



ERFOLG IM FOTO- BUSINESS

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

Silke Güldner

Dankel	6
Anmerkung	6
Vorwort	7
01/WER BIN ICH?	8
Berufsbild Fotograf	9
Richtig starten!	10
Die weibliche Perspektive	12
Wie wird man Modefotograf/in?	14
Die Verlockung!	16
Checkliste für Nachwuchsfotografen	18
Was zählt für den Einstieg ins Business?	20
Gute Aussichten für junge Fotografen?	22
Ich bin dann mal Fotograf	24
Machen Sie Fortschritte?	26
Herausforderung Auftragsfotografie	28
Was macht ein Bild erfolgreich?	30
Probieren geht über Studieren!	32
Organisation	34
Wer schiebt, verliert!	35
Digitale Transformation in der Auftragsfotografie	37
Herrliche Zeiten!	39
Professionelle Berufsfotografie	41
Organisieren Sie sich!	43
Digitale Bildabstimmung erfordert Disziplin	45
Ist Ihr Workflow effizient?	47
Projektmanagement für Fotografen	49
Selbstmanagement im Fotobusiness	51
Lassen Sie sich fördern!	53
Profil & Positionierung	55
Mit Haltung!	56
Cross-Selling ist auch was für Fotografen	58
Die neue Kraft der Bilder	60
Sind Sie attraktiv?	62
Positionierung für Porträtfotografen	64
Der Kunde ist König	66
Der neue Fotojournalismus	68
Nachgefragt	71

02/WAS KANN ICH?	72
Motivation & Inspiration	73
Mehr Erfolg mit Ausdauer	74
Eine gute Idee!	76
»Hangover« oder die Sache mit der Motivation	78
Fotografie mit Mehrwert	80
Cheese!	82
Augen auf! Alles ist schon da	84
Erkennen Sie Ihre Stärken!	86
Workout für Fotografen	88
Coaching – das Navi für Fotografen	90
Die Inszenierer und die Observierer	92
Eine schöne Bescherung	94
Portfolio & Präsentation	96
Gekonnt editieren!	97
Portfolio reloaded!	99
Das Meisterstück	101
Es muss sich was bewegen!	103
Die erste Mappe!	105
Begeistern Sie Ihre Kunden!	107
Herausforderung Hochzeitsfotografie	109
Gute Fotografen-Websites sind selten	111
Die Qual der Wahl	113
Welche Portfolios finden Beachtung?	115
Ist Geiz geil?	117
Praxistest Portfolio-Walk	119
Nachgefragt	121

03/WIE VERKAUFE ICH MEIN KÖNNEN?	122
Akquisition	123
Wie gewinnen Fotografen neue Kunden?	124
Akquisition mit Design-Thinking!	126
Hilfe Akquise!	128
Ein Blick hinter die Kulissen	130
»Jäger und Bummler«	132
Auftreten & Kommunikation	134
Auffallen, ohne zu nerven!	135
Wir verstehen uns!	137
Verhandeln lohnt sich	139
Business-Kommunikation für Fotografen	141
Ein Corporate-Design-TÜV für Fotografen bitte!	143
Was wollen Art Buyer?	145
Wie Fotografen ihre Arbeit vorstellen	147
Ein Telefonat mit Kunden ist für viele Fotografen ein echter Hindernislauf	149
Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte	151
Rollenspiele	153
Honorargestaltung	155
Machen Sie sich schlau!	156
Ein unmoralisches Angebot	158
Verschenken oder verkaufen?	160
Die Kunst der Preisgestaltung	162
Ein seriöses Angebot	164
Geschenkt ist noch zu teuer!	166
Marketing & Social Media	168
Was bringen Wettbewerbe für Fotografen?	169
Wortgewandt!	171
Machen Sie Druck!	173
Der Blog, ein »Must have«	175
Achtung Auftrag!	177
Teilen macht Freunde	179
Schwarmfinanzierung für freie Projekte	181
Lost or found!	183
Alle Jahre wieder	185
Wollen Sie auch eine Ausstellung?	187
Nachgefragt	189
Die Autorin	191

Danke!

Mein Dank gilt dem Fotofachmagazin *ProfiFoto*, das meine Kolumne seit 8 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 84 Kolumnen aus dem Magazin *ProfiFoto* wurden für dieses Buch aktualisiert und ergänzt. Alle Texte wurden redigiert und auf den aktuellsten Stand gebracht. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Buch die männliche Form verwendet. 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

Richtig starten!

Setzen Sie nicht alles auf eine Karte

Scheitern ist »in«, eine Fehlerkultur gehört in vielen Berufen unter Gründern und Selbstständigen dazu. Das ist gut, wenn es um Innovation geht und die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen. Aber manches Start-up riskiert zu viel für den schnellen Erfolg. Es ist nicht zwingend notwendig, erst einmal alles in den Sand zu setzen. Manche Fotografen machen den Eindruck, dass sie es darauf abgesehen haben, zu scheitern. Denn abgesehen von hoher Motivation und einer Profikamera lässt wenig darauf schließen, dass sie wissen, wie die Branche tickt, welche Stolperfallen lauern oder was einen Proffotografen ausmacht.

Warum glauben eigentlich so viele, dass sie Fotograf bzw. Berufsfotograf sind oder werden können? Immer wieder führe ich Gespräche mit (jungen) Menschen, die lieber fotografieren wollen, als in ihrem eigentlichen Beruf zu arbeiten. Sie haben einen Beruf erlernt oder ein Studium absolviert und damit gute Aussichten, in Zukunft einen soliden oder interessanten Beruf auszuüben. Einen Beruf, der unter Umständen mehr Sicherheit oder Erfolg bietet als die Berufsfotografie. Trotzdem ist der Fotografen-Beruf ihr Traum und sie beginnen zu fotografieren oder tun das sowieso seit ihrem 5. Lebensjahr (wer nicht?). Erste Instagram-»Erfolge« und das Lob eines Kollegen machen ihnen Mut und bestärken sie in ihrem Vorhaben. Dann kommt ein Hochzeitsjob aus dem Bekanntenkreis oder ein kleiner Auftrag für eine Handwerks-Firma und die Entscheidung steht fest: Läuft, ich bin Fotograf.

Leider entscheiden sich diese Gründer für den Beruf, ohne zu wissen, welche Anforderungen er mit sich bringt, welche Hürden zu nehmen sind und was von ihnen auf technischer, fotografischer und unternehmerischer Ebene erwartet wird. Das Berufsbild Fotograf ist seit 2004 nicht mehr geschützt. Im Gegensatz zu vielen anderen Berufen. Ohne Ausbildung oder Studium und leider auch ohne Assistenz bei guten Fotografen machen sich manche selbstständig – lediglich mit ein paar ganz guten Bildern.

Zahlreiche Statistiken* untersuchen regelmäßig, welche zehn Hauptfaktoren die häufigsten Start-up-Fehler sind. Dabei tauchen immer wieder die gleichen Probleme auf. Sie betreffen nicht speziell Fotografen, sondern Gründer aus vielen Branchen. Doch einige sind insbesondere für Fotografen sehr zutreffend. Die wichtigsten vier möchte ich kurz skizzieren. Dabei steht »etwas gründen, was keiner braucht« oft an der Spitze und ist der häufigste Fehler. Ist Fotografie etwas, was keiner braucht, oder gibt es einfach zu viele Fotografen, die den Beruf ergreifen? Darüber lässt sich

diskutieren. Aus meiner Sicht ist Fotografie ein Erfolg versprechender Beruf, solange der Fotograf einige Faktoren für sein Unternehmen berücksichtigt. Zum Beispiel gutes inhaltliches Profil, ein modernes und hochwertiges Leistungsangebot, einen attraktiven Auftritt und ein gutes Netzwerk. Rückwärts gedacht, einfach nur Bilder machen genügt selbstverständlich nicht.

An zweiter Stelle steht »sich zu günstig zu verkaufen«. Berufsfotografen neigen dazu, ihre Preise nicht solide zu kalkulieren und sich oftmals unter Wert anzubieten.

Besonders die Quereinsteiger. Sicher auch ein Grund, warum Kunden sich in puncto Preisverhandlung einiges erlauben.

»Mangelnde Fokussierung« liegt regelmäßig an Platz drei. Im Sinne von wenig spezialisiert auf Branchen, Inhalte oder Bildsprache trifft das für viele Fotografen zu, die gründen. Aber auch die Fokussierung im Hinblick auf gutes Zeitmanagement, das Prioritäten-Setzen oder Projektplanung fehlt manchem Start-up. Und schließlich ein wichtiger Punkt: »Fehler im Marketing und im Vertrieb«. Viele Nachwuchs-Fotografen unterschätzen, wie viel Vorlauf zielgerichtete Akquisition benötigt, um Rücklauf zu erzielen. Und wie viel Zeit strategisches Marketing und Akquisition erfordert.

Wichtig auch »nicht um Unterstützung fragen«. Ich erwähne es, weil ich der Meinung bin, dass Fotografen sich zu wenig austauschen. Besonders wenn sie in keinem Berufsverband sind. Wo sich doch unter Kollegen so manche Frage schneller aus der Welt schaffen lässt.

Wie in jedem anderen Beruf sollten auch Fotografen nicht nur die Business-Basics kennen, um professionell in die Brache einzusteigen und zu wachsen. Auch die Start-up-Fehler sind vermeidbar, wenn das Risiko nicht unterschätzt wird.

*Quellen: Statista; Forbes