

Diese Leseprobe haben Sie beim
 edv-buchversand.de heruntergeladen.
Das Buch können Sie online in unserem
Shop bestellen.

[Hier zum Shop](#)

KAPITEL 1

Das Produkt

1.1	Fotografie platziert das Produkt im Markt	15
1.2	Finde den Fehler – jeder Fehler ist eine Chance	17
1.3	Mehrwert durch Emotion!	19
1.4	So wird das Produkt vermarktet	21



Vergleichen Sie die Produkte, die bereits am Markt sind, und finden Sie gemeinsam mit dem Kunden heraus, was diese gut und was diese schlecht gemacht haben.

Produkt A

- + gute Fotografie
- + Vorteile werden gut durch Bilder präsentiert
- + viel Raum für Texte in den Bildern
- grelle Farben in den Bildern
- Vorteil A ist nicht berücksichtigt
- keine Anwendungsbilder

Produkt B

- + attraktive Person präsentiert das Produkt
- + sehr schöne Farben
- + Präsentation sehr hochwertig
- zu wenig Detailbilder
- keine durchgehende Farbigkeit
- Bilder zu gering aufgelöst
- Ausschnitte zu klein, das Produkt kann nicht gut erfasst werden

Mein Produkt

- + _____
- + _____
- + _____
- + _____
- + _____
- + _____

1.1 FOTOGRAFIE PLATZIERT DAS PRODUKT IM MARKT

Sie haben dieses Buch gekauft, um mehr darüber zu erfahren, wie man Produkte fotografiert. Doch viel wichtiger ist es zuerst einmal, das Produkt, das Sie fotografieren möchten, zu verstehen. Nehmen wir an, Sie haben ein Produkt von einem Kunden erhalten und sollen ein paar Packshots (neutrale Darstellung auf weißem Hintergrund, siehe Seite 61) und ein Mood-Bild (Stimmungsaufnahme, siehe Seite 65) machen. Jetzt liegt es schon zum Teil an Ihnen, ob sich das Produkt verkaufen wird oder nicht. Ja tatsächlich, sollte das Produkt sich nicht so verkaufen wie gewünscht, obwohl es alle Kriterien für einen Verkaufserfolg hat, kann ein schlechtes oder falsches Bild dafür sorgen, dass es nicht im Markt einschlägt.

Doch wie können Sie das von vornherein vermeiden? Setzen Sie sich mit Ihrem Kunden an den Tisch und gehen Sie gemeinsam mit ihm die bereits am Markt platzierten Produkte durch und schauen Sie sich an, wie diese Anbieter ihre Bilder gestaltet haben. Ich habe einen Goldschmied, für den ich seit Jahren viele wunderschöne Ringe fotografiert habe. Wir haben am Anfang festgelegt, dass alle unsere Ringe auf Schwarz fotografiert werden, weil alle anderen Ringe auf einem weißem Grund fotografiert sind. Dies hat zur Folge, dass die Fotos unserer Ringe jetzt besonders auffallen und ganz anders sind als die Fotos der Mitanbieter. Und genau das ist es! Finden Sie heraus, was die anderen machen, stellen Sie Ihr

Produkt gegenüber und lassen Sie sich einen völlig neuen Weg einfallen. Ist alles blau, machen Sie es gelb, ist alles rustikal, machen Sie es bling-bling usw. Nur dann können Sie in einem gesättigten Markt auffallen.

Hören Sie genau zu, was Ihr Kunde sagt.

Lassen Sie Ihren Kunden sprechen und hören Sie zu! Geben Sie Ihren Kunden genug Zeit, alle Vor- und viel wichtiger Nachteile des Produkts zu schildern. Wenn Sie die Nachteile des Produkts kennen, können Sie keinen Fehler in der Präsentation machen. Sollte die Sohle des Schuhs nicht gut sein, liegt es an Ihnen, dieses Manko zu verstecken und das Produkt mehr von oben zu fotografieren. Es ist Ihr Job und es gehört zum Produktfotografen einfach dazu, mitzudenken, und wenn es nicht klappt mit dem Produkt, tragen auch Sie eine Mitschuld!



1.2 FINDE DEN FEHLER – JEDER FEHLER IST EINE CHANCE

Sie haben mit Ihren Kunden einen Weg gefunden, Ihr Produkt im Markt zu positionieren. Jetzt beginnen Sie damit, eine Probeaufnahme zu machen, bevor die Kampagne startet. Geben Sie sich dabei Mühe, aber machen Sie nicht zu viel Aufwand. Dieses Bild dient nur der Veranschaulichung der Darstellung. Zeigen Sie Ihren Kunden, wie Sie sich das Ganze vorgestellt haben, und nehmen Sie ihn mit. Es gibt viele Fotografen, die ständig Kunden verlieren und immer auf der Suche nach neuen Kunden sind. Ich stelle immer wieder fest, dass es bei diesen Fotografen meist daran liegt, dass sie nicht gut oder nicht genügend mit ihrem Kunden kommunizieren. Diese fehlende Kommunikation sorgt meist dafür, dass eine langfristige Zusammenarbeit scheitert. Wenn Sie genau schildern, was Sie machen werden und welches Bildmaterial der Kunde zu erwarten hat, dann gibt es für beide Seiten keine Überraschungen. Das Wichtigste ist, Ihren Kunden über Jahre zufrieden zu stellen. Das heißt aber auch, dass Sie die Verantwortung immer mittragen müssen.

Wenn Sie die Probeaufnahme gemacht haben, senden Sie diese Ihrem Kunden und sprechen Sie mit ihm ab, ob das eine mögliche Richtung ist. Doch jetzt kommt's! Hören Sie jetzt genau zu, welche Fehler oder welchen Kritikpunkt der Kunde findet, und neh-

men Sie diese ernst! Er kennt sein Produkt und er verkauft es und hat meist auch ein gutes Gefühl für den Endverbraucher und den Markt. Fehler, die Sie hier finden, sind Ihr größtes Geschenk. Das hilft Ihnen, künftig die perfekten Bilder für Ihren Kunden zu gestalten.

Schreiben Sie die Kommentare des Kunden mit und versuchen Sie, alles zu berücksichtigen. Oft kommt es aber auch dazu, dass Wünsche geäußert werden, die nur mit viel Aufwand umsetzbar sind. Geben Sie Ihrem Kunden gleich zu verstehen, dass diese Art der Fotografie mit größeren Mehrkosten verbunden ist und eventuell das Budget sprengen könnte. Sprechen Sie solche Dinge immer gleich an und vermeiden Sie es, sie zu verschweigen. Nur so können Sie das Vertrauen Ihres Kunden dauerhaft gewinnen.

Verzweifeln Sie nicht, wenn Ihrem Kunden der Vorschlag gar nicht gefällt. Wenn das so ist, dann haben Sie meist nicht richtig zugehört!

Checkliste:

- ▶ Habe ich meinem Kunden meine Fotoidee richtig präsentiert?
- ▶ Haben er und alle Entscheider die Idee richtig verstanden?
- ▶ Spiegelt meine Probeaufnahme (oder Skizze) das eigentliche Ziel gut wider?
- ▶ Auf was hat mich der Kunde hingewiesen?
- ▶ Habe ich seine Kritikpunkte entkräften können oder gut genug einfließen lassen?
- ▶ Habe ich den Kunden auf Mehrkosten hingewiesen, um seine Ideen umsetzen zu können, damit er diese im Budget berücksichtigen kann?

KAPITEL 4

Produktfotografie
in der Praxis



Abbildung 4.1
Packshot Flasche



Abbildung 4.2
Packshot Glas



Abbildung 4.3
Packshot Flasche
mit Beträufelung

4.1 PACKSHOT BIERFLASCHE UND BIERGLAS

Um eine Flasche und ein Glas als Produktfoto zu fotografieren, ist einiges an Aufwand notwendig, um es gut zu machen. Zuerst entfernen Sie das alte Etikett von der Flasche. Dann polieren Sie die Flasche und auch das Glas mit Autopolitur. Dann bitte alle Reste der Politur sauber entfernen. Nun kleben Sie bei der Flasche das Etikett mit einen Klebestift auf. Dies hat den Vorteil, dass Sie das Etikett noch ein paar Minuten verschieben können, um es richtig auszurichten. Besprüht werden die Flasche und das Glas dann mit einer Mischung aus Glyzerin und Wasser zu je 50%. Bitte beachten Sie, dass der Bereich der Schaumkrone beim Glas frei bleibt. Halten Sie einfach ein Papier vor den Sprüher, um diesen Bereich zu schützen. Und schon haben Sie ein frisches und gut gekühltes Bier, das mit seiner Perlung jeder Nahaufnahme standhält. Das Aufschäumen des Glases erfolgt am besten mittels eines Milchaufschäumers, der für kleines Geld überall zu haben ist.



Abbildung 4.4
Detailansicht 100%



Abbildung 4.5
Reinigen und polieren Sie die Gläser und Flaschen.



Abbildung 4.6
Mit dem Klebestift kleben Sie die Etiketten wieder auf.

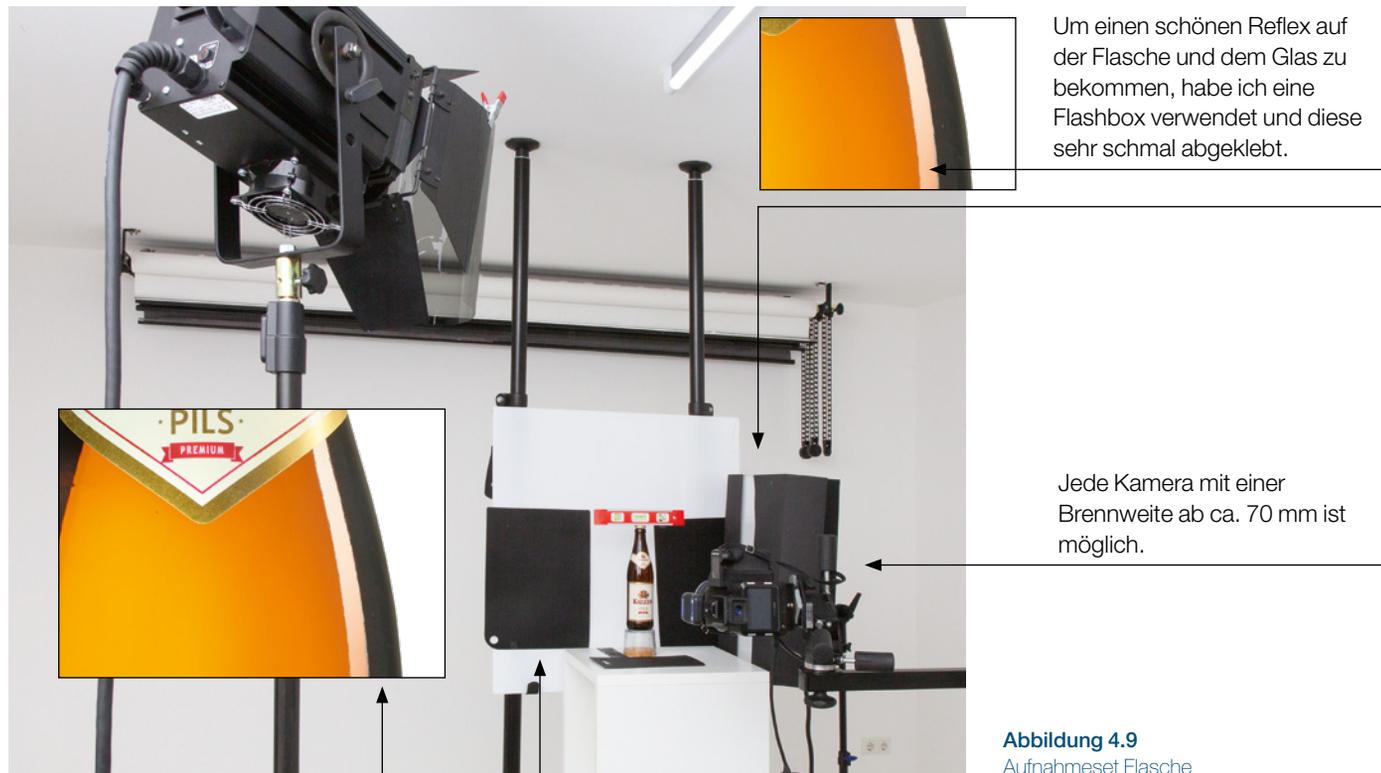


Abbildung 4.7
Besprühen Sie das Glas mit der Emulsion.



Abbildung 4.8
Aufschäumen mit dem Milchaufschäumer

Das Etikett leuchten wir mit einem Strahler aus. Um die Reflexe zu steuern, können Sie eine Polarisationsfolie anbringen. Wenn Sie auch auf dem Objektiv einen Polarisationsfilter haben, können Sie die Sichtbarkeit der Reflexe präzise steuern. Polarisationsfolien erhalten Sie im Netz oder im Fachhandel.



NUR EINE FLASCHE

Nachdem Sie die Arbeitsschritte von der Vorseite ausgeführt haben, geht es jetzt ans Fotografieren. Stellen Sie die Flasche oder das Glas auf eine transparente Fläche. Dies hat den Vorteil, dass die Unterfläche der Produkte auch beleuchtet wird und Sie leichter freistellen können. Nehmen Sie nun eine kleine Wasserwaage, damit das Produkt auch gerade steht und die Linie der Flüssigkeit im Glas nicht schräg zu der Flasche verläuft. Besprühen Sie Glas und Flasche erst, wenn diese richtig positioniert sind. Dies ist wichtig, denn wenn Sie Pech haben, ist das Etikett wasseranfällig und es entstehen dunkle Flecken. Deswegen richte ich immer alles fertig her und erst, wenn alles perfekt steht, fange ich mit dem Besprühen an. Beim Glas sollten Sie darauf achten, dass die Perlung eine schöne Struktur aufweist. Das können Sie nicht immer so ideal beeinflussen. Wenn nicht, dann einfach noch einmal reinigen. Beim Glas sollten Sie erst besprühen und dann einschenken.

TECHNIK

Kamera:	Phase One XF, IQ3 100 Spiegelreflex Mittelformat
Objektiv:	120-mm-Makro (in Kleinbild ca. 75 mm)
Blende:	16 (in Kleinbild ca. 14)
Zeit:	200 Sek.
ISO:	100
Lichtquelle:	Fresnel-Spot, Studioblitz, Flashbox

WAS SIE DAFÜR BRAUCHEN:

Kamera mit mindestens einem leichten Teleobjektiv von 70 mm bis ca. 135 mm. Mehr Brennweite sollte es nicht sein, da sonst Verzerrungen auftreten.

Stabiles Stativ, da die Kamera nicht in der Hand gehalten werden kann, weil Sie eine Blende 16 verwenden.

Eine weiße Plexiglasplatte, zwei schwarze Kunststoffplatten oder Folien, um das Produkt daraufzustellen, ein Trinkglas.

Des Weiteren ist z. B. unsere Eigenbau-Softbox für die seitliche Reflexion optimal, da ich den dünnen Ausschnitt schon vorgegeben habe. Der Strahler von oben könnte auch ein Aufsteckblitz oder eine Taschenlampe sein. Wichtig sind dabei auch die Polarisationsfolie und der Polarisationsfilter, um die Spiegelungen zu kontrollieren.

ALTERNATIVEN:

Kamera: Jede Kamera möglich.

Sie können auch ein Standard-Zoomobjektiv, das meist im Set angeboten wird, verwenden.

Als Lichtquellen können Sie einen Aufsteckblitz oder eine LED-Taschenlampe verwenden. Achtung: Die Taschenlampe sollte eine Lichttemperatur von 5000 bis 6500 Kelvin aufweisen. Sonst kann es zu Farbverschiebungen kommen. Der Strahler von der Rückseite kann ebenso ein Aufsteckblitz (Teleeinstellung) oder eine Taschenlampe sein. Die seitliche Spiegelung kann mit der Eigenbau-Softbox erfolgen.