

Teil A

FOTOS MACHEN	11
--------------------	----

Kapitel 1

EINLEITUNG	13
1.1 Was ist Stockfotografie?	14
1.2 Kurze Geschichte der Stockfotografie	15
1.3 Der Unterschied zwischen Stockfotografie und Auftragsfotografie	16
1.4 Für wen ist dieses Buch?	17
1.5 Aufbau des Buches	18
1.6 Fotografieren als Hobby und als Beruf	19
1.7 Über den Autor	20

Kapitel 2

AUSRÜSTUNG	21
2.1 Kamera	22
2.2 Objektive	25
2.3 Zubehör	28

Kapitel 3

BELEUCHTUNG	33
3.1 Kompaktblitze	34
3.2 Studioblitze	36
3.3 Lichtformer	36
3.4 Entfesselt Blitzen	37
3.5 Den Blitz befestigen	39
3.6 Beleuchtung lernen	40

Kapitel 4

GESTALTUNGSREGELN	43
4.1 Farbe	44
4.2 Form	45
4.3 Perspektive	48
4.4 Kontrast	50
4.5 Sehen lernen	50
4.6 Was ist ein gutes Stockfoto?	51
4.7 Gestaltungsregeln für Stockfotos	52
4.8 Formatwechsel	56
4.9 Trends erkennen	57
4.10 Regeln brechen	57

Kapitel 5

BELIEBTE MOTIVE	59
5.1 Menschen	60
5.2 Business	70
5.3 Lebensmittel	76
5.4 Feiertage	78
5.5 Freisteller	78
5.6 Texturen und Hintergründe	81

Kapitel 6

MEHR MOTIVE	83
6.1 Blumen und Pflanzen	84
6.2 Tiere und Zoos	86
6.3 Architektur	88
6.4 Illustrationen und Vektoren	89
6.5 Reisefotografie	91
6.6 Kunstfotos	94

Kapitel 7

TECHNISCHE BILDQUALITÄT	95
7.1 Technische Voraussetzungen	96
7.2 Scans verkaufen?	100
7.3 Metadaten	101

Kapitel 8

INSPIRATION	105
8.1 Zeitschriften-Clippings sammeln	106
8.2 Postkarten	108
8.3 Kataloge	108
8.4 Medienkonsum	109
8.5 Gezielte Suche	110
8.6 Inspirieren statt kopieren	111

Kapitel 9

DIE ARBEIT MIT MODELS	113
9.1 Unterschiede zwischen Models und Amateuren ..	114
9.2 Models finden	114
9.3 Model aussuchen	116
9.4 Models vorbereiten	120
9.5 Mit Models arbeiten	126
9.6 Bezahlung der Models	130

Kapitel 10

REQUISITEN	135
10.1 Was sind gute Requisiten?	136
10.2 Requisiten finden	137
10.3 Welche Requisiten nutzen?	139
10.4 Einige Worte über Schmuck	142

Kapitel 11

LOCATIONS	143
11.1 Im Studio	144
11.2 On Location	144
11.3 Outdoor	146

Kapitel 12

RECHTLICHES	149
12.1 Urheberrecht	150
12.2 Persönlichkeitsrechte	151
12.3 Eigentumsrechte	154
12.4 Marken- und andere Schutzrechte	156
12.5 Fotografierverbote	158
12.6 Der Gang zum Anwalt	158
12.7 Zu viel Bürokratie?	159

Kapitel 13

LICHTAUFBAU	161
13.1 Superweiches Licht	162
13.2 Hartes dunkles Licht	165
13.3 Licht plus Hintergrund	166

Kapitel 14

STOCKAUDIO UND STOCKVIDEO	169
14.1 Stockvideo	170
14.2 Stockaudio	173

Teil B

FOTOS VERKAUFEN	175
-----------------------	-----

Kapitel 15

ARBEITSABLAUF	177
---------------------	-----

Kapitel 16	
BILDAUSWAHL	183
Kapitel 17	
BILDBEARBEITUNG	187
Kapitel 18	
VERSCHLAGWORTUNG	195
18.1 Die Wichtigkeit von Suchbegriffen	196
18.2 Arten von Verschlagwortung	197
18.3 Richtig universell verschlagworten	201
18.4 Keywords eintragen	207
18.5 Programme zum Verschlagworten	209
18.6 Keyword-Spam	213
18.7 Beliebte Keywords	214
18.8 Verschlagwortung auslagern?	218
18.9 Suchbegriffe übersetzen	218
18.10 Suchbegriffe für Stockvideo und Stockaudio	219
18.11 Bildtitel und Bildbeschreibung	220
18.12 Tipps zur Verschlagwortung	220
Kapitel 19	
DATEIORGANISATION UND ARCHIVIERUNG	223
19.1 Dateien benennen	224
19.2 Daten sichern	227
Kapitel 20	
BILDAGENTUREN	231
20.1 Verschiedene Agenturmodelle	232
20.2 Bildagenturen finden	237
20.3 Bildagentur auswählen	245
20.4 Hinweise zur Agenturanmeldung	249
20.5 Rechte an den Bildern in Agenturen nach dem Tod	250
20.6 Übersicht einiger Bildagenturen	251
Kapitel 21	
HOCHLADEN	271
21.1 Hochladen auf die Agenturwebseite	272
21.2 Hochladen über FTP	272
21.3 Versand von Datenträgern	272
21.4 Einpflegen in Agenturwebseiten	273

21.5	Workflow vereinfachen	275
21.6	Kostenlose Fotos anbieten?	278
21.7	Einfache Fotoverwaltung	280

Kapitel 22

STATISTIK		283
22.1	Grundlegende Datenerhebung	284
22.2	Analyse hilfreicher Werte	287
22.3	Werte automatisch ausrechnen	293
22.4	Online-Tools	294

Kapitel 23

ANDERE VERTRIEBSWEGE		295
23.1	Direktverkauf	296
23.2	Fotos auf Plakaten, T-Shirts und Karten	297
23.3	Ausstellungen	299
23.4	Affiliate-Links	300

Kapitel 24

PROFESSIONALITÄT		303
24.1	Umgang mit Models	304
24.2	Corporate Identity	305
24.3	Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern	308

Kapitel 25

MARKETING, WERBUNG, INFORMATIONEN		311
25.1	Marketingmethoden für Stockfotografen	312
25.2	Referenzen finden und sammeln	321
25.3	Signal-To-Noise-Ratio	324

Kapitel 26

VERSICHERUNGEN UND VEREINE		327
26.1	Versicherungen	328
26.2	Vereine und andere Vereinigungen	329
26.3	Berufsverbände	332

Kapitel 27

GEWERBE UND STEUERN		335
27.1	Gewerbe oder Freiberufler?	336
27.2	Steuern	337
27.3	Buchhaltung	338

Kapitel 28

BERUFSSKRANKHEITEN	341
28.1 Hand	342
28.2 Rücken	343
28.3 Augen	343

Kapitel 29

EINNAHMEN	345
29.1 Lee Torrens (microstockdiaries.com)	346
29.2 Michael Rosenwirth (microstock.wordpress.com)	348
29.3 Roberto Marinello (mystockphoto.org)	349
29.4 Marta P. (Milacroft) (http://brandelli.wordpress.com)	350
29.5 Laurent Dambies (http://microstockexperiment.blogspot.com)	352
29.6 Marek Uliasz (http://microstock.pixelsaway.com)	354
29.7 Matt Antonio (niltomil.com)	357
29.8 Robert Kneschke (alltageinesfotoproduzenten.de)	359

Kapitel 30

WORTE ZUM SCHLUSS	361
-------------------------	-----

Anhang A	363
-----------------------	-----

Anhang B

BILDTEIL	385
----------------	-----

Index	409
--------------------	-----