

# FOTO-STORYTELLING

**WORKSHOP FÜR FOTOS,  
DIE GESCHICHTEN ERZÄHLEN**



**FINN BEALES**

## Für meine Familie

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.

Bei der Herstellung des Werkes haben wir uns zukunftsbewusst  
für umweltverträgliche und wiederverwertbare Materialien  
entschieden.

Der Inhalt ist auf elementar chlorfreiem Papier gedruckt.

ISBN 978-3-7475-0301-0

eISBN 978-3-7475-0302-7

1. Auflage 2021

[www.mitp.de](http://www.mitp.de)

E-Mail: [mitp-verlag@sigloch.de](mailto:mitp-verlag@sigloch.de)

Telefon: +49 7953 / 7189 - 079

Telefax: +49 7953 / 7189 - 082

© 2021 mitp Verlags GmbH & Co. KG

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich  
geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des  
Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzu-  
lässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen,  
Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und  
Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen,  
Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne  
besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche  
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-  
Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von  
jedermann benutzt werden dürften.

Übersetzung der englischen Originalausgabe:

Finn Beales, The Photography Storytelling Workshop

First published in the UK in 2020 by White Lion Publishing, an  
imprint of The Quarto Group.

The Old Brewery, 6 Blundell Street

London, N7 9BH,

United Kingdom

T (0)20 7700 6700

[www.QuartoKnows.com](http://www.QuartoKnows.com)

Text and photographs © 2020 Finn Beales

Finn Beales has asserted his moral right to be identified as the  
author of this work.

All rights reserved.

Printed in China

Übersetzung: Claudia Koch

Lektorat: Katja Völpel

Sprachkorrektorat: Petra Heubach-Erdmann

Covergestaltung: Christian Kalkert

Satz: Ulrich Borstelmann



# Inhalt

6	Vorwort
8	Einführung
11	Die Macht der Bilder
13	Die Fantasie anregen
14	Wo fangen wir an?
17	Was Sie brauchen
18	Ausrüstung: DSLR oder spiegellos
20	Ausrüstung: Phone-Apps
21	<b>Übung / Bildbearbeitung auf dem Smartphone</b>

## 22

## Storytelling 1x1

24	Was ist eine Story?
26	Ort
28	Darsteller
30	Ereignis
32	Umweltporträts
34	<b>Projekt / Ein Umgebungsporträt aufnehmen</b>
38	Die Art der Aufnahme
40	Typen: Extreme Totale & Totale
42	Typen: Halbtotale & Halbnah
44	Typen: Nahaufnahme & Cutaway
46	<b>Projekt / Ein Motiv, zehn Fotos</b>
50	Ein Grundgerüst aufnehmen
52	<b>Projekt / Alltagskino</b>

**56****Schritt 1: Pitch**

- 58 Website
- 60 Instagram
- 64 Die richtigen Fragen stellen
- 66 Der kreative Anruf
- 68 **Projekt / Den Job aufbereiten**
- 72 Preisgestaltung
- 74 Das Angebot verkaufen

**76****Schritt 2: Vorbereiten**

- 78 Ein Moodboard entwickeln
- 80 Moodboards für Farbe
- 84 Farbpaletten kombinieren
- 86 Die eigene Farbpalette für die Bearbeitung entwickeln
- 86 **Übung / Die Farbabstufung**
- 88 **Projekt / Bearbeiten wie ein Maler**
- 90 Location-Recce
- 92 Mission Control

**96****Schritt 3: Aufnahme**

- 98 Die Motive treffen
- 100 Das Licht sehen
- 102 Arten von Sonnenlicht
- 104 **Projekt / Mysterien fotografieren: Silhouetten**
- 108 Kameraeinstellungen
- 110 Aufnahmen mit Festbrennweiten (Prime)
- 112 **Übung / Handyporträts**
- 114 Aufnahmetechnik: Rembrandt
- 115 **Übung / Rembrandt-Beleuchtung**
- 116 Aufnahmetechnik: Catchlights
- 117 **Übung / Mit Catchlights experimentieren**

- 118 Aufnahmetechnik: 50 & Stitch (Brenizer-Methode)
- 119 **Übung / Stitching**
- 120 Aufnahmetechnik: Schwenken für Anfänger
- 121 **Übung / Schwenken mit einem Smartphone**
- 122 **Projekt / In Bewegung bleiben: Bewegungunschärfe**
- 126 Aufnahmetechnik: Kamerafahrt
- 127 **Übung / Kamerafahrt**
- 128 Aufnahmetechnik: Cineastisch
- 130 **Projekt / Traumscenen mit Lens Flares (Blendenflecken)**
- 134 Aufnahmetechnik: Unsauberer Vordergrund

**136****Schritt 4: Bearbeiten**

- 138 Zeit sparen: Ihre Bilder organisieren
- 140 Eine Auswahl treffen
- 142 Sammlungen in Lightroom
- 143 **Übung / Sammlungen anlegen**
- 144 Farbkorrekturen: Grundkorrekturen
- 148 **Projekt / Fotografieren mit Film, um die Farbe zu beeinflussen**
- 150 Filmkörnigkeit und Effekte
- 150 **Übung / Lichtlecks hinzufügen**
- 152 Die Story zusammenbauen
- 158 Backup, Backup, Backup

**162****Schritt 5: Liefern**

- 164 Dateiformate
- 166 Schärfen
- 168 **Projekt / Finalisieren**
- 172 Ausgewählte Bilder liefern
- 174 **Index**
- 176 **Keine Ziellinie**



# Vorwort

von Alex Strohl

Ich habe als Grafikdesign-Student angefangen und bin an der Universität zur Fotografie gekommen. Einer meiner Kurse, »Einführung in die Fotografie«, wurde von einem Veteranen der Dokumentarfotografie geleitet, der uns ermutigte, Filmkameras zu benutzen, und uns eine Reihe von Techniken der alten Schule beibrachte, darunter auch, wie man vom Negativ zum Abzug gelangt und wie man abwedelt und nachbelichtet, wie es Ansel Adams berühmterweise tat. Diese neue Welt war aufregend, und ich folgte nur meiner Neugierde, ohne einen klaren Plan in Sicht, bis ich irgendwie damit endete, Werbekampagnen für einige der größten Marken der Welt zu fotografieren und mir eine Nische in der wettbewerbsorientierten Welt der Abenteuerfotografie zu erobern. Nie hätte ich mir vorstellen können, dass ich ein erfolgreiches Fotostudio mit einem Vollzeitteam in den Wäldern von Montana leiten würde.

Unter den talentierten Menschen, die ich auf dieser Reise getroffen habe, ist Finn derjenige, der mich dazu inspiriert hat, Geschichten in meiner Arbeit zu verwenden. Dies wiederum veranlasste mich, einen Workshop zu veranstalten, der sich auf einen Ansatz des visuellen Geschichtenerzählens konzentriert. Nach Abschluss der Dreharbeiten war ich richtig heiß darauf, nach Hause zu kommen und ihn auf eine ganz neue Art und Weise zu betrachten – seinen Prozess zu verfolgen und nach Geschichten im Alltag zu suchen. Seine Methode zum Aufbau einer Erzählung unter Verwendung der drei wichtigen Komponenten: 1. Charakter, 2. Ort, 3. Ereignis (das in diesem Buch behandelt wird) hat mich ermutigt, meine

eigene Herangehensweise an meine fotografischen Projekte zu überdenken.

Finn und ich gehören zu einer neuen Generation von Kreativen, die ihre Karrieren aus dem Leben an abgelegenen Orten aufgebaut haben. Mit dem Aufkommen des Internets und insbesondere der sozialen Medien sind die Zeiten vorbei, in denen Fotografen in Paris, New York oder einer anderen Großstadt ansässig sein mussten, um es zu »schaffen«. Die Zeiten, in denen man, wenn man Fotograf werden wollte, ein Praktikum bei einer Lokalzeitung machen musste, sind vorbei. Alles, was man braucht, ist eine Kamera, ein Telefon und einen Internetzugang. Und ein paar verdammt gute Geschichten zum Erzählen. Das ist aufregend, weil es die Kontrolle wieder in die Hände der Kreativen legt. Es hat den Weg bereitet, da wir alle die gleichen Werkzeuge haben und nur die Geschichten und Ideen den Unterschied ausmachen. Das sieht man an Finns Fotografien im ganzen Buch, so wie er seine heimatliche Umgebung in Wales als Kulisse für seine Aufnahmen nutzt.

Finn und ich sind beide Seiltänzer, sind manchmal heruntergefallen, aber immer wieder aufgestiegen und haben weitergemacht. Er war mutig und hat seinen eigenen Weg gewählt, und als Ergebnis ist er ein Weltklasse-Fotograf geworden, der jede seiner Leistungen verdient hat. Dieses Buch erzählt von den Praktiken, die ihm geholfen haben, dorthin zu gelangen, zusammen mit dem Wissen von den unzähligen Projekten für alle Marken, die man sich erträumen kann. Es gibt nur eine Handvoll Leute, die dieses Buch schreiben könnten, und Finn steht ganz oben auf dieser Liste.

# Einführung

Unsere Welt ist heute überflutet von Bildern, aber was bringt die Menschen dazu, nicht weiterzuscrollen oder vorbeizugehen? Was bringt sie dazu, sich an ein Bild oder die Arbeit eines Fotografen zu erinnern? Meiner Meinung nach sind es die Geschichten, die sie erzählen. Geschichten sind die eigentlichen »Influencer«. Von Märchen und Legenden über religiöse Texte bis hin zu politischen Kampagnen – es sind die Geschichten, die uns fesseln, und die Emotionen, die sie hervorrufen, die die Botschaften nachhaltig machen. Das Ziel dieses Buches ist es, Ihnen dabei zu helfen, langlebige Fotos zu schaffen, die Dorothea Lange als »second lookers« bezeichnete. Dabei wird ein bewährter Ansatz verwendet, der die Geschichte in den Mittelpunkt stellt.

## So lesen Sie dieses Buch

Wir beginnen mit den Grundlagen, einschließlich der Ausrüstung, die Sie benötigen, und der Essenz eines großartigen Fotos. Dann untersuchen wir das Handwerk des Storytellings und wie es auf die Fotografie übertragen werden kann. Von da an folgt das Buch dem Prozess der Erstellung einer Fotostory. Ich berichte über das Pitching für die Arbeit und die Vorbereitung, das eigentliche Shooting, den Schnitt und die endgültige Zusammenstellung Ihrer Bilder. In jedem Abschnitt finden Sie Schritt-für-Schritt-Übungen, die grundlegende Techniken und Projekte illustrieren, um Ihre Kreativität herauszufordern und Ihre Fähigkeiten zu erweitern. Außerdem finden Sie Tipps, kreative Texte und zahlreiche Beispiele aus der Praxis.

## Der Workshop

Dieses Buch wurde von einer Fotostory inspiriert, die ich für eine Firma namens Cool & Vintage mit Sitz in Portugal erstellt habe. Cool & Vintage hat sich auf die Restaurierung von Oldtimer-Land-Rovern spezialisiert, aber betrachten Sie dies nicht als ein Automobil-Shooting. Ich möchte Ihnen zeigen, wie man ein Produkt (z. B. ein Auto) in eine umfassendere Geschichte einbaut, die für eine unterhaltsamere Bildgeschichte sorgt.

Mit dem Aufstieg des Influencer-Marketings ist dies bei der Entwicklung von Markeninhalten für Plattformen wie Instagram besonders nützlich. Unkompliziertes Product Placement ist für mich ein fauler Weg, um etwas zu vermarkten. Es ist viel besser, eine Geschichte um ein Produkt herum aufzubauen und dabei das Publikum zu unterhalten.

In diesem Workshop werden wir also pitchten, vorbereiten, aufnehmen, schneiden und liefern.

Am Ende dieses Buches werden Sie in der Lage sein, sich um Aufträge zu bewerben, sie zu gewinnen und ein Shooting von Anfang bis Ende durchzuführen. Wir werden uns mit der Vorbereitung des Shootings befassen, einschließlich der Arbeit mit Moodboards und Call-Sheets, der Regie von Models und der Postproduktion und Bearbeitung. Wir werden sogar das heikle Thema der Preisgestaltung Ihrer Arbeit ansprechen.









# DIE MACHT DER BILDER

Was ich an der Fotografie gegenüber anderen Medien am meisten liebe, ist, dass immer etwas der Fantasie des Betrachters überlassen bleibt. Ich vergleiche das mit dem Unterschied zwischen einem Film und einem Buch: Ich mag beides, aber manchmal bin ich enttäuscht, wenn ich mir einen Film anschaue, nachdem ich dieselbe Geschichte gelesen habe. Vermutlich weil ein Buch es mir erlaubt, meine eigene Vorstellungskraft einzubringen. Die Geschichte fühlt sich reicher an, weil mein Geist auf einer tieferen Ebene arbeitet. Dasselbe empfinde ich bei Fotos.

*Was lesen meine Kinder hier? Wo sind sie?*

Diese Fragen stellen Sie einem Fremden, der das Bild anschaut, um sein Interesse zu wecken.

Fotografien lassen Lücken in der Erzählung, die der Betrachter mit seiner eigenen Fantasie füllen kann. Es bleibt immer etwas unbeantwortet; es gibt keine verbale Kommunikation, keine Geräusche oder Musik, die Atmosphäre schaffen. Diese Gefühle müssen allein in den Bildern vorhanden sein, und das Foto sollte gerade genug aussagen, um den Wunsch nach mehr Wissen zu aktivieren. Das kann von der Beleuchtung herrühren oder vielleicht von einer Nahaufnahme des Gesichts oder der Hände einer Person. Ein Bild sollte ein intuitives Bauchgefühl hervorrufen – es mag keine rationale Erklärung dafür geben, aber Sie wissen, wann Sie es spüren.

## TIPP

- / Stellen Sie Ihrem Publikum Fragen und legen Sie Ihr Bild so an, dass es der Fantasie des Zuschauers etwas übrig lässt. Verraten Sie nicht zu viel.

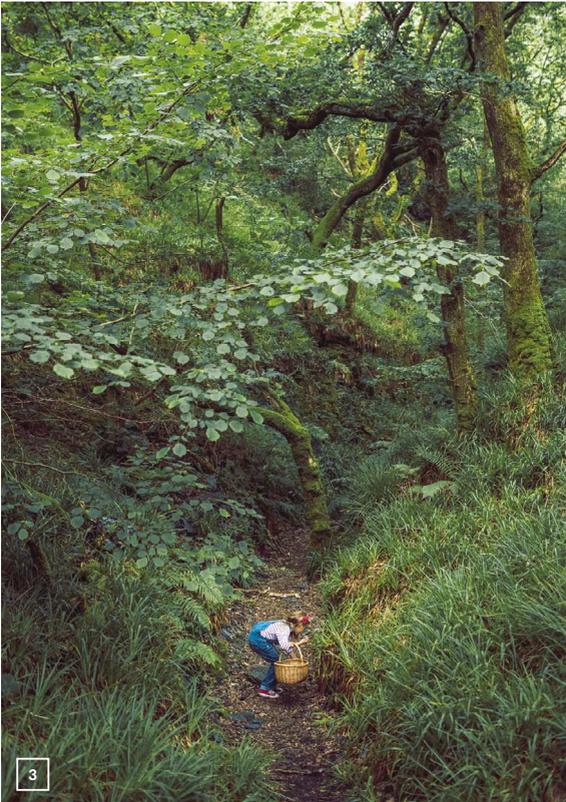


Foto für Florest von Sian Tucker. Veröffentlichung: Kyle Books.

# DIE FANTASIE ANREGEN

Fotografien, die Lücken in der Erzählung lassen, erlauben es dem Betrachter, sie mit seiner eigenen Vorstellungskraft zu füllen. Aber wie erschaffen Sie solche Bilder?

## 1 STELLEN SIE IHREM PUBLIKUM EINE FRAGE

Es ist schön, etwas nicht zu wissen. Das aktiviert den Geist. Gestalten Sie Ihre Bilder auf eine Weise, die dem Publikum eine Frage stellt und es in Ihre Arbeit mit einbezieht.

Nehmen Sie dieses Bild: Es gibt hier eine Geschichte, aber sie ist nicht offensichtlich. Was schaut mein Sohn an? Warum steht er auf so viel Treibholz? Ist er in Gefahr? Legen Sie Ihre Aufnahmen so an, dass die Personen im Bild auf etwas außerhalb des Bildausschnitts blicken, um das Bild interessanter zu machen.

## 2 DER GRUND, AUF DEN AUSLÖSER ZU DRÜCKEN

Wenn Sie ein Foto machen, bewahren Sie im Wesentlichen eine Erinnerung. Ihre eigenen Erinnerungen sind der Grund, um den Auslöser zu betätigen. Denken Sie an Ihre eigene Kindheit: lustige Zeiten, traurige Zeiten, aufregende Zeiten und so weiter

Ein weiteres Bild von H. hier. Radfahren zu lernen ist für die meisten Menschen eine starke Erinnerung ... die Freiheit, die Geschwindigkeit und der Nervenkitzel der Erkundung auf zwei Rädern. Als ich das T-Shirt von H. sah, das mit Schlamm aus seinem BMX bespritzt war, weckte das eine Flut von Erinnerungen aus meiner eigenen Kindheit. Ich wollte diese Erinnerung bewahren. Ich hatte einen Grund, auf den Auslöser zu drücken.

## 3 DAS VERSTÄNDNIS VON EMOTION NEU DEFINIEREN

Emotion ist nicht nur lachen oder weinen. Es ist ein instinktives Gefühl, das mit dem menschlichen Zustand zusammenhängt. Denken Sie darüber genauso nach wie über die Umgebung, in der Sie arbeiten. Motivieren Sie Ihre Motive, etwas zu tun, mit dem sich Ihr Publikum identifizieren kann.

Nehmen Sie sich die Beispiele meiner Tochter, die Haselnüsse sammelt – vor allem das erste Bild. Ich habe ein schönes Porträt von ihr stehend mit dem Korb, das ich hätte nehmen können, aber ich wollte dieses. Sie bückt sich, den Korb am Arm, um eine Nuss vom Waldboden aufzulesen – ein Bild über die menschliche Existenz und nicht nur ein Mädchen im Wald. Es hat mehr Emotionen. Das Publikum kann es nachempfinden.

# WO FANGEN WIR AN?

Den Anfang zu finden, kann schwierig sein. Es gibt eine Million Möglichkeiten, sich herauszureden – und zu sagen, dass es ein Werk bereits gibt, ist eine einfache Ausrede. Aber jeder Mensch ist anders, das heißt, jeder hat eine andere Einstellung, auch wenn die fotografierten Personen die gleichen sind.

## FOLGEN SIE IHREN INTERESSEN

Sie sollten nicht auf das schauen, was populär ist, und es einfach wiederholen. Das sehe ich immer wieder bei Plattformen wie Instagram, die von der Popularität getrieben sind. Einem Trend zu folgen, ist ein Rezept für leere Kunst, und indem man dem Trend nachjagt, wird man beeinflusst, anstatt der Influencer zu sein. Wenn Sie sich von der Masse abheben wollen, müssen Sie an Ihrer Erzählweise feilen und Ihrem Herzen folgen.

Was die Motive für Ihre Fotografien betrifft, so wissen nur Sie, was Sie neugierig macht, was Ihr Interesse weckt, was Sie zum Fotografieren aus dem Haus lockt. Ich kann Ihnen Techniken beibringen, mit denen Sie Ihre Fähigkeiten zum Geschichtenerzählen verbessern können, aber ich kann Sie nicht zu jemandem machen, der Sie nicht sind. Ich kann das nicht genug betonen.

## ERZÄHLEN SIE LOKALE GESCHICHTEN

So inspirierend es auch sein mag, endlose Ströme epischer, ortsbezogener Bilder auf Plattformen wie Instagram anzuschauen – es kann Ihren kreativen Prozess behindern. Wenn es Ihnen so geht, schließen Sie die App für eine Woche. Lassen Sie sich davon nicht beeinflussen. Machen Sie langsam und nehmen Sie Ihre eigene Umgebung wahr. Sie werden erstaunt sein, was Ihnen in den Sinn kommt, wenn Sie nicht abgelenkt sind.

Sie müssen nicht an exotische Orte reisen, um großartige Fotos zu machen. Einige meiner Lieblingsbilder (und übrigens auch die beliebtesten Bilder auf Instagram) habe ich zu Hause gemacht. Der Einsatz von Licht, die Motive und die daraus abgeleiteten Geschichten erledigen die Arbeit. Diese Bilder hätten überall fotografiert werden können.

George Tice, der berühmte amerikanische Fotograf, der für seine Dokumentarfotos über das Alltagsleben in seiner Heimatstadt in New Jersey geschätzt wurde, sagte:

*»Als ich mit meinem Projekt weiter vorankam, wurde mir klar, dass es wirklich unwichtig war, wo ich fotografierte. Der jeweilige Ort bot einfach nur einen Vorwand, um Werke zu produzieren ... man kann nur das sehen, was man bereit ist zu sehen – was den eigenen Geist zu dieser bestimmten Zeit widerspiegelt.«*

Technologien ändern sich, Trends ändern sich, Moden ändern sich, aber die Grundlagen des guten Geschichtenerzählens sind seit Jahrtausenden gleich.

### TIPP

- / Vertrauen Sie Ihren Instinkten und folgen Sie Ihrem Bauchgefühl. Machen Sie Arbeit, die Sie interessiert, und schauen Sie, ob das Ergebnis passt. Wenn die Gründe stimmen, wird sie sich wahrscheinlich durchsetzen.



# INDEX

- A**  
8mm-App 20  
50 & Stitch Technik 118–119, 156  
Abwedeln 21  
Adams, Ansel 21  
Afterlight 2 App 20  
Angebot aushandeln 73, 74–75  
Apps 17, 20  
Atmosphäre  
Dunst 128–129  
im Storytelling 25  
Licht und 100–101, 114–115  
Atmosphäre Aerosol 128  
Ausgabeschärfen 167–171  
Aufnahmetypen  
cineastisch 128–133  
Cutaways/Details 38–39, 44–45, 54  
Extreme Totale 40, 53  
Fotoliste 92–95  
Fotos einrichten 20–21, 38–39, 41  
Halbtotale 42–43, 53  
Kamerafahrt 126–127  
Nahaufnahme 44–45, 53  
Schwenk 120–125  
Totale 41  
Übergänge 38–39, 44–45  
unsauberer Vordergrund 134–135  
Vogelperspektive 54–55  
Ausrüstung 17–19  
Einpreisen 72, 74  
Auswahl 140–143  
liefern 172
- B**  
Backup 139, 159–161  
Batterien 17, 18  
Bearbeiten  
Abwedeln 21  
Auswahl 140–143  
Bilder organisieren 139  
Farbkorrektur 71, 86–89, 144–149  
Filmkorn 150–151  
Gradationskurve 146  
HSL 146  
Lichtstreifen 150  
Nachbelichten 21
- S-Kurve 146  
Schärfen 166–167  
Smartphone 21  
Software 17, 20  
Teiltonung 147  
Beispielbilder 64, 92  
Belichtung 108  
Abwedeln und Nachbelichten 21  
Bewegungsunschärfe 108, 120–125  
Bewegung  
Kamerafahrt 126–127  
Schwenk 120–125  
Biografie 71  
Blaue Stunde 102–103, 156  
Blende 108  
Blendenautomatik 122, 125  
Blendenautomatik 122, 125  
Brenizer-Methode 118–119, 156  
Brennpunkt 168–171
- C**  
Cadrage-App 20  
Canon EOS 5D Mark IV 18  
Capa, Robert 26  
Cargo Collective 58  
Catchlights 116–117  
Chambers, Jared 63  
Charakter und Narrativ 25, 28–29, 34, 152  
Casting 28–29  
Kleidung und Stil 28, 94  
Umgebungsporträt 32–37  
Wünsche 28, 29  
Chromatische Aberrationen 110  
Cineastisch 128–133  
Cloudspeicher 159–161  
Continual-App 20  
Costa, Dan 98–99  
Cutaways/Details 38–39, 44–45, 54
- D**  
Dabene, Andrea 63  
Daroowala, Rishad 63  
Dateiformate 164–165  
Designpiration 78, 86  
Domainname 58  
Drohne 17  
Dropbox 159, 172  
DSLR-Kamera 17, 18  
Messpunkt 106
- E**  
E-Mail-Adresse 58  
Einfachheit des Storytellings 25, 31, 34  
Eingabeschärfung 167–171  
Emotionen 13  
Farbe 80–85, 87, 88–89  
Porträts 116–117  
Zielgruppe 84–86  
Exklusivität 65  
Exposure-Plugin 17, 150–151
- F**  
Farbe  
angleichen 86–87  
Chromatische Aberrationen 110  
Farbpaletten kombinieren 84–85  
Farbe und Stimmung 147  
Farbkorrektur 71, 144–149  
Farbpalette auswählen 86–89  
Fantasie  
des Betrachters 11, 13  
Farbpalette 71  
Film, fotografieren auf 148–149  
Filmemulation 20  
Filmkorn 108, 150–151  
Fokus  
Feste Brennweite 110  
Punkt 108  
Schwenk 120–125  
Zone 108  
Format 58  
Franklin, Benjamin 72, 76
- G**  
Gegenlicht 104–107  
Geotags 62  
Getty's Usage Calculator 74, 75  
Goldene Stunde 100, 102–103  
GPS-Tracking 62  
Größe einstellen 170
- H**  
Hashtags 62  
Hintergrund  
Bewegungsunschärfe 120–125, 126  
Schärfe 108, 118  
Histogramm 145
- HSL 145, 146  
Hyperlapse-App 20
- I**  
Instagram 58, 60–63, 64  
Intuition 11, 14  
ISO 108
- J**  
JPEG 108, 164–165
- K**  
Kamerataschen 18–19  
Kamera-Einstellungen  
Auto-Fokus 108  
Bildformat 108  
Blende 108  
ISO 108  
Verschlusszeit 108  
Kamerafahrten 126–127  
Kameras 17, 18  
Katalogisieren 139, 159–161  
Kreativkosten 72, 74  
Kreatives Schärfen 167–171  
Kugelfopf 18
- L**  
Landschaften 18  
Layout-Apps 20–21  
Lens-Flare 130–133  
Lizenzgebühren 72, 74–75  
Licht-Leaks 150  
Licht  
Blende 108  
Catchlights 114, 116–117  
diffuses 102–103  
Festbrennweiten 110  
Fülllicht 116  
Gegenlicht 104–107  
Goldene Stunde 100  
iPhone-Porträtmodus 112–113  
ISO 108  
Lens Flare 130–133  
Reflektor 17  
Rembrandt-Beleuchtung 114–115  
Silhouetten 104–107  
Spotmessung 106  
Sun-Surveyor-App 20  
Timing 100  
Umgebungsporträt 36  
Verschlusszeit 108  
Lichterbeschilderung 145  
Lightroom 17, 139, 159  
Bibliothek 139

Entwickeln 144–151  
Kopierliste 172  
Körnung 150–151  
Lupe 140  
Sammlung 142–143  
Schärfen mit 167–171  
Location 152  
  Beleuchtung 100–101  
  Gebühren 72  
  Recce 71, 90–91  
  Story 25, 26–27, 32–37  
  Umgebungsporträt 32–37  
Logo 68, 71  
Luminanz 146

**M**  
Erinnerungen 13  
Speicherkarten 18  
Moodboard 64, 68, 71  
  Beispiele 79  
  Farbe 80–83, 86  
  Quellen 78  
Motive 14

**N**  
Nachbelichten 21  
Nahaufnahmen 26, 27,  
  44–45, 53  
NAS (Network Attached  
  Storage) 160–161  
ND-(neutral-density)  
  Filter 122, 125  
Nebel 128–129, 133  
Nutzungsgebühren 72  
  Getty's Usage Calculator  
  74, 75  
Nutzungszeit 64–65, 75  
Nostalgie 26, 28

**O**  
Objektive 17, 18  
  35 mm 42  
  50 mm 43, 44, 118  
  Festbrennweite  
  110–111  
  Tele 40, 44, 110, 118  
  Zoom 18, 110,  
  130–133  
Objektivität 50  
Organisieren, Bilder 139

**P**  
Schwenk 120–125  
Photopills App 20  
Photoshop 17, 71, 139  
  Bildgröße 170  
  Lichtlecks 150

Pipette 86  
  Schärfen 167–171  
Pircher, Julian 63  
Pitch 56–75  
  Kunden befragen  
  64–65  
Pixieset 172  
Planungsapps 20  
Plot 25, 27, 152  
Porträts 18  
  Catchlights 116–117  
  Gefühle wecken  
  116–117  
  Halbtotale 43  
  iPhone 112–113  
  Rembrandt-Beleuchtung  
  114–115  
  Symbolismus 33  
  Umgebungs- 32–37  
Preis anbieten 65, 67,  
  72–75  
  Verhandeln 73, 74–75  
Projekte und Übungen  
  Bearbeiten wie ein Maler  
  88–89  
  Bewegungsunschärfe  
  122–125  
  Catchlights 117  
  cinéastisch 52–55  
  Ein Motiv, zehn Bilder  
  46–49  
  Filmfotografie 148–149  
  Finalisieren 168–171  
  Kamerafahrten 127  
  Lens Flare 130–133  
  Rembrandt-Beleuchtung  
  15  
  Sammlungen 143  
  Schwenken mit dem  
  Smartphone 121  
  Silhouetten 104–107  
  Stitching 119  
  Umgebungsporträt  
  34–37

**R**  
RAID (Redundant Array  
  of Independent Disks)  
  160–161  
Rauschen 108  
Raw 108, 164–165, 167  
Reflektor 17  
Rembrandt-Beleuchtung  
  114–115  
Requisiten 28  
Retusche 71  
  Angebot 73

**S**  
S-Kurve 146  
Sammlungen 142–143  
  Bearbeiten 86–89  
  Bilder paaren 50–51  
  Farbton 146  
  Fotostory und 144–145  
  Komplementärfarben  
  144–145  
  Luminanz 146  
  Moodboard 80–83, 86  
  Profile 172  
  Psychologische Eigen-  
  schaften 80–85, 87,  
  88–89  
  Sättigung 146  
  Teiltonung 147  
  Zielpublikum und  
  84–87  
Serienmodus 125  
Szene einrichten 26–27  
SCRL App 20  
Schärfentiefe 40–41, 108,  
  110, 118  
Schärfen 166–171  
Shot-Liste 20, 64, 92–95  
Silhouetten 104–107  
SLR 18–19  
Smartphones  
  Apps 17, 20  
  Bildbearbeitung 21  
  iPhone-Porträtmodus  
  112–113  
  Kameras 17, 18  
  Schwenk 121  
Snapseed-App 20, 21  
Software 17  
Spannung 40–41, 52  
Squarespace 58  
Stativ 18, 108  
Stitching 118–119, 156  
Storytelling  
  Aufnahmetypen 38–48  
  Enden 31, 39, 40, 52,  
  55  
  Geschichte aufbauen  
  22, 25, 152–157  
  Plot 25, 27, 152  
Strohl, Alex 6–7, 63  
Struktur im Storytelling  
  25  
Sun-Surveyor-App 20  
Symbolismus 33

**T**  
Thema im Storytelling 25  
Teiltonung 145, 147  
Tice, George 14

Tiefen 102–103  
  abwedeln und nachbe-  
  lichten 21  
  Rembrandt-Beleuchtung  
  114–115  
TIFF (Tagged Image File  
  Format) 164  
Gradationskurven 145,  
  146  
Totale 40–41  
Touchretouch-App 20, 21

**U**  
Übergänge 38–39, 44–45  
Überraschung 31  
Unfold-App 20  
Unsauberer Vordergrund  
  134–135

**V**  
Verlustfrei 164  
Verschlusszeiten 108,  
  120, 122, 125  
  Kamerafahrten 127  
Verzerrung 110  
Videos 20  
Vogelperspektive 54–55  
Vorproduktions 72  
Vorbereitung 76–91  
VSCO-App 20

**W**  
Website-Portfolio 58–59  
Weitwinkel-Fotografie  
  118–119

**Z**  
Zielpublikum 84–87  
Zone-Fokus 108  
Zoom 18, 110, 130–133