

Inhalt

- 9 Vorwort
- 10 Erfolg als kommerzieller Fotograf im 21. Jahrhundert

PLANUNG – Gut vorbereitet starten

- 15 Wege in die Berufsfotografie
- 17 Die Bedeutung der formellen Ausbildung
- 22 Wodurch sich der autodidaktische Zugang unterscheidet
- 24 Ein Licht aufgehen lassen
- 26 Wann selbstständig werden?
- 28 Wie bekommt man die ersten Kunden?
- 31 Was muss man beim Berufsstart berücksichtigen?
- 32 Wann braucht man einen Business-Plan?
- 34 Wie auf die Honorarfrage antworten?
- 38 Wie das Geschäft angehen?

PERSPEKTIVEN – Fotos machen und anbieten

- 44 Welche fotografischen Bereiche (k)eine Zukunft haben
- 49 Wer die Bildeinkäufer sind
- 50 Was ein Kostenvoranschlag enthält
- 55 Was wissen Sie über Ihre Kunden?
- 59 Die 2-Mappen-Strategie
- 63 Warum freie Projekte für Fotografen so wichtig sind
- 69 Die eigene Fotografie einordnen können
- 74 Wo das Selbstmarketing anfängt
- 79 Die Lage ist ernst, aber nicht hoffnungslos

PROFIL – *So fokussieren Sie sich*

- 86 Ihre Persönlichkeit ist Ihr Kapital
- 87 Wie Marken wirken
- 90 Wozu braucht man ein Profil?
- 92 Was bieten Sie Besonderes oder: Wie lautet Ihr USP?
- 93 Wie gut ist Ihr Einfühlungsvermögen?
- 95 Ihr Auftritt macht Eindruck
- 99 Wie stark ist Ihr Selbstwertgefühl?
- 101 Wie Sie Ihr Profil erarbeiten
- 107 Exkurs: Die fotografischen Bereiche
- 111 Stellen Sie sich vor oder: Was ist ein „Elevator Pitch“?
- 115 Exkurs: Über Pseudonyme und Tarnnamen

PRÄSENZ – *So werden Sie sichtbar*

- 118 Eine klug angelegte Website ist die Basis Ihres Erfolges
- 119 Die Wahl des Domainnamens
- 122 Wozu dient die Website?
- 124 Welche E-Mail-Adresse wählen?
- 125 Was muss außer Fotos auf die Website?
- 132 SEO oder: Wie Ihre Kunden Sie finden
- 136 Web 3-Stufen-Plan
- 138 Warum man sein Können vermitteln muss
- 140 Wie wichtig sind „Social Media“ für Fotografen?

PRÄGNANZ – *So machen Sie Eindruck*

- 146 Briefpapier und Visitenkarte
- 149 Schriftverkehr on- und offline optimieren
- 151 Werbekarte und Folder
- 155 Das Telefonat
- 157 Die Kundenpflege
- 160 Exkurs: Entspannt und gut gelaunt durch Essen

PROMOTION – *Sich ins Gespräch bringen*

- 162 Konsumenten auf sich aufmerksam machen
- 163 Was ist „Permission Marketing“?
- 167 Die Auftragsakquise: Es geht auch schlauer
- 169 Wie man sich hochtelefoniert
- 171 PR oder: Wie komme ich in die Medien?
- 176 Portfolioreviews in Agenturen und auf Festivals
- 181 Super-Promo: Ausstellung und Buchveröffentlichung

POSTSKRIPT – *Ganbatte kudasai!*

- 188 Mit Absagen umgehen
- 189 Einen Job ablehnen
- 190 Wäre nicht alles einfacher, hätte man eine Repräsentanz?
- 193 Das Prinzip der kleinen Schritte
- 196 5 Ratschläge auf den Weg

PARAGRAFEN – *Hinweise von Rechtsanwalt Tim Hoesmann*

- 198 Grenzen der Eigenwerbung
 - 200 Wichtig zu wissen: Über das Urheber- und Lizenzrecht
 - 207 Das Schönste zum Schluss: Die Rechnung
-
- 211 Anmerkungen