

Fotografisches Storytelling

Geschichten mit Bildern erzählen

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DIE LESEPROBE





KAPITEL 1

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Geschichten sind zweifellos die älteste Form der Kommunikation und ein integraler Bestandteil menschlicher Gemeinschaft. Schon im jüngsten Kindesalter begegnen uns Geschichten, sie begleiten uns durch unsere Familienhistorie, in unserer Auseinandersetzung mit Kultur, in den Medien, in der Werbung usw. Es liegt in unserer Natur, Geschichten zu erzählen, sie zu hören und sie auf eine besondere Weise wahrzunehmen.

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Fällt Ihnen ad hoc eine Geschichte ein? Falls nicht, hätten wir hier ein paar Beispiele für weithin bekannte Geschichten:

- Der Gründungsmythos von Apple beispielsweise: Die Erfindung des weltberühmten Macs in einer Garage ist eine klassische Story »Vom Tellerwäscher zum Millionär«, wie man sie sich im Silicon Valley gerne erzählt. (Der Mac wurde übrigens nicht in einer Garage erfunden, wie Steve Wozniak mal berichtet hat. Die Geschichte gehört zu Bill Hewlett und Dave Packard. Steve Wozniak und Steve Jobs haben das Gerücht aber nicht korrigiert, sondern im Sinne von »Wir haben mit nichts angefangen« weitererzählt.)
- Die tragische Geschichte der 1912 auf ihrer Jungfernfahrt gesunkenen Titanic berührt die Menschen immer noch und wird durch Unglücke wie die Implosion des Expeditionstauchbootes Titan im Juni 2023 immer wieder ins Gedächtnis gerufen.
- In jüngerer Zeit kam noch die Geschichte des Luxuskreuzers Costa Concordia dazu, der von Kapitän Francesco Schettino nach einem Kursänderungsmanöver vor Italien im Jahr 2012 auf Grund gesetzt wurde.
- Oder wie wäre es mit der Geschichte von Neil Armstrong, dem US-amerikanischen Testpiloten und Astronauten, der 1969 bei der Mission der Apollo 11 als Kommandant wirkte und zusammen mit Buzz Aldrin und Michael Collins zum Mond flog?

Werden wir fiktional: Denken Sie an »Star Wars« und den Kampf der guten Rebellen gegen das böse Imperium, an Helden gegen Schurken. Damit sind wir im Reich der

Märchen, der Geschichten »ohne Grenzen«, mitsamt Magie, Fabelwesen und Unerklärlichem. Oder denken Sie an große Gefühle wie in »Der König der Löwen«, der Geschichte des kleinen Löwen und zukünftigen Thronfolgers Simba, der seinen Vater verliert und fernab der Heimat aufwächst, um später zurückzukommen und sich sein Königreich zurückzuerobern.

Auch Länder schreiben ihre Geschichten und Mythen, aus denen sie im Idealfall Legitimation und Integrationskraft ziehen. In der Schweiz ist das die Legende von Wilhelm Tell, der einen Apfel vom Kopf seines Sohnes schießen musste, um seine Loyalität zum Habsburger Herrscher zu beweisen – eine Legende, aufgeladen mit der Sehnsucht nach Unabhängigkeit und Freiheit. Der Gründungsmythos der USA rankt sich um die Boston Tea Party, die 1773 aus Protest gegen die britische Steuerpolitik zusammenfand und die »tax on tea« verweigerte, was schließlich zur Lossagung vom Britischen Empire und zur Erklärung der Unabhängigkeit der Vereinigten Staaten am 4. Juli 1776 führte, noch heute ihr Nationalfeiertag.

Und dann die Werbung, zum Beispiel die Autowerbung, die nicht nur auf die reinen Leistungsdaten setzt, sondern die Autos mit Geschichten »auflädt«: das Auto als Ort, in dem man bei sich ist; das Auto, das einem Freiheit schenkt; das Auto als erweitertes Familienmitglied ... Sie können das auf andere Produkte übertragen; zum Thema Auto kommen wir gleich noch ausführlicher.

Warum erzählen wir uns Geschichten und warum fesseln sie uns? Geschichten sind ein tief verwurzelter Teil der menschlichen Natur. Sie helfen uns, Informationen zu vermitteln, Emotionen auszudrücken, komplexe Ideen



« **Abbildung 1.1**

Ein Affe scheint eine Geschichte zu erzählen, das kleinere Tier scheint gebannt zu lauschen – eine Interpretation, sicher, aber ein witziger Gedanke.

zu erklären und unsere Identität zu formen. Geschichten sind ein mächtiges Mittel, um Menschen zu inspirieren, zu informieren und zu unterhalten, und sie ermöglichen es, uns mit anderen Menschen und unserer Umwelt zu verbinden. Das ist der Grund, warum sie so faszinierend und bedeutsam sind.

1.1 Die älteste Kommunikationsform, die es gibt

Für die Anfänge des Geschichtenerzählens oder, wie es heute so schön heißt, *Storytellings*, müssen wir in der Geschichte der Menschheit weit zurückblicken: in die Welt der Höhlenmalerei. Lange ging man davon aus, dass erst vor rund 43 000 Jahren Höhlenmalereien angefertigt wurden, vom *Homo sapiens* in Europa. Ein Forscherteam fand dann aber in einer Höhle in Spanien Malereien, die etwa 64 000 Jahre alt sind, immer noch Europa, aber zeitlich dem Neandertaler zuzuschreiben. Unter den Bildern fanden sich auch Umriss einer Hand, weshalb die

geistigen Fähigkeiten der Neandertaler gegenüber denen unserer direkten Vorfahren als ebenbürtig eingestuft werden. Offensichtlich haben die Neandertaler also auch schon Geschichten erzählt, mindestens aufgezeichnet, nämlich auf die Wände ihrer Höhlen. 2018 fanden Forscher in einer Höhle in Kapstadt auf Felsen gemalte Bilder, die mehr als 73 000 Jahre alt und damit die bislang ältesten gefundenen Bilder sind.

Zugegebenermaßen war niemand von uns dabei, und wir wissen nicht mit Sicherheit, welchen Zweck die Bilder hatten. Aber die Interpretation, dass diese Bilder Geschichten erzählen und zum Erzählen von Geschichten genutzt worden, ist plausibel und irgendwie sympathisch.

Das älteste figürliche Felsenbild unserer direkten Vorfahren wurde 2017 auf Sulawesi, einer indonesischen Insel, entdeckt und 2021 auf 45 500 Jahre geschätzt. Es zeigt ein Sulawesi-Pustelschwein. Andere Bilder auf Sulawesi zeigen Mensch-Tier-Wesen, sogenannte *Therianthrope*.

Stellt sich nun also die Frage: Gab es solche Wesen, oder nicht? Wenn es sie gab, dann dokumentieren die Zeichnungen die damalige Lebenswirklichkeit. Damit wä-



⤴ **Abbildung 1.2**

Höhlenmalereien bezeugen, dass das Geschichtenerzählen seit langer Zeit zu uns Menschen gehört. Und das weltweit, hier am australischen Uluru-Kata-Tjuta-Nationalpark.
(Quelle: picture alliance / zb / Reinhard Kaufhold)

ren sie *dokumentarisches* Storytelling. Gab es sie nicht, sind die Zeichnungen Zeugen von Kreativität und *fiktivem* Storytelling, also von erfundenen Geschichten. So oder so, am Ende sind es Geschichten, die älteste Kommunikationsform der Welt.

Der Mensch ist ein kommunikatives Wesen, was übrigens auch auf (andere) Tiere zutrifft. Manche Echsen kommunizieren zum Beispiel mit Körperbewegungen, andere mit Geräuschen. Wir Menschen nutzen unsere Sprache, Mimik, Gesten und Kunst in allen Formen. Anders als Tiere finden wir uns auch um Lagerfeuer oder im Wohnzimmer oder in der Küche zusammen, um uns Geschichten zu erzählen, zur Unterhaltung, zur Gemeinschaftsbildung und zur Weitergabe von Wissen und Erfahrungen.

Vom österreichischen Philosophen, Psychotherapeuten und Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick stammt ein Ausspruch, der es trifft: »*Man kann nicht nicht kommunizieren!*« Alles ist Kommunikation. Auch keine Kommunikation ist Kommunikation.

Auch moderne Bilder – Fotos – sind natürlich Kommunikation. Sie sagen etwas aus, schaffen Bedeutung und Kontext. Das mag überhöht klingen, wenn Sie an einen beliebigen Schnappschuss denken, aber Sie kennen auch Bilder, die »mehr« sind.

Heute ist Kommunikation für uns selbstverständlich, meist in gesprochener Sprache oder verschriftlicht. Und hier wird es spannend. Während Bücher für uns eine Selbstverständlichkeit sind – Sie lesen ja auch gerade eines –, so war das zu Zeiten des Neandertalers oder Homo sapiens selbstverständlich ganz anders. Ob unsere Vorfahren eine gesprochene Sprache hatten, darüber kann man nur spekulieren. Vieles, was in den Geschichtsbüchern steht, ist also eine Interpretation dessen, was heute noch ersichtlich ist. Genauere Informationen erschließen sich uns erst in den jüngeren Zeiten. Klar ist aber, dass auch ein *Geschichtsbuch* praktisch Geschichten erzählt, erfasst, überliefert und bewertet von Menschen. Geschichtsbücher werden – das ist der Wesenskern von Forschung und Wissenschaft – fortlaufend den neuesten Erkenntnissen angepasst. Geschichtsbücher halten also immer nur einen gewissen Kenntnisstand fest.

Denken Sie auch daran, dass die ersten Vorläufer der Schrift erst 3 500 v. Chr. auftraten. Andere Quellen verweisen auf die rund 6 600 v. Chr. datierte Jihau-Schrift aus China. So oder so, die Schrift ist im Vergleich zur Malerei relativ jung. Und doch waren menschliche Entwicklungsprozesse möglich. Wie denn eigentlich? Musste nicht jede Generation wieder »von vorne« anfangen? Nein. Warum nicht? Die Antwort lautet auch hier: Geschichten. Angefangen mit den Höhlenmalereien, die nach unserer Interpretation Alltagssituationen aufzeigen. Sie sind Warnsignale. Sie erzählen. Sie zeigen auf. Sie vermitteln Botschaften. Sie werden von einer Gruppe von Personen, Rezipienten, erfasst und interpretiert. Denken Sie an die Märchen der Brüder Grimm, die durchaus auch dazu gedacht waren, vor riskantem und verwerflichem Verhalten zu warnen. Die Geschichten sorgen also dafür, dass etwas mit diesen Menschen passiert, damals, wie auch heute.

Ist Ihnen schon einmal aufgefallen, dass Sie eine Fremdsprache viel besser in einem fremden Land lernen

als zu Hause oder in einer heimischen Bildungseinrichtung? Warum ist das so? Weil in einem fremden Land Erlebnisse eng mit dem Lernprozess verknüpft sind. Sie erleben etwas Neues, und dies wird ein wichtiger Teil Ihrer eigenen (Lebens-)Geschichte. Das Erlernen einer Sprache im Ausland wird zu einem integralen Bestandteil Ihrer persönlichen Geschichte. Irgendwann werden Sie dies jemandem erzählen und dabei all die Erlebnisse beschreiben, die Sie hatten – wie schön es war, welche Herausforderungen Sie gemeistert haben, wo Sie gewohnt haben und mit wem Sie Ihre Zeit verbracht haben. Sie werden vielleicht sogar Empfehlungen für oder gegen das Sprachenlernen im Ausland oder in einem bestimmten Land aussprechen.

Vielleicht ist Ihnen aufgefallen, dass Sie sich an Erzählungen, also an Geschichten, viel besser erinnern können als an Fakten. Anders ausgedrückt, Sie können sich an Fakten erinnern, wenn diese mit einer einprägsamen Geschichte verbunden werden. Genau das wissen auch Unternehmen und setzen deshalb Storytelling im Marketing ein. Wir reagieren automatisch auf Geschichten, insbesondere als Kinder, da wir über Geschichten lernen. Sie erinnern sich sicherlich an das eine oder andere Märchen, ob nun von den Brüdern Grimm oder von Hans Christian Andersen. In unserer Freizeit erzählen wir Geschichten, lesen Geschichten in Büchern, erleben Geschichten in Filmen und gestalten aktiv die Handlung in Videospielen mit. Sogar in den Zusammenfassungen von Sportereignissen wie Fußball oder Eishockey werden Geschichten erzählt: Der Underdog gegen den haushohen Favoriten, das Aufholen eines Rückstandes und der letztendliche Sieg, die Geschehnisse, die zum Tor geführt haben. Spielerlebnisse prägen uns, und so bleiben Spielszenen in Erinnerung.

Um nochmals auf das Beispiel der Automobilwerbung zu sprechen zu kommen. Der amerikanische Autobauer Ford zeigte Anfang 2023, wie Geschichtenerzählen geht. Dabei ist jetzt nicht die wohlbekannteste Story von Henry Ford gemeint. Doch eins nach dem anderen. Die Elektromobilität ist gerade in aller Munde und Ford stellte das neueste Modell vor, den vollelektrischen Ford Explorer, den Entdecker, das Auto, das für Abenteuer gemacht ist. Und hier kommt die Geschichte ins Spiel und mit ihr

Aloha Wanderwell. Die Kanadierin galt lange als die am weitesten gereiste Frau der Welt. Geboren wurde sie am 13. Oktober 1906 in Winnipeg. Die Entdeckerin, Autorin, Filmemacherin und Pilotin machte sich 1922 im Alter von 16 Jahren (!) auf, die Welt zu entdecken. 380 000 Meilen legte sie dabei zurück, besuchte 80 Länder. Ihr Fortbewegungsmittel? Ein Ford 1918 Model T. Sie war die erste Frau, die die Welt in diesem Ford-Modell umrundete. Die Reise dauerte fünf Jahre, mit Start und Ende in Nizza, Frankreich. Was für ein Abenteuer! Eigentlich wie gemacht für ein Fahrzeug, das nun von Ford »Explorer« getauft wurde. Dies bringt uns zurück in die Neuzeit und zu Alexis (Lexie) Alford, besser bekannt als Lexie Limitless. Die Amerikanerin hat 196 Länder bereist – und das bis zu ihrem 21. Geburtstag. Dafür brauchte sie drei Jahre und ist damit die jüngste Frau, die alle Länder der Welt bereist hat. Und sie ist es auch, die seit September 2023 am Steuer des neuen Ford Explorers sitzt, um auf den Spuren von Aloha Wanderwell zu reisen.

Nachdem Sie diese Geschichte gelesen haben, sind wir uns sicher, dass Ihnen der Ford Explorer auf der Straße auffallen wird. Möglicherweise haben Sie sogar selbst direkt im Internet nach weiteren Informationen recherchiert. Sie werden sich an diese Geschichte erinnern und dabei emotionale Regungen verspüren. In vielen von uns schlummert der Wunsch, die Welt zu entdecken und aus den gewohnten Strukturen auszubrechen – kurz gesagt die Freiheit zu leben. Lexie Limitless wird zur Heldin in dieser Geschichte, und sie entfacht unsere Neugierde. Wir fragen uns, wie es wohl weitergeht. Ford nutzt die Geschichte, um dieses Gefühl mit dem Ford Explorer zu verknüpfen. Die Geschichte ist anschaulich und weckt Emotionen, was dazu führt, dass über Monate hinweg sogenannter *Content* generiert wird. Dadurch könnte die Identifikation mit dem Produkt, in diesem Fall dem Explorer, und dem Unternehmen, Ford, gestärkt werden.

Storytelling könnte auch als ein messbarer Trend betrachtet werden, der von Botschaften zu Inhalten führt. Es wird mit Geschichten kommuniziert, weil es funktioniert. Dies bringt uns zur Macht der Geschichten. Geschichten haben die Fähigkeit, das Sozialverhalten von Einzelpersonen und ganzen Personengruppen zu beeinflussen. Seien Sie sich dessen stets bewusst.

Fürst Guitars – made in Switzerland

von Sven Burkhard

Herr der Gitarren

Die Schweizer Musikerszene geht bei ihm ein und aus. Adrian Stern, Frölein DaCapo, Marc Sway, Pegasus und Hecht gehören ebenso zu den Kunden des Gitarrenbauers wie auch der Gitarrist von Pepe Lienhard. Wartezeiten von bis zu einem Jahr nehmen sie in Kauf. »In meinem Herzen bin ich ein Gitarrist«, sagt Fürst und schnappt sich eine der vielen selbst gebauten Gitarren von der Wand. *Zack!* Das Kabel eingesteckt, und schon erfüllt ein kerniger Rocksound sein Geschäft.

Stetig lauter werdend wechselt Reto Fürst von einem Klassiker zum nächsten. Hoch konzentriert schließt er seine Augen und genießt die Töne. Er geht in den Klängen der Elektrogitarre auf. Nach ein paar Minuten klangvoller Abwechslung betritt ein Kunde seinen Laden in Wädenswil im Kanton Zürich. Fürst wechselt schnell die Melodie, der Titelsong des Films »Der Pate« erfüllt den Raum. Der Kunde ist ein Freund des Gitarrenspezialisten und Sizilianer, daher die musikalische Wendung. Die beiden empfangen sich herzlich und Fürst bietet ihm gleich einen Kaffee an.

Der 61-jährige Gitarrenbauer weiß genau, was seine Kundschaft will. Es herrscht eine familiäre Stimmung in seinem Geschäft und er hat für alle immer ein offenes Ohr, auch an einem Samstag, an dem man seinen Besuch eigentlich im Voraus anmelden müsste. Reto



« **Abbildung 1.52**
Reto Fürst, der
Gitarrenbauer, dem
die Schweizer Musiker-
szene vertraut

Fürst versprüht seine positive Energie und ist sofort jedermanns neuer bester Freund. Er hat schon viel erlebt, viele Musikerinnen und Musiker kennengelernt und hat für jede Situation eine passende Musikgeschichte in petto.

Als Außenstehender fällt es schwer, dem Gespräch des vierfachen Familienvaters Fürst



und seines Kunden zu folgen, wenn man keine Ahnung von Gitarren hat. Die beiden fachsimpeln über Saiten, Gitarrenhölzer und Pedalboards. Fürst selbst ist in einfachen Verhältnissen in Männedorf aufgewachsen. Seit seiner Lehrzeit arbeitet er mit Saiteninstrumenten. 1976 hat er seine ersten Servicearbeiten und Umbauten gemacht, wobei er schon mit 13 Jahren in einer Band spielte und mit 14 sein erstes Pedalboard gebaut hat.

Sein erstes Gitarrengeschäft eröffnete er in Zürich. Seit 25 Jahren lebt er seine Leidenschaft nun in Wädenswil.

Bereits ab 2 690 Schweizer Franken lässt sich der Traum einer eigenen, von Fürst gebauten Gitarre erfüllen. Dabei können die Kundinnen und Kunden aus drei verschiedenen Modellen auswählen, alles klassisch gehaltene E-Gitarren. Die Frage, was seine Instrumente so besonders macht, beantwortet der

⤴ **Abbildung 1.53**

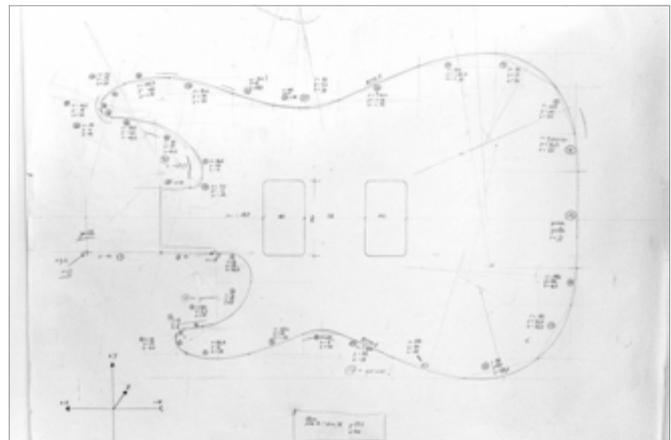
Von links nach rechts: Eine Wand voller selbst gebauter Gitarren, mit perfekten Details. Und alle tragen seinen Namen.

⤵ **Abbildung 1.54**

Die Perfektion beginnt schon am Zeichenbrett.

Erfahrung macht den Unterschied

Fürst bietet nicht nur Serviceleistungen und Reparaturen an. Er baut Gitarren nach Kundenwunsch. Dabei ist ihm eine Sache sehr wichtig: »Ich baue Gitarren, die ich selbst gerne spielen würde, nichts anderes. Wenn einem Kunden nicht gefällt, was er hier sieht, dann ist er bei mir an der falschen Adresse«, sagt Fürst bestimmt. Die meisten würden seine Erfahrung jedoch sehr schätzen und genau deshalb zu ihm kommen. »Meine über 40 Jahre Erfahrung zahlen sich aus«, sagt er stolz.





« **Abbildung 1.55**
Gitarren bauen und sie
spielen, das ist seine
Leidenschaft.

Spezialist mit leuchtenden Augen: »Eine Gitarre muss bequem sein. Es nützt nichts, wenn sie cool aussieht, aber nicht gut zu spielen ist. So sind es die kleinen Dinge, die den Unterschied machen. Zum Beispiel sind die Pickguards und Platten im Body versenkt, das ergibt eine super Optik und Haptik – ein Merkmal, das es so bei keiner anderen Gitarre gibt.« Bei Ausstattung und Style kann die Kundschaft ebenfalls auf die große Erfahrung von Reto Fürst zurückgreifen.

Eine Fürst-Gitarre entsteht

»Das Langwierigste an einer neuen Gitarre ist das Zusammenstellen aller nötigen Komponenten«, sagt der Gitarrenbauer. Fürst ist es ein Anliegen, auf die Wünsche der Hilfesuchenden einzugehen. »Ich möchte der Kundschaft nicht einfach etwas andrehen, das sie gar nicht wirklich will oder benötigt. Gute Musikerinnen und Musiker brauchen keinen Schnick-

schnack«, sagt er. Zwar würden gute Gitarristinnen und Gitarristen fast jeder Gitarre schöne Klänge entlocken können. Dennoch ist es sein Anspruch, die bestmögliche Qualität zu verkaufen. »Für manche Bodys verwende ich Kastanien- oder Tannenholz. Viele Leute meinen, dass das nicht gut klingen kann. Doch das ist Schwachsinn«, ist Fürst überzeugt.

» **Abbildung 1.56**

❶ Reto und sein »Schreiner des Vertrauens« beim Aussuchen des heutigen Werkstücks. – ❷ Eine Entscheidung folgt der nächsten. Die Eigenheiten der Maserung müssen bestimmt werden. – ❸ Nun wird das Werkstück für die CNC-Fräse vorbereitet. – ❹ Bevor es losgehen kann, muss die Fräse noch kalibriert werden. – ❺ Ist alles fixiert und kalibriert, geht es los. Ein herrlicher Holzduft erfüllt den Raum. – ❻ Viele Fehlversuche stecken in den Programmdateien, die der Schreiner selbst programmiert hat. – ❼ Perfektionismus pur. Beide fachsimplen, wie sie die Produkte noch besser machen können. – ❽ Nach dem Groben nun das Feine. Etwa 1 Stunde benötigt die Fräse, bis sie mit allen Programmschritten fertig ist. – ❾ Fertig gefräst, aber doch noch verbunden. Das ist nötig, damit die Fräse nicht aus Versehen den neuen Rohling beschädigt.





⤴ **Abbildung 1.57**

1 Mit einer Stichsäge löst der Schreiner den Rohling vom Rest des Werkstücks. – **2** Noch etwas rustikal anmutend bekommt der Rohling nun sein Feintuning verpasst. – **3** Alle Kanten müssen jetzt noch abgeschliffen werden. – **4** Präzise und mit viel Feingefühl führt der Schreiner sein Werkzeug an allen Kanten entlang. – **5** Nach mehreren Durchgängen mit verschiedenen Maschinen erfolgt das Glätten der Kanten von Hand. – **6** Überprüfung der Perfektion: Alles muss genau sitzen. – **7** Nach gut 2 Stunden ist es so weit. Gitarrenbauer Fürst und sein Schreiner sind zufrieden.



⚡ **Abbildung 1.58**

*Auch Ausgefallenes wird versucht.
Hier entsteht ein Rohling aus altem,
verwitterten Holz. Die Macken sollen
später mit Flüssigharz aufgefüllt wer-
den. Das wird definitiv ein Hingucker!*

Die »entfaltete Wirkung«

Entfaltet das Bild in der Gesamtheit eine Wirkung? Welche ist das? Was ist die Aussage? Welche Botschaften werden vermittelt? Sind diese klar und verständlich? Existieren ähnliche Bilder, oder ist es ein Werk, das es in dieser Form noch nie gegeben hat? Ist die fotografische Handschrift im Bild erkennbar bzw. das individuelle Handwerk? Wie fügt sich das Bild als einzelnes in die Gesamtheit der Arbeit ein? Wie korrespondiert es mit den anderen Werken? Besonders wer Geschichten mit Bildern erzählen will, sollte sich klar darüber sein, dass manchmal auch die Position und die Anordnung der Bilder in der Arbeit zu einer veränderten Wirkung führen. Deshalb sollten Sie immer damit experimentieren.

Technisches Niveau

Wie ist das technische Niveau der Bilder? Stimmt die Schärfe und sitzt sie am richtigen Ort? Liegen störende oder verfälschende Verzerrungen und Verzeichnungen vor? Gibt es stürzende Linien im Bild? Wie wirken die Farben? Wie ist die Belichtung des Bildes gesetzt? Stimmt der Weißabgleich? Liegt Bildrauschen vor? Haben wir Bewegungsunschärfe im Bild, die nicht gewollt ist?

Wer sich daran macht, Geschichten mit den eigenen Bildern zu erzählen, sollte in der Lage sein, die Kamera fast auswendig zu bedienen. Die Kamera muss Ihr Werkzeug werden, um die Idee, die Sie im Kopf haben, umzusetzen. Die technische Qualität schwingt in der Fotografie immer mit. Nachdem das gesagt ist: Im Bereich der Reportage spielt sie eine etwas untergeordnete Rolle. Der Bildinhalt ist im Zweifelsfall wichtiger als die technische Qualität des Bildes. Geben Sie sich dennoch Mühe beim Fotografieren!

Gestaltungsqualität

Anfänger in der Fotografie wissen, wie es ist: Man hat die technischen Aspekte der Fotografie zwar gemeistert, doch die Bilder erreichen immer noch nicht die gewünschte Qualität. Das liegt häufig daran, dass der Fokus zu wenig auf die Bildgestaltung gelegt wird. In unserer Lernplattform *Creators Path* (www.creatorspath.net)

nimmt das Thema Bildgestaltung derzeit den größten Raum ein. Während unser Einsteigerkurs in Fotografie etwa 4 Stunden umfasst, widmen wir der Bildgestaltung fast dreimal so viel Zeit. Das unterstreicht die Bedeutung dieses Bereichs. Man könnte die Bildgestaltung als den kreativen Gegenpart zum technischen Aspekt der Fotografie sehen. Um wirklich beeindruckende Fotos zu machen, sind beide Elemente erforderlich. Daher lohnt es sich, Zeit und Energie in das Verständnis der Bildgestaltung zu investieren.

Zu den Gestaltungselementen gehören etwa der Goldene Schnitt, die Drittelregel, die Platzierung des Horizonts, das Goldene Dreieck, die Anordnung des Motivs, die Bilddynamik, Linienführung, Bildausschnitt, Bildformat, Perspektive und Licht. Diese Liste ist natürlich nicht abschließend.

Foto als Geschehnis

Ein Foto kann ein Geschehnis sein, ein Abenteuer in *einem* Bild. Gewisse Fotos üben eine große Anziehungskraft aus. Zum Beispiel durch einen ungeahnten Blickwinkel in Kombination mit speziellem Licht. Als Beispiel können wir das Bild eines Schiffswracks in Abbildung 2.11 nehmen. Das Bild entfaltet eine starke Wirkung, weil es in dieser Form unerwartet ist. Es mutet an, als wäre hier ein Moment auf einem anderen Planeten festgehalten worden, es entfesselt die Fantasie.

Ein Geschehnis vermag es, ein Foto zum Leben zu erwecken. Dies tritt vor allem bei Fotos mit Menschen auf. Hier ist gemeint, dass eine gewisse Verbindung zwischen der abgebildeten und der fotografierenden Person auftritt. Beim Bild in Abbildung 2.13 beispielsweise hat man das Gefühl, man blicke der alten Frau direkt in die Seele. In ihrem Gesicht scheinen die Geschichten aus ihrem Leben geschrieben zu stehen.

Das wohl berühmteste Foto, wenn es um die Fotografie als Geschehnis geht, ist die Aufnahme des paschtunischen Waisenmädchens mit dem Namen Sharbat Gula von Steve McCurry (siehe Abbildung 2.12). 1984/85 macht McCurry die weltberühmte Aufnahme des »Afghan Girl« in einem pakistanischen Flüchtlingslager, die auch ihn berühmt gemacht hat. Das Bild ging um die Welt, weil

» **Abbildung 2.11**

Schiffswrack der SS Speke,
Phillip Island, vor der Küste
von Australien



» **Abbildung 2.12**

Steve McCurry neben seinem wohl berühmtesten Bild, dem »Afghan Girl«. Wer ist hier der Star? (Quelle: picture alliance / dpa / Cristobal Garcia)



» **Abbildung 2.13**

Bild einer alten Frau



es eine große Wirkung entfaltet, es zieht einen regelrecht in seinen Bann. Nicht alle, aber viele. Möchte man diese »Beseelung« etwas salopp ausdrücken, könnte man es so formulieren, dass sie vorhanden ist oder nicht. Anders ausgedrückt: Ein Bild gefällt oder nicht.

Dualität im Foto

Dualität wie der Plus- und Minuspol einer Batterie, Nord- und Südpol auf der Erde, heiß und kalt, Yin und Yang, Tag

und Nacht – wir alle kennen Gegenpole. Sie sind von existenzieller Bedeutung im Leben und auch die Fotografie profitiert von ihnen. Dabei müssen es nicht immer krasse Gegenpole sein; es reicht, wenn im Bild beispielsweise zwei voneinander unabhängige Elemente vorhanden sind, Elemente, die grundsätzlich nichts miteinander zu tun haben, jedoch nun optisch eine Verbindung eingehen. Wir sprechen dabei gerne von heterogen, also nicht derselben Welt zugehörig, nicht gleich.

Der Mechanismus lässt sich bei dem Bild in Abbildung 2.15 schön zeigen. Sie sehen zwei Tiere. Beide leben im gleichen Lebensraum, aber sie gehören nicht der gleichen Gattung an. Das erzeugt Spannung. Es wird automatisch eine Geschichte im Kopf losgetreten: Warum sind die beiden Tiere hier? Verstehen sich die beiden? Kommt es nicht zu einem Revierkampf? Wie kamen sie hierher?

Abbildung 2.14 zeigt eine traditionell angezogene Fischerin. Dahinter ist ein westlich gekleideter Fischer zu sehen. Die zwei Personen sind nicht nur wegen ihres Geschlechts heterogen, sondern auch, weil im Bild Wunschenken und Realität aufeinanderprallen. Die traditionell angezogene Fischerin ist ein Modell. So wurde früher in

Myanmar gefischt. Das gehört aber längst der Vergangenheit an. Die Gegenwart ist hinter ihr erkennbar. Der Fischer, der bequem angezogen im Trainingsanzug fischt. Das sorgt für Spannung, da hier zwei Welten aufeinanderprallen, die man so nicht erwarten würde.

Das Bild in Abbildung 2.16 zeigt ein lebendiges Tier und mit der PET-Flasche einen toten Gegenstand. Es ist auch hier das Aufeinanderprallen von losgelösten, nicht der gleichen Welt zugehörigen Elementen in einem Bild, das Spannung erzeugt: ein tierisches Lebewesen und eine vom Menschen geschaffene Flasche. Zudem sollte das Tier dort auch nicht sein, es befindet sich an einem unerwarteten Ort.



⤵ **Abbildung 2.14**

Fischerin und Fischer auf dem Inle See in Myanmar

⤵ **Abbildung 2.15**

Robbe und Echse auf Galapagos



» **Abbildung 2.16**

Ein kleiner Deckelbewohner



Informationsgehalt

Wir haben bereits besprochen, dass Fotos sowohl dekorative als auch informationsvermittelnde Funktionen erfüllen können. Wer das Ziel verfolgt, durch Fotografie Wissen zu vermitteln, sollte den Informationsgehalt der eigenen Bilder sorgfältig überprüfen. In diesem Kontext stehen Dokumentation und Informationsgewinn im Vordergrund. Dabei ist zu betonen, dass es nicht primär um die Spannung des Bildes geht. Was von einer Person als informativ und spannend empfunden wird, mag von einer anderen genau gegenteilig wahrgenommen werden.

Wer sich für Flugtechnik und in diesem speziellen Fall für Gyrocopter interessiert, dürfte von den zwei Bildern in Abbildung 2.17 angetan sein. Sie vermitteln Informationen zum Fluggerät und erlauben es, sich die Instrumente in Ruhe anzuschauen.



versteht, kann daraus Informationen ableiten und erhält einen Erkenntnisgewinn. Für alle anderen handelt es sich hierbei einfach um ein Foto, das morgen schon wieder vergessen ist.

Die Wahl der Fotos sollte immer zu der von Ihnen erzählten Geschichte passen. Wenn Sie beispielsweise



⤴ **Abbildung 2.18**

Eine Gabelschwanzmöwe, fasziniert von ihren Füßen

⤵ **Abbildung 2.17**

Blick ins Cockpit eines Gyrocopters

auf Galapagos waren und dort gesehen haben, wie die Gabelschwanzmöwe ihrer Lieblingsbeschäftigung nachgeht, nämlich dem Betrachten ihrer Füße, werden Sie dies zu Hause erzählen. Das ist indes kein Witz. Dieser Vogel schaut wirklich alle paar Sekunden seine Füße an. Warum? Das ist eine gute Frage. (Es trainiert eine Jagdtechnik und dient der Suche nach Beute oder Nahrung.) Auf jeden Fall lässt sich das Geschehen super fotografisch festhalten. Eine Bildabfolge könnte sein, dass Sie mit einem Porträt einer Gabelschwanzmöwe starten, quasi das emotionale Bild für den Einstieg wählen, und dann informative Bilder nachliefern, auf denen der Moment festgehalten wurde, in dem die Möwe ihre Füße anschaut.

Überraschung

Die Überraschung geht in Richtung des Abenteurers im Bild. Hier geht es darum, das Publikum im wahrsten Sinne des Wortes zu überraschen. Dies kann auf verschiedenen Ebenen geschehen: überraschen mit dem Bildinhalt, aber auch mit der Art und Weise, wie ein Foto aufgenommen wurde.

Das Bild in Abbildung 2.19 ist ein weiteres aus der Serie in Kapitel 1. Es überrascht auf zweifache Art und Weise. Zum einen durch den Inhalt: Sie sehen eine junge



⚡ **Abbildung 2.19**

Ein Backstein wird vom Kopf gezogen

Frau, wie sie einen Backstein vom Kopf zieht. Dabei wird viel Staub aufgewirbelt. Für uns undenkbar, dass wir eine solche Arbeit verrichten müssen. Es ist wie ein Blick in eine fremde Welt. Zu dieser Wirkung trägt auch die Aufnahmetechnik des Einrahmens bei, die zweite Überraschung. Links und rechts sind Mauern zu sehen, die den Blick direkt in die Mitte des Bildes führen. Es scheint, als würden wir durch ein Fenster in diese uns unbekannte Welt blicken. Es lohnt sich also, den eigenen Blick zu schulen und immer wieder neue Blickwinkel zu suchen.



⚡ **Abbildung 2.20**

Die Brücke des 25. April in Lissabon, einmal bei Tag und einmal bei Nacht

Die beiden Bilder in Abbildung 2.20 illustrieren schön, wie überraschend Fotos wirken können, die zwar etwas einem selbst Vertrautes zeigen, aber dies aus einem ganz neuen Blickwinkel tun. Meist wird die Ponte 25 de Abril nämlich von einem anderen Standpunkt aus fotografiert, der sie eher wie die Golden Gate Bridge wirken lässt. Sie können die Brücke einmal im Internet suchen und werden dann sofort sehen, was wir meinen.

Oft handelt es sich bei einer überraschenden Bildszene auch um eine Seltenheit, eine festgehaltene Geste

oder ein Vorkommnis, das es so nicht besonders oft zu sehen gibt. Abbildung 2.21 ist zwar ein »hartes« Bild, es zeigt aber gut, was wir damit meinen. Der Frosch kämpft gegen die Schlange um sein Überleben. Das Bild hat Seltenheitswert und wirkt dadurch spannend, weil wir einen Einblick erhalten in eine völlig unbekannte Welt. Hier könnte man anknüpfen und noch weitere Bilder zeigen. Denn das Publikum möchte wohl mehr sehen und wissen, wie das Duell ausgeht.



« ≙ **Abbildung 2.21**
Frosch und Schlange im Überlebenskampf. Die drei Bilder erzeugen hier eine Bildsequenz, die trotz Bildinhalt insgesamt harmonisch wirkt.



Sie können auch überraschen, indem Sie zwei Bilder präsentieren, die den eigentlichen Normalfall zeigen und dann die Abweichung von der Norm offenbaren. Denken Sie an die Kapuzineraffen im Cahuita-Nationalpark von Costa Rica mit ihrem unterschiedlichen Fressverhalten (Abbildungen 1.39 und 1.40).

Überraschung steckt auch in einem seltenen Fund, der in einem Foto festgehalten und somit sichtbar gemacht wird, oder in Bildern, die von künstlichen Intelligenzen erschaffen werden.

Verlockung

Die Verlockung wird durch eine Fotografie unbewusst ausgelöst. Auf diesen Effekt setzt zum Beispiel die Reiseindustrie sehr stark. Bei einem solchen Bild kommen wir weg vom reinen Betrachten und tauchen richtiggehend in das Bild ein. Wir spüren in uns das Sehnsuchtsgefühl. Landschaftsfotos sind dafür charakteristisch. Wir wollen die Umgebung nicht nur bereisen, sondern am liebsten darin wohnen. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit und tauchen Sie ein in die Fotos auf dieser Doppelseite.



⤴ **Abbildung 2.22**

Costa Rica, eine Aufnahme aus der mystischen Blaue Stunde



« **Abbildung 2.23**
Aufnahme aus Marokko
während der Goldenen
Stunde (Für das Reise-
büro würde der Strom-
mast wohl herausre-
tuschiert werden.)

» **Abbildung 2.24**
Noch einmal Costa
Rica, diesmal die
ersten Sonnenstrah-
len während der
Goldenen Stunde



Alltägliche Fotos

Es mag auf den ersten Blick merkwürdig anmuten, dass wir Alltagsfotos als Bildqualitätskriterium listen, aber diese Bilder sind für das Geschichtenerzählen enorm wichtig, weil sie oft als Startpunkt dienen. Über diese erhalten Sie selbst Zugang zu Ihrer Geschichte und ebenso Ihr Publikum. Alltägliche Fotos sind so vertraut oder zugänglich, dass sie mit einem Blick registriert werden. Der Philosoph Roland Barthes hätte wohl von einem Bild ohne Punctum gesprochen, dazu mehr im nächsten Abschnitt.

Wir haben uns einleitend die Frage nach einem guten Bild gestellt und einige mögliche Qualitätskriterien genannt. Weiter könnte man noch anführen, dass ein Bild zur Kontexterweiterung beiträgt. Es wirft gewisse Fragen auf und regt zum Nachdenken an. Sprich, die Menschen, die das Bild betrachten, beschäftigen sich mit der Aufnahme. Es findet eine Wechselwirkung statt und plötzlich wird es ein Dreieck aus der Person, die fotografiert, dem Motiv und der Person, die das Bild schließlich betrachtet.



⤴ **Abbildung 2.25**

Ein alltägliches Foto, das als Zugang dient und Ihre Geschichte schon einmal grob situiert

Wildlife-Fotografie und die Kunst des Wartens

von *Laura Marlen Gutknecht*

Die Welt sehen

Meine Liebe zur Fotografie begann an einem magischen Ort, dem afrikanischen Busch. Mit gerade einmal elf Jahren hatte ich da das Glück, das erste Mal eine Kamera in den Händen zu halten und durch den Sucher zu blicken. Es war, als ob ich in eine neue Dimension der Schönheit und des Staunens eingetreten wäre.

Während jenes unvergesslichen Familienurlaubs in Südafrika verliebten wir uns alle, meine Familie und ich, in die weiten Ebenen und die unberührte Natur. Es war eine Offenbarung, als ob sich die Tore einer verborgenen Welt vor uns öffneten. Die scheinbar endlosen Savannen und die vielfältigen Ökosysteme zogen mich in ihren Bann. Doch es waren vor allem die Tiere, die meine Seele berührten: die charismatischen Elefanten, die graziösen Giraffen, die majestätischen Löwen – sie alle wurden zu meinen Gefährten auf dieser wunderbaren Reise.

Meine künstlerische Ader konnte ich dann während meiner Schulzeit am Kunstgymnasium Liceo Artistico weiter entfalten. Das Handwerk der Fotografie erlernte ich, als ich mit 16 Jahren ein Jahr an der Ostküste Australiens verbrachte. Meine damalige Fotografielehrerin lehrte mich, manuell zu fotografieren, Kompositionen zu kreieren und mich stets weiterzuentwickeln. Dank ihrer

Unterstützung und Förderung habe ich die grundlegenden Fähigkeiten erworben, auf denen ich bis heute aufbaue.

Das Reisen um die Welt hat mich von einer geborenen Zürcherin zu einer Liebhaberin der vielfältigen Kulturen, der Flora und Fauna dieses einzigartigen Planeten gemacht. Es hat nicht nur meine Leidenschaft für Abenteuer rund um den Globus geweckt, sondern auch meine Begeisterung, diese Erlebnisse mit der Kamera einzufangen. Während eines Safariabenteuers in Afrika wurde mir klar, dass ich mehr wollte, als nur oberflächliche Aufnahmen zu machen, ich wollte die »Seele« der Natur mit der Kamera erfassen. Ich wollte verstehen, wie diese faszinierenden Lebewesen in Harmonie mit ihrer Umgebung leben und wie ich ihre Geschichten erzählen konnte. Im Jahr 2017 entschied ich mich dann, eine Ausbildung als Wildlife Guide zu absolvieren. Zwei Monate lang tauchte ich vollständig in das südafrikanische Buschleben ein. Ich lernte die Geheimnisse der Natur kennen, erfuhr die Geschichten hinter den Spuren im Sand und lauschte den flüsternden Stimmen des Busches. Es war eine Zeit der Entdeckungen und des Wachstums, in der ich nicht nur Kenntnisse über die Tierwelt erwarb, sondern auch meine eigene Verbindung zur Natur vertiefte.

Diese transformative Erfahrung hat mein Verständnis der Fotografie grundlegend verändert. Ich erkannte, dass es nicht nur darum ging, meine Umwelt zu fotografieren, sondern vielmehr darum, eins mit ihr zu werden. Ich lernte, die Stimmungen der Landschaft zu spüren, die feinen Nuancen des Lichts einzufangen und die unvergleichliche Energie der Tierwelt in jeder Aufnahme zum Ausdruck zu bringen.

In meiner Fotografie gibt es Raum für Träume, Zeit für das Warten und die Möglichkeit, etwas Einzigartiges zu kreieren. Jedes Mal, wenn ich meine Kamera in die Hand nehme, beginne ich automatisch, die Situation um mich herum zu analysieren. Wie ein Maler entwerfe ich in meinem Kopf das Bild, eine harmonische Komposition aus allen Elementen, die meine Sinne umgeben. Das Licht, die Schatten, die Farben – sie alle verschmelzen zu einer Realität, in der ich träume.

In der weiten Wildnis Afrikas habe ich gelernt, dass es sich lohnt, zu warten, anstatt den Auslöser sofort zu betätigen. Die Natur offenbart sich oft von ihrer schönsten Seite, wenn man ihr mit Geduld und Vorstellungsvermögen begegnet. Das Warten lässt den Blick durch den Sucher in Vergessenheit geraten. Stattdessen richte ich meine Aufmerksamkeit auf die subtile Körpersprache der Tiere, lausche den sanften Klängen, die der Wind durch die Ferne trägt, und beobachte die faszinierenden Schatten, die die afrikanische Sonne auf den Sand wirft. Ich werde eins mit meiner Umgebung, eine unsichtbare Präsenz, die Teil des größeren Ganzen ist. Und erst dann beginnt das wahre Kreieren.

LAURA MARLEN GUTKNECHT

■ Website: www.lamarlentravels.ch

Mit einem tiefen Atemzug und dem Wissen, dass der perfekte Moment bevorsteht, halte ich den Atem an. Die Kamera wird zum Pinsel, mein Finger am Auslöser zum kreativen Impuls. In diesem kostbaren Augenblick vereine ich meine Vision mit der Schönheit der Natur. Ich fange nicht nur ein Bild ein, sondern eine Geschichte, die über das Visuelle hinausgeht. Jeder Klick ist ein kleiner Akt der Schöpfung, der einen Moment der Magie für die Ewigkeit einfängt.

Über die letzten 15 Jahre hinweg habe ich mit meiner Kamera die Welt erkundet und dabei vier fundamentale Erkenntnisse gewonnen. Dazu gleich mehr. Das Besondere daran ist, dass jede einzelne der folgenden Kurzgeschichten exakt von dem einzigartigen Moment erzählt, in dem ich diese wertvollen Einsichten gewonnen habe. Jeder dieser Augenblicke hat meine Fotografie, besonders die Wildlife-Fotografie, auf eine ganz neue Ebene gehoben und mir ermöglicht, die Welt um mich herum mit einer erfrischend neuen Perspektive zu betrachten.

Der magische Moment am Fluss

Die sanften Riesen, meine Lieblingstiere, üben eine faszinierende Anziehungskraft auf mich aus. Stundenlang könnte ich sie beobachten, wie sie in ihrer imposanten Größe durch die Weiten der Savanne streifen. Ihre beeindruckende Stärke und gleichzeitig ihre sanftmütige und gütige Natur machen sie zu wahren Wundern der Tierwelt. Doch es ist ihre außergewöhnliche Intelligenz und ihre bemerkenswerte Sensibilität, die mich immer wieder in ihren Bann ziehen.

Wenn ich in ihre klugen Augen blicke, scheint es, als würden sie eine verborgene Welt von Gedanken und Emotionen in sich tragen. Ihre feinfühlig Rüssel, mit denen sie behutsam nach Nahrung suchen oder liebe-

» **Abbildung 2.26**

*Der goldene Schnitt
von Traum und Realität*



Ziel der Bildreportage

Was ist das Ziel Ihres Werkes? Was wollen Sie mit Ihrer Arbeit erreichen oder bezwecken? Wir sind schon darauf eingegangen, dass es ein Ziel sein könnte, die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Thema zu lenken. Oder Ihr Publikum dazu zu ermutigen, selbst aktiv zu werden und sich für eine Sache einzusetzen. Aber auch »unterhalten« kann ein Ziel sein. Die meisten Bildreportagen haben eines oder mehrere der folgenden Ziele:

- Aufmerksamkeit erregen
- Interesse wecken
- informieren
- aufklären
- Emotionen wecken
- Meinung machen
- zur Meinungsbildung beitragen
- persönliche Erfahrungen teilen
- unterhalten

Herzstück Mensch

Wer sind die Menschen auf den Bildern und was sind ihre Geschichten? Menschen sind oft das Herzstück eines Werkes. Eine gute Bildreportage nimmt sich genug Zeit, um die Protagonistin oder den Protagonisten samt seiner Geschichte zu präsentieren. Anonyme Statistiken ergeben bei einem wissenschaftlichen Thema Sinn. Haben Sie sich jedoch das Ziel gesetzt, Emotionen zu wecken, werden Sie ohne Bezug zu einem Menschen nur schwer Ihr Ziel erreichen können. Wir sind soziale Wesen und benötigen den Kontakt zu anderen. Auch in Geschichten ist das so. Wir können dem Inhalt besser folgen und ihn verstehen, wenn wir ihn anhand einer Person oder eines menschlichen Schicksals erzählt bekommen. Aus diesem Grund werden häufig politische oder andere Themen am Beispiel einer betroffenen Person erzählt. Es hilft dem Publikum, sich selbst in die Situation zu versetzen. Somit befasst man sich automatisch tiefer mit der Geschichte. Das ist übrigens der Grund, warum Sie oft in Zeitungen lesen: XY aus AC (Name der Redaktion bekannt).



⤴ **Abbildung 3.8**

Ein Mönch hängt am Mittag in einer Pagode Flaggen als Vorbereitung auf ein buddhistisches Fest auf.

Wer macht was wann und wo

Eine Bildreportage folgt keiner grundsätzlichen Gliederung. Sie dürfen sich als Macherin oder Macher frei ausleben. Um Ihr Publikum nicht mit offenen Fragen im Raum stehen zu lassen, sollten Sie dennoch folgende Fragen in Ihrer Arbeit beantworten:

- Was ist geschehen?
- Wer ist daran beteiligt?
- Wo ist es passiert?
- Wann ist es geschehen?
- Wie oder warum kam es dazu?
- Welche Folgen wird oder kann das haben?

Nicht alle dieser Fragen müssen gleich zu Beginn beantwortet werden. Es hilft jedoch, die ersten drei Fragen (was, wer, wo) bis vier (wann) schnell zu beantworten, damit das Publikum nicht zu lange warten muss und das Interesse verliert.

Wenn Sie bei fünf Fragen landen, können Sie mit diesem Fragesatz arbeiten: Wer macht was, wann, wo und warum? Die hier links gezeigte Bildstrecke gibt entsprechende Antworten: Ein Mönch [Wer?] hängt zur Mittagszeit [Wann?] in einer Pagode [Wo?] Flaggen [Was?] als Vorbereitung auf ein buddhistisches Fest [Warum?] auf.

Als Fotograf haben Sie natürlich den Kontext der Bilder parat. Sie entscheiden mit der Präsentation und eventuellen Begleittexten, wie Sie die Betrachter mit in die Situation nehmen oder was der Interpretation überlassen werden soll.

Kontext und Auswirkungen

Die meisten Bildreportagen sind eine Kombination aus Erlebnis erzählung und sachlichem Bericht. Eine herausragende Reportage erzählt nicht nur die eigentliche Geschichte, sondern setzt sie auch in einen umfassenden Kontext. Der Rahmen, in dem Sie Ihre Arbeit erstellen und präsentieren, ist genauso bedeutend wie der Inhalt selbst. Dies kann bedeuten, dass Sie die politischen, wirtschaftlichen oder sozialen Bedingungen erläutern, die zu dieser Geschichte geführt haben. Wenn Sie bei-

spielsweise eine Reportage über eine obdachlose Person verfassen, ist es hilfreich zu erklären, warum diese Person auf der Straße lebt. Zeigen Sie mehr als nur die widrigen Lebensumstände: Ergründen Sie die Ursachen. So können Sie dazu beitragen, dass man die Dinge aus einem anderen Blickwinkel sieht und vielleicht seine Meinung zu bestehenden Vorurteilen überdenkt.

Viele Themen haben das Potenzial, das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu formen, indem sie Diskussionen anstoßen. Welche Auswirkungen könnte Ihr Thema auf die Gesellschaft oder eine Gemeinschaft haben? Fragen Sie sich: Wie kann meine Bildreportage effektiv dazu beitragen, das Bewusstsein für ein bestimmtes Thema zu schärfen?

Im besten Fall informiert Ihre Bildreportage nicht nur, sondern erweitert auch das Verständnis für die Welt. Ihre Leserschaft sollte durch sie Neues erfahren. Welche Erkenntnisse sollen das sein? Arbeiten Sie gezielt darauf hin, Antworten auf diese Fragen zu geben.

3.6 Ihre Rolle

Wir haben es schon in den anderen Kapiteln angesprochen: Seien Sie sich der Bedeutung Ihrer Rolle als Fotografin oder Fotograf bewusst. Durch Ihr Handeln beeinflussen Sie die Aufnahmen. Bedenken Sie jedoch auch, dass schon Ihr Alter und Ihr Geschlecht eine Rolle spielen können. Als Frau könnten Sie manchmal einen anderen Zugang zu einem Thema erhalten als ein Mann oder umgekehrt. Ihre persönliche Motivation prägt entscheidend Ihre Arbeit, die immer durch Ihren individuellen Hintergrund beeinflusst wird.

Versuchen Sie, nach dem »Fly-on-the-wall-Prinzip« zu arbeiten. Das bedeutet, so unauffällig wie möglich zu agieren, um nicht zu stören – wie eine Fliege an der Wand. Solange sie dort bleibt, ist alles in Ordnung. Sobald sie jedoch anfängt, umherzuschwirren, wird es problematisch. Behalten Sie diese Metapher stets im Hinterkopf, und versuchen Sie, sie in Ihrer Arbeit umzusetzen.

Bereiten Sie sich so gut wie möglich vor. Arbeiten Sie sich in Ihr Thema ein. Dies hat viele Vorteile. Handlungen bauen oft aufeinander auf (Stichwort: Emergenz), und um Geschichten erzählen zu können, müssen Sie wachsam sein. Es reicht nicht aus, sich nur auf das fotografische Handwerk zu konzentrieren. Sie müssen das große Ganze im Auge behalten. Nur wenn Sie sich der Geschehnisse um Sie herum bewusst sind, können Sie angemessen reagieren. Eine gute Vorbereitung verleiht Ihnen Flexibilität und vermindert Stress.

Informieren Sie sich sowohl über den Ort als auch über die Personen, die Sie fotografieren möchten. Wie frei können Sie sich bewegen, welche fotografischen Herausforderungen (Licht, Platz) könnte es geben? Was macht die Menschen aus, was treibt sie an? Eine gute Beziehung zu Ihren Subjekten ist oft von unschätzbarem Wert, und Empathie ist dabei entscheidend.

Eine gute Vorbereitung, inklusive gründlicher Recherche, ist entscheidend. Daher sollten Sie genügend Zeit für die Vorbereitung einplanen. Es kann auch hilfreich sein, den Anfang und das Ende Ihrer Geschichte im Voraus zu planen und mögliche Höhepunkte vorherzusehen. Welche Bilder brauchen Sie unbedingt?

EIN PRAKTISCHES BEISPIEL

Stefan erinnert sich an eine Teilnehmerin in einem Fotografiekurs, die sich scheute, Menschen zu fotografieren. Sie wollte gerne, aber sie traute sich nicht. Stefans Tipp war, sich gut auf die Situation vorzubereiten. Dies ist letztlich die halbe Miete. Und dann einfach zu machen. Sie beschloss, Fischer früh am Morgen an einem See zu fotografieren. Sie informierte sich über die Fische in diesem Gewässer, die Gewohnheiten der Fischer und wurde so zu einer kleinen Expertin. Als sie schließlich loszog, waren die Fischer erfreut über ihr Interesse und die Gelegenheit, ihr Tun zeigen zu können. Ihr Wissen ermöglichte es ihr, eine Verbindung zu ihnen aufzubauen, was zu authentischeren und emotionaleren Aufnahmen führte. Von da an fand sie Freude am Fotografieren von Menschen.

3.7 Was eine Bildreportage ausmacht

Eine Bildreportage ist also eine Form von visuellem Journalismus. Anhand einer Serie von Fotografien wird ein bestimmtes Thema oder eine Geschichte erzählt. Im Gegensatz zu einzelnen Fotos, die nur einen bestimmten Moment einfangen können, erzählt eine Bildreportage mit mehreren Momenten eine zusammenhängende Geschichte. So bieten Sie einen umfassenderen Einblick in das vorgestellte Thema.

Schauen wir uns im Folgenden sechs prägende Merkmale einer Bildreportage an. Jedes dieser Merkmale ist ein wichtiger Bestandteil einer jeden Reportage. Nehmen Sie sich diese zu Herzen. Je intensiver Sie sich damit auseinandersetzen, desto gelungener und ansprechender wird Ihre Geschichte für die Betrachtenden.

Ein Thema

Jeder Bildreportage liegt ein bestimmtes Thema oder eine Geschichte zugrunde. Diese wird durch eine Serie von Fotos dargestellt und oft durch Text ergänzt. Bei Onlinepräsentationen oder Multivisionsshows können Audio-dateien oder Videos die Bilder begleiten oder ergänzen.

Eine Reportage ist eine strukturierte Sammlung von Bildern, die darauf abzielt, ein Ereignis oder mehrere Ereignisse zu dokumentieren. Ein Reisebericht könnte als eine Serie solcher Reportagen betrachtet werden. Im Wesentlichen liefert eine Reportage ein Zeugnis der Realität, die uns umgibt. Dabei versuchen wir, Menschen in all ihren Facetten darzustellen. Im Mittelpunkt steht das Festhalten der gelebten Realität. Die erzählte Geschichte könnte sich auf ein aktuelles Ereignis, ein soziales Anliegen, eine kulturelle Praxis oder ein individuelles Schicksal beziehen. Es ist entscheidend, das Thema präzise zu definieren, sodass die Fotos im korrekten Kontext verstanden und aufgenommen werden.

Das gewählte Thema muss nicht zwangsläufig für ein breites Publikum bestimmt sein. Selbst der Besuch bei der Großmutter kann den Rahmen für eine Bildreportage bieten. Hierfür könnten Sie auch einfach die Kamera Ihres Smartphones verwenden und technisch unauffälliger

auftreten. Smartphones sind allgegenwärtig und werden anders als Systemkameras weniger als »Bedrohung« wahrgenommen.

Wesentlich ist, dass Sie drei Kernfragen klären können: Wer? Was? Warum? Die Reportage sollte wie eine geführte Tour wirken und ein Erlebnis bieten. Ordnen Sie die Bilder in einer zeitlichen Reihenfolge, um dem Publikum den Eindruck zu vermitteln, es sei selbst vor Ort gewesen. (Siehe hierzu auch den Abschnitt »Eine zusammenhängende Geschichte« in diesem Abschnitt.)

Man kann auch nichtchronologisch vorgehen. Das ist sehr anspruchsvoll für den Ersteller und potenziell spannender für die Betrachtenden. Für einen komplexen Ablauf empfiehlt es sich nicht. Außerdem bedingt es automatisch mehr anderweitiger Erklärungen und Ergänzungen später im Text; wie gesagt: anspruchsvoll!

Ihr Hauptziel sollte es sein, den Kontext des Geschehens verständlich zu machen: Wo fand es statt? Wer war beteiligt? Was genau ist passiert? Die Fotografien sind Momentaufnahmen einer umfassenderen Geschichte. Machen Sie diese Geschichte greifbar.

Erinnern Sie sich noch an das Bild der traditionell gekleideten Fischerin, mit dem Fischer im Trainingsanzug im Hintergrund? Zur Erinnerung sehen Sie es noch mal in der Abbildung rechts oben. Hier steht der Bildinhalt im Fokus. Wollte man »nur« ein ästhetisches Foto schießen, würde man sich nur auf die Fischerin konzentrieren wie in der Abbildung rechts unten. Sie erkennen den Unterschied. Beides sind Fotos, die man sich gerne ansieht. Der Informationsgehalt und die Ästhetik sind von ihrer Intention her aber grundverschieden.



⤴ **Abbildung 3.9**

Oben: Traditionell gekleidete Fischerin und ein Fischer in heutiger Arbeitskleidung. Unten: Das ästhetische Porträt der traditionell gekleideten Fischerin

DOKUMENTARISCHE FOTOGRAFIE

Dokumentarisch zu arbeiten bedeutet, hinter die Fassade zu schauen. Sie bieten Ihrem Publikum einen Einblick, der ihnen sonst verwehrt bliebe. Sie beleuchten und ordnen gleichzeitig die Gegebenheiten. Dabei steht der Inhalt deutlich über der Ästhetik. Es genügt nicht, wenn es lediglich schön ist.

Eine Serie von Fotografien

Eine Bildreportage setzt sich aus einer Serie von Fotos zusammen. Man könnte sie auch als organisierte Bildersammlung bezeichnen. In ihrem Mittelpunkt steht das dokumentarische Schaffen. Schließlich beobachten Fotografinnen und Fotografen diese wundervolle Welt. Die Kamera ist das Instrument, mit dem die Bausteine der Geschichte geschaffen werden.

Mindestens zwei bis (besser) drei Bilder sind notwendig, um die Fragen – wer tut was und warum – zu beantworten. Abhängig von Thema und Umfang Ihres Projekts können es natürlich viele mehr sein. Ihre Fotos sollten verschiedene Perspektiven und Momente aufzeigen, um eine ansprechende Fotostrecke zu gestalten und Ihre Erzählung in voller Tiefe und Spannung zu präsentieren.

Da jedes Foto in einer Serie nur einen Augenblick einfängt, ist es entscheidend, Bilder auszuwählen, die einen repräsentativen Überblick des tatsächlichen Geschehens bieten. Planen Sie Ihre Reportage deshalb gründlich. Überlegen Sie, wann und wo es sinnvoll ist, zu fotografieren. Wie wird die Position der Sonne sein? Wie wird das Licht beschaffen sein? Wann könnten besondere Momente eintreten? Was wird als Nächstes passieren? Wo bewegen sich die Menschen hin? Bin ich am richtigen Ort positioniert?

Eine zusammenhängende Geschichte

Eine gute Bildreportage erzählt eine zusammenhängende Geschichte, die Ihr Thema umfassend darstellt. Die Bilder sollten in einer für die Geschichte logischen Reihenfolge präsentiert werden. Das macht es einfacher,

dem Inhalt zu folgen und ihn zu verstehen. Die logische Reihenfolge muss nicht die chronologische Reihenfolge sein! Bestimmen Sie einen klaren Anfang, einen Mittelteil und ein Ende. Idealerweise haben Sie diesen Schritt bereits bei Ihrer Planung berücksichtigt, bevor Sie Ihre Reportage fotografieren. Das hilft Ihnen, sich nicht zu verzetteln, wenn Sie vor Ort sind. Die Fotos sollten zusätzlich einen gewissen Kontext und Hintergrund liefern, um das Thema besser verstehen zu können. Als Beispiel können Sie die Reportage »Fürst Guitars« aus diesem Buch nehmen (ab Seite 78). Die Aufnahmen sind an zwei verschiedenen Tagen entstanden. Um dem Publikum das Thema schnell interessant zu machen, wird zuerst der Protagonist vorgestellt. Man erfährt, was er tut und warum. Danach wird der Ablauf des Baus einer Gitarre gezeigt. Dies entspricht zwar inhaltlich dem korrekten Ablauf, jedoch nicht der Chronologie der Aufnahmen des Fotografen. Die einzelnen Bestandteile der Geschichte waren von Anfang an klar. Sie mussten »nur« abgearbeitet werden. Wie und in welcher Reihenfolge das gemacht wurde, spielt für das Endprodukt keine Rolle.

Kontext und Hintergrund

Ihre Bildreportage sollte nicht nur das Hauptthema zeigen, sondern dieses auch in einen gewissen Kontext stellen, um noch mehr Informationen zu vermitteln. Das hilft, die Bedeutung der Geschichte oder des Themas besser zu verstehen und so ein umfangreicheres Bild zu bekommen. Dieser Kontext kann in Form von Textbeschreibungen, Bildunterschriften, Interviews, Audio- oder Videopräsentationen geschehen. Besonders bei aktuellen Themen ist das wichtig. Haben Sie vor, eine Reportage aus einem Krisengebiet oder einer Demonstration zu zeigen, so müssen diese Bilder vom Publikum eingeordnet werden können, um sie nicht falsch zu interpretieren. Das kann aber natürlich auch bei Geschichten vor der eigenen Haustür relevant sein.

Bildkomposition und visuelle Ästhetik

Ihre Bilder sollten sorgfältig gestaltet und ausgewählt werden. Eine ansprechende visuelle Ästhetik und Bild-

komposition trägt maßgeblich dazu bei, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen. Seien Sie nah an den Menschen dran. Das bedeutet nicht, dass Sie mit dem Teleobjektiv ein Gesicht möglichst groß darstellen, sondern selbst nah am Geschehen sein sollen. Das sorgt dafür, dass bei den Menschen, die Ihre Bilder betrachten, das Gefühl entsteht, selbst Teil des Ganzen zu sein.

Um Bildelemente vom Hintergrund abzuheben und herausstechen zu lassen, können Sie bewusst mit der Blende arbeiten und offenblendig fotografieren. Wenn es um die Wahl der Brennweite geht, sind 35 mm und 50 mm Ihre besten Freunde, da sie dem menschlichen Sehen am nächsten kommen. Das gilt vor allem für das 50-mm-Objektiv, das auch gerne als Normalbrennweite bezeichnet wird. Somit wirken die Bilder »realer«. Allerdings sind diese Brennweiten auch nicht so »effekthascherisch« wie extremer Weitwinkel oder Tele und sie verlangen Ihnen daher mehr gestalterischen Einsatz ab.

Um Ihre Bildstrecke attraktiver zu gestalten, mischen Sie immer wieder Hochformat und Querformat, wenn es zum Motiv passt. Hierbei ist ein Verhältnis von 1 : 3 eine gute Vorgabe. Das ist natürlich auch Geschmackssache.

Eine Beziehung aufbauen

Versuchen Sie, vor Ort eine Beziehung zu Ihrem Hauptdarsteller oder Ihrer Hauptdarstellerin aufzubauen. Dies wird Ihnen helfen, emotionalere Bilder zu erstellen. Denn je länger Sie vor Ort sind, desto mehr werden Sie zur »Normalität« für Ihre Protagonisten. Infolgedessen wird sich Ihre Hauptperson entspannen, und Sie können natürlichere Aufnahmen machen. (Wir haben das schon im Kasten »Ein praktisches Beispiel« in Abschnitt 3.6, »Ihre Rolle«, angesprochen.) Aber wie geht das? Es gibt da verschiedene Ansätze. Eine Methode besteht darin, dass Sie die Personen bereits im Vorfeld kennenlernen. Treffen Sie sich auf einen Kaffee oder machen Sie einen gemeinsamen Spaziergang. Kommunizieren Sie mit der Person, die Sie fotografieren möchten, ohne dabei Fotos zu machen. In dieser Phase geht es ausschließlich darum, eine Verbindung herzustellen. Zeigen Sie echtes Interesse, stellen Sie Fragen und tauschen Sie sich aus. Erst später, wenn Sie sich quasi als Teil des Umfeldes

etabliert haben, beginnen Sie mit dem Fotografieren. Dieser Ansatz erfordert viel Zeit und mag für professionelle Journalistinnen und Journalisten nicht immer praktikabel sein, wenn sie nicht gerade eine längere Story recherchieren. Wenn Sie Ihre Geschichten aus privatem Antrieb heraus erzählen, haben Sie hier einen Vorteil.

Ein anderer Ansatz wird von der belgischen Magnum-Fotografin Bieke Depoorter verfolgt. Die meisten ihrer Arbeiten hat sie mit Menschen realisiert, die sie zuvor noch nie getroffen hatte. Für ihr erstes großes Projekt reiste sie nach Russland, ohne ein Wort Russisch zu sprechen. Mit einem Zettel auf Russisch ausgestattet, konnte sie sich bei fremden Menschen zu Hause einladen (lassen) und dort übernachten. Zu Beginn machte sie extrem viele Fotos, bis die Menschen, die ihr eine Unterkunft boten, sie kaum mehr wahrnahmen und sowohl das Fotografieren als auch sie selbst zur »Normalität« wurden. Das Besondere an den so entstandenen Aufnahmen ist, dass sie sehr intime Einblicke in das Leben der Protagonistinnen und Protagonisten bieten. So gelangen ihr Fotografien von Menschen in ihren Schlafzimmern, nackt in der Sauna oder während sie schliefen. Es gelang ihr also, innerhalb weniger Stunden eine »vertrauensvolle« Beziehung aufzubauen, obwohl sie nicht verbal mit den Personen kommunizieren konnte. Das ist ein radikaler Ansatz, der für ein privates Projekt wahrscheinlich nicht ideal ist, aber wir möchten Sie dafür sensibilisieren, dass man oft seine Komfortzone verlassen muss, um gute Ergebnisse zu erzielen.

DIE PRÄSENTATION DER EIGENEN ARBEIT

Nach allen Handlungen und Entscheidungen, die Sie bis hierher gebracht haben, stehen nun weitere Entscheidungen an: Wie und wem möchten Sie Ihre Arbeit präsentieren? Müssen oder wollen Sie Ihre Bilder bearbeiten? Planen Sie eine Ausstellung? Möchten Sie Ihre Werke vor einem Livepublikum vorstellen? Oder wollen Sie Ihre Arbeit in Magazinform oder einem Fotobuch verewigen? Je nachdem, welchen Weg Sie einschlagen, wird unterschiedlicher Aufwand erforderlich sein. In diesem Kapitel bieten wir Ihnen einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten, Ihre Geschichte zu präsentieren.

5.1 Das Fotobuch

Nicht jeder verfügt über ausreichend Platz, um großformatige Drucke für sich erstellen zu lassen. Ein Bild an der Wand kann sicherlich beeindruckend wirken und Sie leben dann quasi mit ihm, dennoch spricht es nicht alle Sinne an. Ein Fotobuch ist da vielfältiger: Sie berühren es, spüren den Buchumschlag, tasten und riechen das Papier. Sie betrachten nicht nur die Fotos, sondern auch die Schriftart und das Layout. Mit Schrift und anderen Elementen spricht das Thema noch einmal anders an als durch ein Foto allein. Sie platzieren die Bilder in bestimmten Formaten, in einem bestimmten Verhältnis zueinander. Sie entscheiden, ob die Bilder allein stehen oder in welchen Kombinationen. Dadurch und durch den Überraschungseffekt beim Umblättern, führen Sie die Menschen beim Betrachten durch das Buch. Aktuell ist

das Fotobuch sicher die bestmögliche Präsentationsform (und Archivierungsform) für ein privates Fotoprojekt, das Sie in dieser Form natürlich auch mit einer größeren Gruppe teilen und eventuell sogar kommerziell verwenden können.

Unterschätzen Sie nicht die tiefe Befriedigung, ein selbst geschaffenes Werk physisch in den Händen zu halten. Für Sie und weitere Leser und Leserinnen wird das Buch durch die Ansprache mehrerer Sinne und durch das bewusste Erleben zu einem besonderen Genuss. Durch das Blättern erhalten die Bilder den Raum, ihre Wirkung vollkommen zu entfalten – sie erwachen zum Leben. Ein Buch folgt einer Struktur, ähnlich einer Erzählung: Es beginnt, entfaltet sich – zum Teil sprichwörtlich – und findet schließlich seinen Abschluss.

Ist jede Geschichte für ein Buch geeignet? Möglicherweise nicht alle, jedoch zahlreiche. Wie bereits erwähnt, kann der Kontext eines Bildes ebenso bedeutungsvoll sein wie das Foto an sich. Diesen Kontext können Sie am treffendsten mittels Text vermitteln, weshalb sich Bücher besonders für tiefgründigere Geschichten eignen. Im Folgenden beleuchten wir weitere wichtige Aspekte, über die Sie bei der Erstellung eines Fotobuches nachdenken sollten.

Automatisch oder individuell

Bei der Fotobucherstellung können Sie den Weg des geringsten Widerstandes gehen, indem Sie eine Software die Gestaltung und sogar die Bildauswahl übernehmen lassen und es dann bei einem großen Onlinefotolabor

bestellen. Das kann für Fotos vom letzten Familienurlaub oder dem Städtetrip nach Amsterdam vielleicht hinreichend sein, aber für eine wohldurchdachte Reportage dürfte Ihr Anspruch ein anderer sein. Dann gibt es Anbieter und Produkte, die Ihnen mehr Kontrolle über die Materialien, das Design oder die Schriftart bieten, und eine Produktion, die auf Werbeaufdrucke und Barcodes verzichtet.

Jede Geschichte ist einzigartig. Das bedeutet, dass keine vorgefertigte Vorlage perfekt zu Ihrer Geschichte passen kann. Um Ihre Erzählung optimal in einem Buch darzustellen, sollten Sie also von den Standardanbietern Abstand nehmen und individuellere Wege beschreiten. Dabei haben Sie die Möglichkeit, am »oberen Ende«, mit einem professionellen Buchdesigner zusammenzuarbeiten. Das ist aber wohl nur für sehr große Projekte eine Option, bei denen bereits ein Verlag oder ein anderweitiger Geldgeber mit an Bord ist. Sie können sich natürlich auch selbst am Design versuchen. Es gibt hervorragende Programme wie Adobe InDesign, Affinity Designer oder auch Onlinetools wie Canva, die Ihnen alle Freiheiten bieten und in denen Sie Ihr Werk individuell gestalten können. Dieser Weg mag zeitaufwendiger sein, führt aber oft zu einem stimmigeren Ergebnis und dem guten Gefühl, mehr Kontrolle über das Produkt zu haben. Sollten Sie sich beim Design überfordert fühlen, zögern Sie nicht, Unterstützung zu suchen. Es gibt Bücher, Videotutorials, Workshops und natürlich auch die Möglichkeit, zum Beispiel mit einer lokalen Druckerei ins Gespräch zu kommen. Es ist wichtig, sich ausreichend Zeit zu nehmen. Es stehen viele Entscheidungen an, und es ist nicht unüblich und nur natürlich, dass Sie Ihre Meinung im Laufe des kreativen Schaffensprozesses mehrfach ändern.

Buchdesign

Jedes Buch ist einzigartig. Jedes hat sein eigenes Design, passend zu Ihrem Thema. Das fängt mit der Größe und dem Format der Seiten an, geht weiter mit der Schrift und dem Material des Umschlags, der Beschaffenheit des Papiers und endet mit der Art, wie Bilder und Text zusammen präsentiert werden. Es ist wichtig, dass das Design des Buches zu der Geschichte passt. Hier sollten

Sie einige Zeit investieren. Fragen Sie sich, welche Fotobücher Ihnen persönlich besonders gefallen. Was macht diese so eindrücklich für Sie? Wie ist das Format der Seiten? Aus welchem Material besteht der Umschlag? Wie sind die Texte und Bilder angeordnet? Jedes Buchprojekt benötigt etwas anderes. Stimmen Sie alle Aspekte des Buchdesigns auf Ihre Geschichte ab. Vielleicht hat Ihr Thema sogar Einfluss auf die Farbe der Seiten. Es muss ja nicht immer Weiß sein. Auch schwarze Seiten mit weißem Text sind möglich oder andere Kombinationen. Die Hersteller zeigen Ihnen Beispiele. Werden Sie nur nicht zu wild: Schwarz, Weiß und Grau sind bewährte »Hintergründe«, die Ihre Fotos wirken lassen, ohne in Konkurrenz zu ihnen zu treten.

Papier und Format

Die ersten Seiten eines Buches bestimmen das Gefühl, das vermittelt wird. Deshalb sollten Sie nicht bei der Qualität des Papiers sparen. Die Innenseiten des Buches sollten hochwertig sein. Es ist wie im Kino. In einem klassischen Filmtheater gehen die Vorhänge auf und Sie wissen, nun beginnt etwas Besonderes! In einem Multiplexkino sieht man die Leinwand bereits zu Beginn, wenn man den Saal betritt. Das Licht wird nicht gedimmt, sondern es geht einfach aus. Die Werbungen werden ohne Liebe zum Detail hart aneinandergeschnitten statt weich überblendet. Man merkt, dass hier ohne Liebe präsentiert wird. Ihre Bilder und Ihre Geschichten sind wertvoll, bereiten Sie ihnen eine entsprechende Bühne! – Machen Sie unbedingt auch Gebrauch von den oft angebotenen Materialproben, damit Sie sich vorab einen Eindruck vom Papier machen können.

Die Größe und das Format Ihres Buches sollte ebenfalls eine bewusste Entscheidung sein. Diese ist besonders wichtig, da es die Wirkung des gesamten Buches, des gesamten Projekts beeinflusst. Haben Sie sehr viele Hochkantbilder, so eignet sich ein solches Format besser für Ihre Geschichte als ein DIN A4 oder DIN A3 im Querformat oder andersherum. Müssen beide Formate gemischt werden, sollten Sie sich im Klaren darüber sein, dass das eine oder andere Bildformat etwas darunter leiden wird, da es kleiner wirken wird und auch kleiner sein

mus. Diesen Aspekt können Sie eventuell bereits bei der Entstehung Ihrer Bilder berücksichtigen. Fotografieren Sie ein Motiv durchaus im Hoch- *und* im Querformat. Die Wirkung ist eine andere, als wenn Sie nachträglich nur mit Beschnitt arbeiten.

Die Bilder und ihre Sequenzierung

Natürlich sind Sie bei der Gestaltung innerhalb des Buches frei. Dennoch gibt es ein paar Dinge, die Sie berücksichtigen sollten. So können zum Beispiel Bilder, die über eine Seite hinausgehen, an Wirkung verlieren. Fotos, die sich bis zum Rand einer Seite hin erstrecken, wirken zwar groß, dafür haben Bilder mit einem Rahmen eventuell eine »wichtig« erscheinende Wirkung, da sie eingefasst sind, ähnlich der Wirkung des Vorhangs im klassischen Filmtheater.

Ein Buch mit viel offenem Platz, dem sogenannten *Weißraum*, funktioniert gut, weil man nicht von zu viel Text und anderen Bildern abgelenkt wird. Ein Beispiel dafür wäre: ein Bild pro Seite, und auf der gegenüberliegenden Seite kann der Titel des Bildes gelesen werden. Das reicht. Dieses Vorgehen kreierte auch einen Rhythmus, ein Gefühl. Jedes Umblättern ist wie ein Takt, den man physisch ausführt und unterbewusst aufnimmt. Das Blättern macht alles langsamer. Fragen Sie sich: Passt dieser Rhythmus zu meinen Bildern? Oder muss es schneller, »hektischer« wirken? Mit der Anordnung, der Vielfalt und der Zusammenstellung der Bilder können Sie Tempo und Gefühl vermitteln: hektisch, langsam, laut, leise, ...

Wie Sie in diesem Buch schon erfahren haben, entsteht eine Geschichte durch die Abfolge von Bildern. Beim Sequenzieren bringen Sie Ihre Geschichte in eine Form. Es entsteht ein Zusammenhalt. Die Sequenzierung ist entscheidend dafür, wie sich die Geschichte entwickelt und anfühlt. Überlegen Sie genau, wie die Bilder zusammenwirken und was sie auslösen, wenn man sie zusammen betrachtet. Unter Umständen können zwei Bilder zusammen plötzlich etwas Ungewolltes auslösen oder überladen wirken. Sieht man die Bilder aber nach dem Umblättern, fühlt es sich an wie ein kleiner Neustart und man begegnet dem neuen Bild neutraler.

Um ein Buch gut sequenzieren zu können, kann es helfen, wenn Sie die Bilder ausdrucken, am besten sogar schon in der Größe, die sie am Schluss in Ihrem Buch haben sollen. Für den besseren Vergleich sollten die Bilder aber mindestens alle die gleiche Größe haben, das Postkartenformat ist eine gute Richtschnur. Der Druck muss nicht auf teurem Fotopapier erfolgen, Sie können auch zur nächsten Drogerie gehen. Das »Spielen« mit den Ausdrucken fühlt sich auf jeden Fall realer an und macht mehr Spaß, als das nur am Rechner zu machen.

Ein Beispiel: Die Sequenzierung von Svens Reportage »Fürst Guitars« in diesem Buch. Durch die vielen guten Bilder ergaben sich diverse Kombinationsmöglichkeiten.



⚡ **Abbildung 5.1**

Wenn Sie einen Farbdrucker haben, können Sie auch einen Kontaktbogen drucken, um die ausgeschnittenen Bilder für das Sequenzieren von Hand zu nutzen.



« **Abbildung 5.2**
Sequenzieren Sie
möglichst auf ei-
nem neutralen Hin-
tergrund, damit Sie
nichts ablenkt.



⤴ **Abbildung 5.3**

Sequenzierung der Reportage »Faszination Fliegenfischen«. So entstand der erste Entwurf, der Startpunkt. Es kann aber immer noch sein, dass sich während des Schreibens der Texte (wenn Sie sich dafür entscheiden) die Reihenfolge noch ändert. Oft bieten sich mehrere Bilder an derselben Stelle an. Diese hat Sven hier untereinandergelegt, um so den besseren Überblick zu bekommen. Kommen mehrere Bilder infrage, können Sie sie per Hand nummerieren ❶. Die erste Zahl entspricht der gedachten Position innerhalb der Reportage. Die Nachkommastelle ist die Reihenfolge der angedachten Attraktivität bzw. der Abfolge der Alternativen.

Nach der Durchsicht aller Bilder entstanden drei mögliche Kombinationen. Jede Kombination erzeugt ein unterschiedliches Zusammenspiel der Bildinhalte und auch der Stimmungen vor Ort. Lieber konzentriert oder lachend und gelöst? Die Kombination, die es am Schluss geschafft hat, gefiel Sven offensichtlich am besten.

DER WEG ZUM FOTOBUCH-DUMMY

1. Lassen Sie alle Bilder in gleicher Größe günstig ausdrucken. Legen Sie sie auf eine große, möglichst neutrale Fläche. Ein weißer, grauer oder schwarzer Untergrund ist besser als ein pinkfarbener.
2. Die Bilder, die Sie nicht direkt ansprechen, drehen Sie um oder legen sie an die Seite. Vielleicht brauchen Sie sie noch, aber kümmern Sie sich zunächst um die starken Bilder.
3. Schauen Sie, welche Bilder gut als Paar zusammenpassen. Das kann aus ganz unterschiedlichen Gründen der Fall sein: Vielleicht harmonisieren sie besonders, vielleicht bilden sie einen Kontrast, farblich oder inhaltlich. Das eine Bild kann die Aussage des anderen bestärken oder auf den Kopf stellen. Stimmung und Aussage können auch einen roten Faden ergeben, von hell nach dunkel, von traurig nach freudig usw. Auf diese Weise ergeben sich »Melodien« für das spätere Buch. Vermeiden Sie Redundanzen, Sie müssen nicht das Gleiche mehrfach zeigen. Ansonsten gibt es keine Vorschrift, wie viele Bilder richtig sind. Es muss für Sie passen.
4. Verbinden Sie die Paare mit einem Klebestreifen; und legen Sie sie zur Seite. Machen Sie so weiter, bis Sie alle Paare haben.
5. Haben Sie alle Paare gebildet, nummerieren Sie diese. Fügen Sie die Fotos zum Beispiel mit Büroklammern in Ihr Testbuch ein.

Die Schriftart und auch alle anderen Elemente wie der Weißraum sind wichtig und gehören mit zur kreativen Entscheidungsfindung. Drucken Sie nicht nur Ihre Bilder aus, sondern auch die Seiten, die Text enthalten werden, um ein Gefühl für Menge und Platzierung zu bekommen.

Sie können auch einen Schritt weitergehen und ein »Buch-Dummy« anfertigen, um ein noch besseres Gefühl für Ihre Arbeit zu bekommen. Besorgen Sie sich zum Beispiel ein Notizbuch in der Größe des Fotobuches, das Sie erstellen wollen, oder schneiden Sie sich Papier zurecht. Nun können Sie Ihre Dummy-Drucke mit Büroklammern oder ablösbarem Klebeband befestigen und erhalten so einen ersten Eindruck, wie es sein wird, die Bilder in einer bestimmten Reihenfolge zu sehen und wie die Bildzusammenstellungen auch beim Umblättern wirken.

Testen Sie das erste Mal, wie es ist, durch Ihr Buch zu blättern. Dieser Schritt kann lange dauern. Denn Sie werden immer wieder Elemente verschieben und anpassen. Das tun Sie so lange, bis Ihnen nichts mehr negativ auffällt. Lassen Sie sich Zeit. Und lassen Sie gerne auch mal andere schauen. Klappen Sie Ihren Dummy zu und schauen Sie sich diesen nach einer Woche wieder an. Sobald Sie das Gefühl haben, dass etwas nicht stimmt oder der Flow eines Bildes blockiert wird, ist das Foto dort am falschen Platz oder muss sogar komplett aus dem Buch genommen werden, auch wenn es schmerzhaft ist. Es kann Ihnen auch passieren, dass wie bei einem Domino-Spiel mehrere umliegende Bilder von so einer Änderung betroffen sind.

Wie in einem Film können Sie auch in einem Fotobuch mit den Gefühlen der betrachtenden Personen spielen. Vielleicht fangen Sie mit einem leichten, schönen Bild an. Vielleicht aber auch mit einem großen BANG! Steigern Sie langsam die inhaltliche Intensität der Bilder und lassen Sie sie zum Schluss wieder abflachen oder andersherum. Entwickeln Sie einen Spannungsbogen für Ihr Buch (siehe Abschnitt 1.9, »Der Spannungsbogen«). Wichtig ist, dass Sie sich dazu Gedanken machen und zwischendurch auch mal die Arbeit zur Seite legen, um dann wieder mit einem frischen Blick auf die Zusammenstellung zu schauen.