderbar bunte Hochzeit fand in Venedig statt. Also das Fotoshooting zumindest. Ich sah diese Wand und konnte nicht anders. Dass die Frau nebenan begann, Wäsche aufzuhängen, hat nicht gestört, sondern das Bild bereichert. Es gewann 2017 den Masters of German Wedding Photography.



SCHLUSSWORT UND DANKSAGUNG

Die Selbstständigkeit und der Weg zum Hochzeitsfotografen sind eine lange Reise, deren Erfolg Sie allein in der Hand haben. Mit der Möglichkeit, an vielen kleinen Stellschrauben zu drehen, passiert es fast von selbst, dass Sie jahrelang glücklich in diesem Beruf arbeiten können.

Einer der wertvollsten Hinweise, die ich auf meinem Weg zur Fotografin einmal erhalten habe, war: »Mach es auf deine Weise, und lass dir nichts erzählen.« Diese und ähnliche Weisheiten sowie zahlreiche sachliche Tipps haben Sie in diesem Buch gelesen. Nun liegt es an Ihnen, darauf aufzubauen. Mit dem sprichwörtlichen gesunden Menschenverstand wird Ihnen das sicher gelingen. Falls Sie Inspiration benötigen, können Sie sie zum Beispiel bei den großartigen Kolleginnen und Kollegen finden, die Ihnen in diesem Buch schon begegnet sind:

- Angelika und Artur: www.diehochzeitsfotografen.de
- Marco Schwarz: www.schwarz-bild.de
- Katja Heil: www.katjaheil.de
- Birte Strack: <https://birtestrack.de>
- Dirk Weber: www.brautrausch.de
- Hochzeitslicht: www.hochzeitslicht.de
- Steffen Böttcher: www.boettcher.wedding
- Daniela Reske: www.hochzeitsjournalistin.de
- Raman El Atiaoui: www.raman-weddings.de

Aber nicht nur diese Menschen, sondern auch ganz viele andere haben im Gesamten zu diesem Buch beigetragen. Wie ein kleines Eichhörnchen habe ich die Namen gebunkert und nun auch vergessen, wo die Liste mit den Namen liegt. Über zwei Jahre hinweg trieb ich mich selbst, mein Umfeld und meinen Lektor in den Wahnsinn. Dafür lernte ich viel. Mein Dank gilt deshalb vor allem jenen

Menschen, die das geduldig ausgehalten haben und den Weg mit mir mitgegangen sind, aber natürlich auch denen, die mir mit ihrer Kritik sehr geholfen haben. Nun hoffe ich natürlich, dass auch Sie Ihren Nutzen daraus ziehen, und wünsche Ihnen einen tollen Start und ein gutes Weiterkommen im Berufsfeld der Hochzeitsfotografie.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Ihre Saja Seus



INDEX

#hochzeitsfotograf 293
#readyforwddy 28

A

Ablenkungsmanöver 141
Abschreibung 240
Absicherung, finanzielle 244
After-Wedding 19
Alleinstellungsmerkmal 64
Altersvorsorge 230
Andersartigkeit 117
Anfangsblende 287
Angelika und Artur 30
Anspannung 140, 141
Anzahlung 290
Arbeiten, geräte-
übergreifend 202
Arbeitsablauf 202
Arbeitsplatz 57
Arbeitsweise 60
Arbeitszeit 207
Ästhetik 220
Atmosphäre 59
Aufhellblitz 83
Aufklären 206, 207
Aufkleber 68
Auflicht 142
Aufmerksamkeit 92
Aufsteckblitz 150
Aufträge generieren 88
Auftragslage 14
Automatisierung 209

B

Backlink 108, 296
Beloved (wedding) Stories 293
Bildaufbau 151
Bildauswahl 174
Bildbearbeitung 175, 276
 outsourcen 180
Bilderflut 172
Bildgestaltung 151
Bildlook 276
Bildrecht 244
Bildsprache 137, 277
Blog 99
Böttcher, Steffen 220
Branding 90
Braut Foto Award 108, 296, 303
Brautstrauß 46, 128, 188,
 219, 282
Brennweiten 284
Bridezilla 28
Briefpapier 68
Buchungsbestätigung 118
Bundesagentur für Arbeit 244

C

Charakter 55
Coaching 218, 220, 295
Content-Marketing 95
Corporate Design 66
Corporate Identity 66

D

Datenlieferung 61, 179
Datensicherung 173, 205

Dauerfristverlängerung 237
Dienstleistung 200, 222
Dienstleistungsanteil 60
Digitalisierung 209
DSGVO 121

E

Effektbilder 125, 155
Eingreifen 156
Einheitlichkeit 176
Einkommen 226, 228
Einkommensteuer 237
Einkommensteuer-
Minderung 239
El Atiaoui, Raman 302
Emotionaler Wert 252
Emotionalität 124
Empfehlungsliste 89
Engagement-Shooting 19, 105
Enttäuschungen 111
Entwicklung, persönliche 272
Equipment 164, 282
Erfahrungswerte 17
Eventfotografie 20

F

Facebook 99, 211, 292
Fallstricke 15
Familienfotografie 20
Familienschatz 252
Fearless Photographers 108,
 293, 296, 302, 303
Fehler 289, 290
Fehlerkultur 253

- Feuerbacher, Elmar 253
 Film 21
 Filmer, Zusammenarbeit 23
 First-Look 247, 249
 Fotofreunde 292
 Fotografie
 dokumentarische 275
 inszenierte 275
 Fotografierverbot 133
 Fotorecht 244
 Freunde 292
 Freundschaftsdienste-
 Falle 289
- G**
 Gästezahl 57
 Gegenlicht 144
 Geistliche 133
 Geld 226
 Geschäftsausstattung 67
 Geschichten erzählen 99, 161
 Getting Ready 28, 62
 Gewerbesteuer 238
 Google 90
 Google Ads 94, 99
 Größe der Hochzeit 57
 Gründungszuschuss 244
 Gruppenbilder 132, 139
- H**
 Handwerkskammer 295
 Hausrecht 248
 Heil, Katja 98
 Hero-Shot 155, 158
 Highlight-Film 21
 Hochformat 38
 Hochzeitsalbum 20
 Hochzeitsfotografie
 fotografische Schwerpunkte 275
- Hochzeitslicht
 (Fotografen) 182
 Hochzeitsmessen 91, 95, 96
 Hochzeitsprojekte, freie 27
 Homeoffice 208
 Home-Session 20
- I**
 Inspiration 281
 Instagram 28, 89, 90, 99,
 211, 292
 ISPWP 303
- K**
 Kamerawahl 164
 Kauferlebnis 17
 Kleinunternehmer-
 regelung 237
 Klischees 231
 Komfortzone 156, 216
 Kommunikation 92, 200,
 213, 217
 No-Gos 114
 Kompetenz 17
 Konferenzen 294
 Konkurrenz 184
 Kontaktformular 209, 211
 Kosten
 gewerbliche 230
 private 229
 Krankenkasse 244
 Krankentagegeld 244
 Kredite 244
 Kulturkreis 54
- L**
 Layering 136
 Leistung berechnen 226
 Lernen 272
- Licht 136, 142
 Auflicht 142
 Gegenlicht 144
 hartes 145
 Kunstlicht 147
 natürliches 147
 Seitenlicht 143
 weiches 145
 Lichtfarbe 142, 147
 Lichtführung 277
 Lichtrichtung 149
 Lob 142
 Location 57
 Location-Suche 127
 Logo 67
 Look 175
 LOOKSLIKEFILM
 (wedding) 293
 Lumentis GbR 183
- M**
 Magazine 58, 91
 Marke 66, 73, 221
 erschaffen 50
 Marketingmix 99
 Markt 50
 Masters of German Wedding
 Photography 303
 Mehr-Konten-Modell 242
 Mehrwertmarketing 93
 Mentoring 295
 Messen 294
 Microstock 227
 Mischlicht 147, 254
 Mitfühlen 124
 Mittagspause 208
 Motivationstief 215
 Motiv-Hitliste 154
 Mundpropaganda 89
 MyWed 303

N

Nähe 56, 92
Nervosität 140, 141
Netzwerken 292
Nutzungsrechte 245

O

Objektive 284
Offenblende 287
Onkel Bob 28, 132, 141, 147, 166
Online Award 108, 296
Onlinegalerie 90
Onlinekurse 295
Onlinemarketing 98
Ordnung 173, 201
Organisation 201
Outsourcing 300

P

Paarbilder 19
Panoramafreiheit 249
Patchwork-Familien 132
Peinliche Bilder 162
Persönlichkeit 64
Persönlichkeitsrecht 248
Perspektive 136
Picture-First-Prinzip 99
Pinterest 90, 99
Podcast 295
Portfolio 155
Porträtfotografie 20
Positionierung 50
Postkarte 68
Preisbildung 217
Preise 70
Preisverhandlung 114
Presets 276

Pre-Wedding

Produktpalette 60
Professionalisierung 200
Professionalität 17, 124

Q

Qualitätssiegel 105
Querformat 38

R

Rabatt 114
Reaktionszeit 214
Recht am eigenen Bild 248
Referenzen 69, 94, 105
Referenzhochzeit 54
Reichweite 217
Reportagebrennweite 258
Reportagefotografie 20
Reske, Daniela 251
Responsive Webdesign 69

S

Schärfeverteilung 279
Schwarz, Marco 72
Schwerpunkte setzen 298
SEA (Search Engine Advertising) 94
Second Shooter 27
Seitenlicht 143
Selbstorganisation 201
Selbstständigkeit 88
Selbstverwirklichung 272
Seminare 294
SEO (Search Engine Optimization) 94, 99
Serviceleistung 60
Sichtbarkeit 217
Social Media 55, 90, 99, 211, 281

Social-Media-Konsum

Soziodemografische Merkmale 53
Spezialisierung 66
Standesbeamte 133
Statistik 16
Steuerberater 235
Steuererklärung 234
Steuergrenzen 235
Stil 253
Stimmung 124
Storytelling 161
Strack, Birte 120
Styled Shoot 27, 93
Suchmaschinen 90

T

Team 63, 182
Teamarbeit 62, 63
mit Filmern 23
Technik 282
Tracking 69
Tradition 54, 60
Trockenübungen 126
Troubleshooting 289

U

Umgang 138
Umsatzsteuer 234
Umsatzsteuer-Voranmeldung 235
Unordnung 201
Up-Selling-Produkte 61, 242, 294
Urheberrecht 244
Urheberrechts-verletzungen 246
Urlaub 215

V

Verhandlungsmasse 62
Verlobungsbilder 19, 105
Vertrag 117, 211
Vertragsrecht 117
Vertrauen 104, 109, 133
Vertrauensbildung 217
Visitenkarte 68, 89
Vorbereitung 126
Vorleistung 290
Vorlieben, visuelle 58

W

Way Up North 294
Weber, Dirk 164
Website 68, 99

Wedding Guide 206
Wedding Hangover 28
Wedding Meetup 292
Weiterbildung 218
Weiterempfehlungen 52
Weiterempfehlungsnetzwerk 90
Wertschätzung 115
Wettbewerbe 108, 296, 302, 303
WhatsApp 90, 92, 292
Workflow 202
Abschluss 205
Anfrage 204
Auftragsabwicklung 205
Nacharbeit 205
Terminfixierung 204

Vertrag 204

Vorbereitung 205

Vorgespräch 204

Workshops 220, 294

WPJA 303

WPPI 294

Z

Zeitdokumente 252
Zielgruppe 50, 51
Zielgruppengröße 66
Zuverlässigkeit 17
Zwischenfälle 126

ÜBER DIE AUTORIN

Saja Seus arbeitet seit 2009 hauptberuflich als selbstständige Porträt- und Reportagefotografin; von Anfang an gehörte die Dokumentation von Hochzeiten dazu. Sie spiegeln für sie das Leben, denn sie erzählen von Familiensinn, Zusammenhalt und Freude.

RECHTLICHE HINWEISE

Das vorliegende Werk ist in all seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Weitere Hinweise dazu finden Sie in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters, bei dem Sie das Werk erworben haben.

Markenschutz

Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Haftungsausschluss

Ungeachtet der Sorgfalt, die auf die Erstellung von Text, Abbildungen und Programmen verwendet wurde, können weder Verlag noch Autor, Herausgeber oder Übersetzer für mögliche Fehler und deren Folgen eine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung übernehmen.