



ERFOLG IM FOTO- BUSINESS

Wertvolles Know-how
für Fotografen
von der Akquise
bis zum Portfolio

Silke Güldner

Dankel	9
Anmerkung	10
Vorwort	11
01/WER BIN ICH?	12
Berufsbild Fotograf	13
Alles bleibt anders!	14
Sind Fotografinnen wählerisch?	16
Richtig starten!	18
Die weibliche Perspektive	20
Wie wird man Modefotograf/in?	22
Die Verlockung!	24
Checkliste für Nachwuchsfotografen	26
Was zählt für den Einstieg ins Business?	28
Gute Aussichten für junge Fotografen?	30
Ich bin dann mal Fotograf	32
Machen Sie Fortschritte?	34
Herausforderung Auftragsfotografie	36
Was macht ein Bild erfolgreich?	38
Probieren geht über Studieren!	40
Organisation	42
Business-Parcours	43
Foto-Business trotz Krise!	45
Wer schiebt, verliert!	47
Digitale Transformation in der Auftragsfotografie	49
Herrliche Zeiten!	51
Professionelle Berufsfotografie	53
Organisieren Sie sich!	55
Digitale Bildabstimmung erfordert Disziplin	57
Ist Ihr Workflow effizient?	59
Projektmanagement für Fotografen	61
Selbstmanagement im Fotobusiness	63
Lassen Sie sich fördern!	65
Profil & Positionierung	67
Zu viel ist zu viel!	68
Werbe- und Fotobranche im Wandel	70
Nur für dich!	72
Achtung Profis, Fotografie begeistert alle!	74

Mit Haltung!	76
Cross-Selling ist auch was für Fotografen	78
Sind Sie attraktiv?	80
Positionierung für Porträtfotografen	82
Der Kunde ist König	84
Der neue Fotojournalismus	86
Nachgefragt	89

02/WAS KANN ICH?	90
Motivation & Inspiration	91
Wir kennen uns vom Sehen!	92
Vom Problem zur Lösung!	94
Mehr Erfolg mit Ausdauer	96
Eine gute Idee!	98
»Hangover« oder die Sache mit der Motivation	100
Fotografie mit Mehrwert	102
Cheese!	104
Augen auf! Alles ist schon da	106
Erkennen Sie Ihre Stärken!	108
Workout für Fotografen	110
Coaching – das Navi für Fotografen	112
Die Inszenierer und die Observierer	114
Eine schöne Bescherung	116
Portfolio & Präsentation	118
Sie haben das Wort!	119
Storytelling für Fotografen	121
Gekonnt editieren!	123
Portfolio reloaded!	125
Das Meisterstück	127
Es muss sich was bewegen!	129
Die erste Mappe!	131
Begeistern Sie Ihre Kunden!	133
Herausforderung Hochzeitsfotografie	135
Gute Fotografen-Websites sind selten	137
Die Qual der Wahl	139
Welche Portfolios finden Beachtung?	141
Ist Geiz geil?	143
Praxistest Portfolio-Walk	145
Nachgefragt	147

03/WIE VERKAUFE ICH MEIN KÖNNEN?	148
Akquisition	149
Steinchen werfen!	150
Was bringt Akquise?	152
Wie gewinnen Fotografen neue Kunden?	154
Akquisition mit Design-Thinking!	156
Hilfe Akquise!	158
Ein Blick hinter die Kulissen	160
»Jäger und Bummler«	162
Auftreten & Kommunikation	164
Hey Du!	165
Auffallen, ohne zu nerven!	167
Wir verstehen uns!	169
Verhandeln lohnt sich	171
Business-Kommunikation für Fotografen	173
Ein Corporate-Design-TÜV für Fotografen bitte!	175
Was wollen Art Buyer?	177
Wie Fotografen ihre Arbeit vorstellen	179
Ein Telefonat mit Kunden ist für viele Fotografen ein echter Hindernislauf	181
Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte	183
Rollenspiele	185
Honorargestaltung	187
Von der Anfrage zum Auftrag	188
Machen Sie sich schlau!	190
Ein unmoralisches Angebot	192
Verschenken oder verkaufen?	194
Die Kunst der Preisgestaltung	196
Ein seriöses Angebot	198
Geschenkt ist noch zu teuer!	200
Marketing & Social Media	202
NFT – The Next Fucking Thing	203
Kreative Freiheit!	205
Sichtbarkeit!	207
Was bringen Wettbewerbe für Fotografen?	209
Wortgewandt!	211
Machen Sie Druck!	213
Achtung Auftrag!	215
Teilen macht Freunde	217

Schwarmfinanzierung für freie Projekte	219
Lost or found!	221
Alle Jahre wieder	223
Wollen Sie auch eine Ausstellung?	225
Nachgefragt	227
Die Autorin	229



Danke!

Mein Dank gilt dem Fotofachmagazin ProfiFoto, die meine Kolumne seit 10 Jahren veröffentlicht. Besonders Christoph Baumeister, der mich als „Textchef“, Berater- und Impulsgeber unterstützt hat. Den Fotografinnen und Fotografen, Teams und Studios für Ihr Vertrauen, mich als Beraterin und Coach zu konsultieren und für die gute Zusammenarbeit. Meinen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen, Art Buyer, Bildredakteure, Art Direktoren und Repräsentanten, die mir gerne ihr Feedback gegeben haben.

Anmerkung

Die besten 101 Kolumnen aus dem Magazin ProfiFoto wurden für dieses Buch aktualisiert und ergänzt. Diese zweite erweiterte Auflage enthält 19 neue Beiträge zu allen Kapiteln dieses Buches.

Am meisten profitieren Sie von diesem Buch, indem Sie nach dem Lesen eines Beitrags die für Sie interessantesten Punkte notieren und in ein konkretes „to do“ für sich umwandeln. Am besten mit einem Termin für die Umsetzung. Jeweils am Ende der drei Kapitel finden Sie Fragen, mit denen Sie reflektieren können, wo Sie persönlich in Bezug auf die im Kapitel angesprochenen Themen stehen.

Ein Tipp: Sie können dieses Buch ganz nach Interesse und Relevanz lesen und müssen es nicht chronologisch durcharbeiten. Markieren Sie für einen besseren Überblick die Beiträge, die Sie schon gelesen haben.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Buch die männliche Form. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter.

Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Vorwort

Es soll *ProfiFoto*-Leser geben, die unser Magazin nur wegen der Kolumne »Erfolg als Fotograf« von Silke Güldner kaufen. Wie kann das sein, fragt sich da der Chefredakteur ... Aber klar, welcher Fotograf will das nicht, Erfolg haben? Dass dazu mehr gehört, als die Inspiration und Information, die *ProfiFoto* sonst noch bietet, hat die Redaktion geahnt, als sie vor ein paar Jahren Silke Güldner bat, die Frage aller Fragen zu beantworten. Dass aus der regelmäßig erscheinenden Kolumne längst eine Institution und jetzt ein ganzes Buch geworden ist, das konnte sicher niemand ahnen. Aber gleichsam bleibt »Erfolg als Fotograf« dank Silke Güldner kein Buch »mit sieben Siegeln«. Jenseits von gestalterischen, kreativen und technischen Fragen trifft die von so vielen Lesern geschätzte Autorin und Beraterin die Sache im Kern, indem sie aus der Perspektive der versierten und erfahrenen Art-Direktorin und Fotografen-Repräsentantin, als die sie für führende Werbeagenturen gearbeitet hat, aus »dem Nähkästchen« ihrer Erfahrungen im Umgang mit Fotografen plaudert.

Bei Silke Güldner geht es um Vermarktung, um die Frage, wie man sich als Fotograf erfolgreich am Markt positioniert, sich und seine Bilder präsentiert, damit man wahrgenommen wird. Wie man erfolgreich verhandelt und welche Strategien Profifotografen helfen, überhaupt als solche wahrgenommen zu werden. Die lebenspraktische Perspektive von der »anderen Seite des Schreibtisches« ist letztlich das Geheimnis des Erfolgs der Beraterin im Fotobusiness. In zahlreichen Workshops und Vorträgen, aber auch als Coach in Einzelberatungen, verhilft sie Profifotografen zum Erfolg. Ihre besten *ProfiFoto*-Kolumnen erscheinen jetzt in diesem Buch der Fachbuchreihe *Edition ProfiFoto* und bilden insgesamt ein profundes Kompendium professionellen Know-hows, auf das kein Profifotograf verzichten sollte – für sich und seine tägliche Arbeit hinter der Kamera und vor allem »am Kunden«. In Zeiten wie diesen, in denen das Angebot an professionellen Bildermachern täglich wächst, ist das Selbst-Marketing, die Eigen-Präsentation und die Optimierung der eigenen kreativen Leistung ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg als Fotograf. Silke Güldner hält den Schlüssel dazu parat, und allein schon deshalb lohnt es sich, ihr Buch zu lesen ... Ja, auch wenn Fotografen das bekanntlich schwerfällt ... Damit Sie morgen schreiben können: »Betrag dankend erhalten.« Das wünsche ich allen Lesern von Herzen.

Thomas Gerwers

ProfiFoto Chefredakteur und großer Silke-Güldner-Fan

01 /

WER BIN ICH?

Berufsbild Fotograf

»Wer nicht genau weiß,
wohin er will,
braucht sich nicht
zu wundern, wenn er
ganz woanders ankommt.«

Robert F. Mager

Alles bleibt anders!

Foto-Business 2021

Auch ohne Pandemie fällt der Blick auf das vergangene Jahr für einige Berufsfotografen nicht so positiv aus. Als ob die Branche nicht schon genug disruptiven Wellen ausgesetzt wäre, kommt nun auch noch das erschwerete Arbeiten mit zahlreichen Beschränkungen und anderen Herausforderungen hinzu. Wie gut halten die eigenen Kunden und man selbst dieser Situation Stand? Wie sind Events und Meetings zukünftig möglich und wann wird das Business wieder planbarer? Normalität geht anders. Manche Fotografen suchen sich eine neue berufliche Aufgabe und andere erfinden sich und ihr Portfolio innerhalb der Foto-Branche neu. Hilfreich sind jedenfalls eine zuversichtlichere Haltung und ein kreativer Umgang mit der Situation.

Die Rückmeldung auf meine Checkliste für Fotografen und Kreative, die ich unter dem Titel »Alles bleibt anders« auf IGTV veröffentlicht habe, war sehr positiv und einige haben sie bestimmt schon fleißig abgearbeitet. Fotografen hatten während des ersten Lockdowns Zeit, ihr Portfolio und ihre Website zu optimieren, ihre Akquise- und Marketingmaßnahmen zu erneuern, haben sich nach Förderung umgesehen und ihre Bestandskunden gepflegt. Die Pandemie hat so manchen Fotografen ausgebremst und gut florierende Geschäftsmodelle gestoppt. Doch kaum konnte sich das Foto-Business in Teilen erholen, drohte eine erneute Job-Flaute.

Die Krise hat gezeigt, dass die Kultur- und Kreativbranche anfällig für Störungen ist und dass dieses sensible Job-Gleichgewicht rasch aus dem Takt gerät. Dazu zählt auch das Foto-Business. Manche Fotografen sind aus- oder umgestiegen und haben sich neue Berufsfelder gesucht. Sie betreiben die Fotografie zum Selbstzweck.

Andere haben neue Formate und Angebote für Kunden entwickelt. Damit treffen sie in diesen Zeiten einen Nerv, denn zum Beispiel die digitale Eventproduktion oder das virtuelle Studio lassen sich gut vermarkten. Wieder andere fotografieren auch während der Krise gut weiter, weil ihr Geschäftsfeld krisenbeständig ist.

Wenn man sich die visuellen Trends für 2021 anschaut, sind es unter anderem Themen wie soziale Gerechtigkeit, Reisen mit Anspruch oder Umwelt und Natur. Auch »wie wollen wir leben und wie können wir das Miteinander nachhaltig und ökologisch gestalten?« Modeproduktionen werden zunehmend mit dem Ausdruck reflektierender Haltung in Designer-Marken inszeniert. Kaum eine Autokampagne ohne die Abbildung von anspruchsvollen, modernen Frauen.

Real ist auch, dass nicht nur Berufsfotografen ihre Bilder und Serien zu vielen Themen auf Online-Plattformen und sozialen Medien einstellen. Viele fotografierende,

nennen wir sie Content-Produzenten, beteiligen sich am Markt und erzeugen Konkurrenz zur Berufsfotografie. Die Veröffentlichung von Fotografie ist nicht länger ein Privileg der professionellen Berufsfotografen. Das verschärft zwar den Wettbewerb, kommt den Publishing-Häusern und Werbetreibenden aber gelegen. Sie suchen überall gute Themen und relevante Bilder und scheren sich selten darum, welche Vita die Urheber haben.

Foto-Business 2021? Wie ein Brennglas wirkt diese Krise auf Kundenbeziehungen und die Kommunikationsprozesse. Beständigkeit und Planbarkeit von Geschäftsbeziehungen leiden darunter. Mancher Unternehmenskunde verzichtet aufgrund der bestehenden Sicherheitsvorkehrungen lieber erst mal auf neue Bilder. Aber es gibt auch positive Effekte: Analoge Formate und Events werden zunehmend hybrid, also auch digital geplant. Das ist eine Chance! Um so wichtiger ist es für Berufsfotografen, sich technisch weiterzuentwickeln. Ein weiterer relevanter Aspekt sind Inhalte. Wer in der Werbung arbeitet, sollte sich die »Content-Konkurrenz« genau anschauen. Inhalte werden auch in der Werbung zunehmend relevanter sein als der schöne Anschein. Neben inhaltlicher und technischer Weiterentwicklung kommt es darauf an, Kooperationen einzugehen und Kontakte zu pflegen. Dazu zählt besonders eine gute digitale Business-Kommunikation. Geduld benötigen wir weiterhin – was nicht bedeutet, dass wir nichts tun können und sollten. Alles bleibt anders – bleiben Sie gesund!