

Eib Eibelshäuser, Nina Eibelshäuser

Das Fotobuch

*Das Handbuch der professionellen
Fotobuchgestaltung*



Eib Eibelshäuser, Nina Eibelshäuser

Das Fotobuch Das Handbuch der professionellen Fotobuchgestaltung

387 Seiten, gebunden, 49,90 Euro
ISBN 978-3-8362-7612-2

www.rheinwerk-verlag.de/5099

DAS FOTOBUCH – ARCHIV, BÜHNE UND ARBEITSMITTEL

Man fotografiert, was einen interessiert, weil man sich erinnern möchte. Mit diesem Leitmotiv sieht Ihre fotografische Sammelarbeit anders aus, als wenn Sie ein bestimmtes Thema verfolgen und Ihr Interesse daran zum Ausdruck bringen wollen. Vermutlich gibt es für die »Erinnerungsfotografie« überhaupt keine gezielte Sammelarbeit, sondern Fotos kommen zusammen, wie sie eben zusammenkommen. Wenn Sie sich »nur« erinnern möchten, machen Sie sicher mehr Fotos – auch »unwichtigere« –, nur um etwas für Ihre Erinnerung festzuhalten. In diesem Fall fungiert die Fotografie dann eher als visuelles Tagebuch, denn als gestaltendes oder konzeptionelles Medium. Da taucht dann schon mal ein fotografisch belangloses Ortsschild auf, lediglich, damit man sich erinnert, wie dieser Ort hieß, nicht, weil es ein tolles Motiv ist.

Die Erinnerungsfotografie ähnelt im Ergebnis dann doch eher einem herkömmlichen Fotoalbum und hat vermutlich auch einen anderen Anspruch an die Gestaltung einzelner Doppelseiten. Vermutlich gehen Sie mit einer höheren Anzahl Fotos und kleineren Formaten um. Großformatige Fotos und Fotos über Doppelseiten gibt es eher nicht. Textstellen sollten Sie aber auf jeden Fall vorsehen, vielleicht als eine Art Bildunterschrift, vielleicht helfen die erläuternden Texte bei der Erinnerung. Dazu gehören dann ein Datum und möglicherweise auch der Ort, an dem diese Fotos entstanden sind. Ein weiterer entscheidender Unterschied zu einem Fotobuch mit eigener Geschichte ist der chronologische Ablauf aller Fotos. Das entspricht den chronologisch zusammenkommenen Motiven, die sich in Ihrem Archiv befinden und die laufend ergänzt werden. So können Sie auch in einem



⤴ **Abbildung 1**

Ein Ortsschild kann in einem bestimmten Kontext spannend sein.

Fotobuch, ähnlich einem klassischen Fotoalbum, Ihr Buchlayout so lange »füllen«, bis die angelegten Seiten »voll« sind und Sie ein neues Buch füllen. Es entsteht also eine nette kleine Buchreihe, für die Sie nur noch festlegen müssen, in welchem Rhythmus und mit wie vielen Seiten jeweils ein neues Alumbuch entsteht. Einmal angelegt, wird Ihnen sicher das Befüllen Ihres Layouts schnell von der Hand gehen. Es gibt keine Überlegungen zu einer Dramaturgie oder Ähnlichem.

Die andere Art, Fotos zu machen, ist getrieben von der Absicht, sich mit einer Idee und einem persönlichen Anliegen bildlich zum Ausdruck zu bringen. So »schleichen« Sie mit einer bestimmten Bild- und idealerweise auch schon Buchidee um Motive herum und versuchen,

die besten Bilder dafür zu finden. In diesem Fall könnte dann ein Ortsschild in einem bestimmten bildlichen Kontext wieder ganz spannend wirken. Verbunden mit einer übergreifenden Gestaltungsabsicht beim Fotografieren, kommen wir dem gedruckten Buch einen großen Schritt näher. Der größte Unterschied gegenüber einem Fotoalbum ist natürlich, dass Sie entlang einer Geschichte fotografieren. Die Fotos dazu entstehen zwar auch innerhalb einer gewissen Zeitschiene, werden aber im Buchlayout unter völlig anderen Gesichtspunkten angeordnet – nicht zwingend chronologisch. Vermutlich werden auch weniger Archivbilder den Weg ins Buch finden, weil Sie im Folgenden lernen werden, dass sich der Umgang mit Fotos in einer bildlichen »Erzählung« doch deutlich von einem Fotoalbum unterscheidet. Wenn Sie also bis dato noch kein Fotobuch gemacht haben, so sind vermutlich die meisten Ihrer Archivbilder unter dem Aspekt des Erinnerns entstanden oder weil Sie die Motive schön fanden.

Im Alltag bewegen wir uns nicht nur zwischen Menschen und Gebäuden, wir bewegen uns auch zwischen vielen Bildern. Damit wachsen wir auf und lernen dabei unbewusst, Bilder wahrzunehmen. Jenseits von Sprachbarrieren lernen wir schnell, über und mit Bildern zu kommunizieren. Wir üben uns, im Abgleich mit den in unserem Gedächtnis gespeicherten Bildern andere Bilder einzuordnen, zu deuten. Dies wiederum beeinflusst dann die Fotos, die wir selber machen. Und so häuft sich nicht nur in unserer Umgebung, sondern auch in unserem Gedächtnis ein Berg von Bildern an, manche deutlich, manche eher latent. Aber präsent sind sie alle. Das bedeutet, sowohl außen in unserer Umgebung als auch in unserem Inneren, in unserer Erinnerung, herrscht ein visuelles Chaos. Paradoxerweise versuchen wir, mithilfe von Fotos das Chaos um uns herum verständlich zu machen. Wir lösen durch den Blick in den Sucher aus einer komplexen Situation einen für uns persönlich wichtigen Ausschnitt heraus. Das ist der Versuch, über diesen Ausschnitt Ordnung in unser »Betrachtungschao« zu bringen.

Das Fotobuch bietet sich als sprichwörtlich »greifbares Ordnungssystem« für dieses wertvolle »Bilderchaos« an. Es ist eine Bühne, die Sie selbst kontrollieren, wenn

Sie Dritten Ihre Bilder zeigen möchten. Und es ist ein Arbeitsmittel, wenn Sie durch eine konzeptionelle und projektorientierte Arbeitsweise Ihre Fotografie voranbringen möchten. Bevor Sie aber stolz Ihre fotografische Arbeit zeigen können, geht es nicht darum, das Bilderchaos aufzulösen – das ist nur bedingt möglich –, sondern es in eine Form zu bringen. Die vielen Bilder auf dem (virtuellen) Tisch werden strukturiert. Hunderte Bilder einer Reise werden eben nicht chronologisch sortiert, sondern nach Inhalt und Dramaturgie: der Mensch, die Landschaft, die Gepflogenheiten usw. Die einzelnen – nennen wir sie mal Abteilungen – bringen Sie dann in einen spannenden Ablauf. Durch bewusste Gegenüberstellungen von Bildern im Layout zum Beispiel, können sich Bildaussagen potenzieren und die Betrachter anregen, ihre persönlichen Assoziationen zweier Bilder herzustellen. Darin unterscheidet sich dann Ihr gut gemachtes Buch von anderen, weil es nicht der Beliebigkeit zum Opfer fällt. Wie genau Sie das bewerkstelligen können, zeigen wir Ihnen in Kapitel 9, »Bilder – Position und Hierarchie«.

Willkommen in Ihrem Workshop!

Wir möchten, dass Sie dieses Buch als Workshop verstehen. Nicht in dem Sinne, dass Sie Dinge 1 : 1 nachklicken oder nachmachen, sondern in dem Sinne, dass dieses Buch praktisch angelegt ist. Mit diesem Workshop wollen wir Ihnen ein Verständnis der unterschiedlichen Möglichkeiten geben, mit dem Sie dann Ideen und Ihren eigenen Workflow entwickeln können.

Wir geben auch Workshops abseits dieses Buches und haben im Laufe der letzten Jahre anhand steigender Teilnehmerzahlen festgestellt, dass das Interesse am nächsten »Level« nach der Fotografie zugenommen hat. Fotografieren können inzwischen (fast) alle, die Technik hat einen sehr hohen Standard in ihrem Bedienkomfort entwickelt. Die Frage, die sich nun für viele Fotografinnen und Fotografen stellt: Wie mache ich denn jetzt weiter? Fotos nur auf der Festplatte zu lagern und hin und wieder unsortiert zu betrachten kann nicht der Sinn eines aufwendigen Hobbys sein. Nicht jeder möchte »Lichtbild-

vorträge« halten, und der dazu benötigte Projektor steht selten zur Verfügung. Bleibt höchstens noch, die Fotos auf einem Fernseher oder einem Monitor zu betrachten. Fotos für die Wand zu vergrößern ist eine begrenzte und im Vergleich auch teure Angelegenheit.

Wie wäre es also mit einem Druck als Buch, Magazin oder in anderen Formaten? Dann sind die Bilder aufbereitet, in Form gebracht, im Regal möglichst platzsparend untergebracht und doch schnell greifbar. Zudem bietet das Buch eine analoge Sicherheitskopie, sollte die Festplatte den Geist aufgeben oder die Cloud nicht erreichbar sein.

Doch wie kommen Sie zu einem Buch, das Ihnen Freude bereitet? Und weitergedacht, wie kann Sie die Auseinandersetzung mit einem Druckwerk auch wieder rückkoppelnd fotografisch weiterbringen? Um das zu klären, laden wir Sie nun herzlich ein, sich mit unserem »Handbuch der professionellen Fotobuchgestaltung« in Ihren persönlichen Workshop zu begeben. Auf den folgenden Seiten der Einleitung stellen wir Ihnen kurz alle relevanten Themen einer Fotobuchproduktion vor, die wir dann im Verlauf des Buches ausführlich mit Ihnen besprechen wollen. So können Sie auch je nach Ihrem persönlichen Interesse oder Können zwischen den Kapiteln »springen«.

Ein Fotobuch bleibt

Grundsätzlich sollten Sie ein Fotobuch als »Haltbarmachung« Ihrer fotografischen Arbeiten betrachten. Das Fotobuch bietet Ihnen dabei mehr als andere Medien die Möglichkeit, die Inhalte, Gefühle und Gedanken aus Ihrer fotografischen Arbeit in Form zu bringen und sichtbar zu machen. Als Medium der Selbstdarstellung dient es natürlich auch, denn auch ein Lob ist willkommen. Über ein selbst produziertes Buch treten Sie aber auch erneut in den Dialog mit den von Ihnen erstellten Fotos: Warum haben Sie genau dieses Bild gemacht? Was brachte Sie dazu, genau diesen Ausschnitt zu wählen? Wie war die Umgebung? Über diesen wichtigen Dialog mit Ihren Bildern werden Sie auch lernen, die Qualität Ihrer bildlichen Erzählung einzuschätzen und gegebenenfalls Stück für Stück zu verbessern.

Ein Druckwerk zu produzieren kann auch – wenn man es konsequent macht – dem Abbau eines umfangreichen und ständig wachsenden Bildarchivs dienen. Das gilt natürlich nur für die ganz Mutigen von Ihnen, denn es bedeutet, dass Sie die im Buch gedruckten Fotos von der Festplatte löschen. Vielleicht nicht alle, entscheidend aber ist, dass ein haptisch analoges Fotobuch in seiner Abgeschlossenheit zwischen zwei Buchdeckeln einen perfekten Gegenpol zum permanenten »Streaming« digitaler Bilder darstellt. Die Möglichkeit der individuellen Gestaltung Ihres gesamten Buches tritt dabei auch vehement der immer gleich wirkenden Optik eines Bildes auf einem Bildschirm entgegen.

Jeder, der fotografierende Verwandtschaft hat, kennt das: Mit zunehmendem Alter der Bildautorinnen und Bildautoren überlegen die Kinder oder Kindeskinde, wohin mit den alten Dias? Gibt es überhaupt noch einen Diaprojektor? Oder aus heutiger Sicht: Wohin mit den Festplatten? Wie lange könnte man denn die digitalen Speicher überhaupt noch »lesen«? Die heiß geliebten und oft ja auch sehr persönlichen Fotos in eine Cloud zu geben erfordert doch auch ein wenig Mut. Und die Betrachtung würde dann doch wieder über den Bildschirm erfolgen. Bei Dias wird das ein Leben lang mühsam erarbeitete Fotomaterial nach etlichen Umlagerungen doch irgendwann der Entsorgung anheimgegeben. Bedenken Sie auch, dass nicht optimal gelagerte Dias zum Beispiel sehr schnell altern und dann auch kaum mehr scanbar sind.

Bücher werden erfahrungsgemäß nicht so schnell weggeworfen und man kann sie auch noch in vielen Jahren spontan und ohne jegliche Technik betrachten – im Unterschied zu Festplatten. Ein Fotobuch oder ein anderes Druckmedium – vielleicht ein Magazin oder ein Büchlein – zwingt Sie, bei der Vorarbeit eine harte Auswahl zu treffen. Was kommt ins Buch und was eben nicht? Wie erwähnt, bereinigt das ein Archiv kolossal – vorausgesetzt, man wirft die nicht verwendeten Arbeiten auch anschließend endlich in den elektronischen oder haptischen Papierkorb. Auch wenn Sie diesen Schritt dann doch noch scheuen, Sie wären dazu jederzeit in der Lage, denn die wichtigen Bilder hätten Sie ja bereits in einem Fotobuch gesichert.



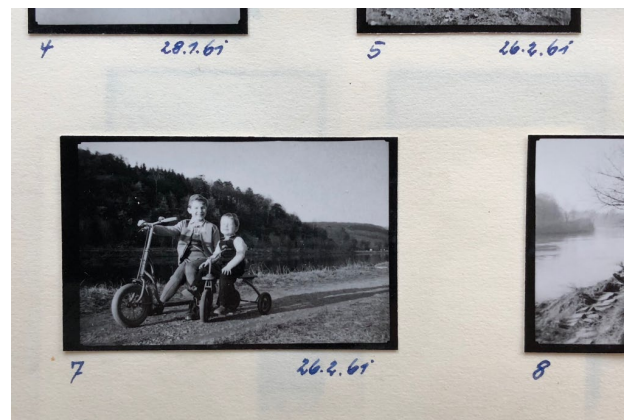
⤴ **Abbildung 2**

Ein traditionelles Fotoalbum mit Spinnennetzpapier zwischen den Seiten. Dieses verhindert das Zusammenkleben der Fotos aufgrund von Feuchtigkeit.

Vom Fotoalbum zum Fotobuch

Es kommen in einem langen Leben viele Bilder zusammen, weil man schon immer fotografiert hat, was einem lieb und teuer ist. Demzufolge hat sich am eigentlichen Sammeln von Bildern nichts geändert. Früher hat man allerdings den »Apparat« genommen und sorgfältig einen Schwarzweißfilm mit ein paar ausgewählten Motiven belichtet. So ging das über mehrere Wochen, weil man meist ohnehin nur am Sonntag fotografierte. Nachdem man nun endlich den entwickelten Filmstreifen mit Kontaktbogen aus dem Fotofachgeschäft wieder abgeholt hatte, ging man das wertvolle Bildgut mit einer Lupe einzeln durch. Die angekreuzten Negative wurden dann nach einem erneuten Gang ins Fotofachgeschäft für eine Vergrößerung im Format 7 × 10 cm mit Riffelrand abgegeben.

Nach Tagen des Erwartens klebte man die zurückerhaltenen Vergrößerungen akribisch – oft mit weißen Stoffhandschuhen – in ein Fotoalbum ein. Nein, einkleben ist nicht das richtige Wort, man fummelte die Abzüge in die vorbereiteten Fotoecken, um das Original nicht zu beschädigen und – heutzutage unglaublich – herausnehmen zu können und es an eine Betrachterrunde auszuhandigen. Begleitet wurden die so sorgfältig zwischen



⤴ **Abbildung 3**

Oben: Akribische Beschriftung der Kontakte der Negative eines Schwarzweißfilms. Unten: Hier sind die Bildnummer des Films und das Erstellungsdatum gut zu erkennen – »Exif-Daten« der alten Art.

feinem Spinnennetzpapier aufbewahrten Fotos natürlich von erklärenden, kurzen handschriftlichen Erläuterungen und einem Datum. Das war wichtig, Exif-Daten gab es keine!

Die ganz Pingeligen führten noch ein separates Album, indem sich die ausgeschnittenen Kontaktbilder wiederfanden – und zwar alle, auch die misslungenen.

Im Fall eines Farbdiafilms, den man selber zeitaufwendig schnitt – nein, nicht mit der Schere, sondern mit einem kleinen Maschinchen –, rahmte oder aber rahmen ließ, wurden dann alle Motive bedingungslos mittels eines Projektors im abgedunkelten Raum gezeigt. Dazu

ließ man sich dann von den Bildautoren »begeistert« bis zu 400 Aufnahmen oder mehr vorführen, meist begleitet von ermüdenden Zwischenkommentaren. Akribisch beschriftet, wanderten die Diasammelnkästen nach etlichen Vorführungen gestapelt in einen gefühlt immer größer werdenden Schrank, jederzeit greifbar, aber doch selten gegriffen. Der erforderliche Aufbau von Leinwand und Projektor schränkte den sagenhaften Vorführzwang etwas ein.

Ein Album war und ist deutlich schneller greif- und betrachtbar, noch dazu in einem hellen Raum, gemütlich beisammensitzend. Der große Unterschied im Bildermachen zwischen damals und heute, zwischen analog und digital, scheint sich im Bereich des Fotoalbums bzw. Fotobuches nicht so deutlich abzuzeichnen. Abgesehen davon, dass man heute durch die vermeintlich platzsparende digitale Technik ein Vielfaches an Bildern produziert, was die Auswahl für ein Fotobuch nicht vereinfacht. Es kommt noch erschwerend hinzu, dass die heutigen Verlockungen der digitalen Bildverbesserung durch entsprechende Programme ein großer Zeitfresser sind. Die Bilder sind leichter und schneller gemacht, aber diese Zeitersparnis verflüchtigt sich in der nachträglichen Bildbearbeitung sehr schnell. Mal ehrlich, manchmal versinken Sie doch auch in dem zu langen Bestreben, am Bildschirm die maximale Bildwirkung herauszuholen.

Apropos Zeitfresser: Wer verwendet zum schnellen Auffinden von Fotos schon eine digitale Bilddatenbank, wie zum Beispiel die Stichwortfunktion in Lightroom, als Archiv? Oder sollen doch alle Motive unter Stichwörtern in eine Cloud oder eine Bildverwaltungssoftware geladen werden? Ein digitales Bildarchiv funktioniert nur, wenn Sie vor dem Archivieren Ihre einzelnen Fotos unter mehreren, nicht zu komplizierten Schlagwörtern ablegen. In einer rein hierarchischen

» Abbildung 4

Handbeschriftete Kästen voller Farbdia-
magazine



Ordnerstruktur ist es genauso schwierig, Bilder zu finden, wie früher bei analogen Dias oder Fotoalben. Auf das Thema »Bildverwaltung« gehen wir in Abschnitt 2.3 ausführlicher ein.

Im Grunde genommen sollten Sie zunächst davon ausgehen, dass jedes Foto, das Sie früher wie heute gewissenhaft angefertigt haben, einer gewissen Gestaltungsgabsicht folgt oder zu einem bestimmten Thema arbeitet. Natürlich macht man während eines Fotografenlebens viele Fotos, die man einfach als »schön« empfindet. Diese Bilder schlummern dann oft sehr lange ohne Kontext in Ihrer Sammlung. Sie werden überraschend eines Tages mehr oder minder zufällig entdeckt und dienen häufig als »Lückenfüller« in einem Fotobuch, weil man sie halt doch gerne endlich einmal zeigen möchte. Wenn Sie jedoch ein spannendes Buch mit Bildern planen, sollten Sie schon bei der Konzeption der einzelnen Aufnahmen auf den roten Faden Ihrer Idee achten und nicht nur aus Ihrem Archiv zusammengewürfelte Einzelfotos benutzen.

Bedenken Sie bitte schon jetzt beim Lesen der ersten Seiten dieses Buches, dass eine chronologisch in Bildern erzählte Reise die langweiligste Art ist, Ihr Abenteuer nachzuvollziehen! Das gilt für ein dickes Buch ebenso wie für ein dünneres Magazin. Wir werden noch darauf zurückkommen.

Gedankliche Schritte auf dem Weg zum Fotobuch

Ein Fotobuch unterscheidet sich grundlegend von einem Fotoalbum. Es fordert Ihnen mehr Vorüberlegungen ab, die aber auch zu einem deutlich befriedigenderem Ergebnis führen können. Es beginnt damit, »im Layout denken zu können«.

In Layoutstrukturen denken

Wenn Sie keine Bilder »nur« für die Wand machen, sondern für ein Buch oder ein Magazin einsetzen und eine Geschichte erzählen möchten, haben Sie es sofort nicht mehr mit einem Bilderrahmen, sondern mit einem Layout zu tun. Das Layout, zu Deutsch »das Ausgelegte«, bildet damit den verbindlichen »Rahmen« für Ihre Fotos. Schon Ihre Kamera hat ein bestimmtes Format, eben die Proportion des Sensors. Das Buch wiederum hat auch ein bestimmtes Format (Proportion) und im Unterschied zum Kameraformat natürlich einen Falz zwischen den Doppelseiten.

Apropos Doppelseiten: Ein Buch betrachten Sie im Unterschied zu einem Bild an der Wand grundsätzlich als Doppelseite, mit Ausnahme des Titels und des Rücktitels. Das führt uns zu einer unterschiedlichen Wertigkeit einzelner Bilder innerhalb eines Layouts.

Leit- und Nebenmotive

Für ein spannendes Buchlayout ist es notwendig, in starken Kontrasten zu arbeiten. Damit sind natürlich auch die fotografischen Kontraste wie vorne/hinten, scharf/unscharf gemeint. Vielmehr meinen wir aber einen deutlichen Unterschied in den Bildinhalten und den Bildgrößen.

Ein Leitmotiv sollte ein ruhiges, aber mit starker Bildwirkung versehenes Motiv sein. Nicht zu kleinteilig, aber auch nicht zu plakativ. Die Leitmotive bilden häufig den roten Faden der gesamten Buchgeschichte. Leitmotive werden dann auch in der Regel größer als die Nebenmotive gezeigt. Abbildung 5 zeigt ein typisches Leitmotiv.

Die Nebenmotive »füttern« die Leitmotive auf, indem sie zum Beispiel die Umgebung oder Details zeigen. Sie

werden kleiner als die Leitmotive abgebildet und dürfen daher nicht zu kleinteilig sein. Bilden sie zu viele Inhalte ab, werden sie unruhig und nichtssagend. Gehen Sie also mit einem konkreten »Eigenauftrag« an die Arbeit, so werden Ihnen Leit- und Nebenmotive deutlicher ins Auge fallen.



⤴ **Abbildung 5**

Ein gutes Beispiel für ein Leitmotiv – ruhig, aber doch ein Hingucker



⤴ **Abbildung 6**

Das könnte ein Nebenmotiv sein, aber vielleicht ist es doch etwas zu kleinteilig und unruhig. Wir werden uns später genau ansehen, wie Sie das beurteilen können.

Eigenauftrag

Ein Eigenauftrag – der Auftrag, den Sie sich selber stellen – ist analog zu einem Fremdauftrag: Sie machen die Bilder, die Sie bei sich selbst in Auftrag geben. Sie haben sich eine Geschichte ausgedacht, die Sie nun in Bildern erzählen möchten. Dem geht die Überlegung voraus, welche Motive Sie zu benötigen meinen. Dabei sind es dann meist auch schon die Leitmotive. Diese »Auftragsliste« arbeiten Sie erst einmal ab. Im Laufe der Bearbeitung fallen Ihnen dann sicher auch schlüssige Nebenmotive auf, die Ihre Geschichte abrunden. Natürlich tauchen vor Ihrem geistigen Auge im besten Fall auch passende Archivbilder dazu auf. Die sollten Sie zurück am Rechner gleich in einen entsprechenden Ordner kopieren.

Als durchgängiges Beispiel in diesem Buch, als unseren Eigenauftrag, nehmen wir die Geschichte eines Traditionsschiffers auf der Nordseeinsel Föhr. Über diese Person, die Sie in Abbildung 5 schon sehen, wollen wir in einem Druckwerk berichten. Wir notieren uns also entsprechende Motive, die wir dann sammeln. Eine gute Hilfe, um sich dabei nicht zu verzetteln, ist das »Kanaldeckelprinzip«.

Kanaldeckelprinzip

Gleich vorweg, das Kanaldeckelprinzip ist ein von uns erfundener Begriff, um Ihnen eine Vorgehensweise zu verdeutlichen. Wenn Sie morgens mit dem Vorsatz aus dem Haus gehen, heute ein paar schöne Bilder zu machen, kommen Sie sicher mit einem Sammelsurium »schöner« Motive zurück, die Ihr Archiv wieder einmal anfüllen. Vielleicht sind ein oder zwei herausragende Motive dabei, vielleicht aber auch nicht.

Wenn Sie aber mit dem Eigenauftrag »Kanaldeckel« aus dem Haus gehen, werden Sie überrascht sein, wie voll diese Welt mit Kanaldeckeln ist. Sie werden erstaunt sein, wo diese Deckel überall zu finden sind und in wel-

» Abbildung 7

Kanaldeckel – vielfältiger als gedacht



cher Vielfalt sie sich zeigen. Das heißt, Sie verabschieden sich von der Beliebigkeit der Motive und fokussieren sich auf ein konkretes (Buch-)Thema. Sie beeinflussen sozusagen schon vor dem Fotografieren Ihre Wahrnehmung. Das kennen Sie vielleicht schon aus anderen Zusammenhängen. Es müssen natürlich keine Kanaldeckel sein, es funktioniert auch wunderbar mit Haustüren, Fenstern, Kinderwagen oder eben Schiffsdetails. Probieren Sie es aus!

Sammelarbeit

In der Planungsphase des Buches, wenn Sie sich den Eigenauftrag erteilen, erstellen Sie eine Liste mit ersten Stichwörtern und Motivideen zu Ihrer Geschichte. Im Anschluss gehen Sie konsequent an die fotografische Sammelarbeit. Das heißt nicht, dass Ihre Motivliste nicht erweiter- oder veränderbar wäre. Durch das konsequente und thematische Bildersammeln tauchen Sie immer weiter in Ihr gestelltes (Buch-)Thema ein. Es kommen neue Gedanken und Sichtweisen hinzu, Sie werden plötzlich andere Herangehensweisen erkennen und Dinge mit anderen Augen sehen. Es kann durchaus vorkommen, dass sich ein geplantes Leitmotiv zum Nebenmotiv verändert und umgekehrt. Das ist völlig normal. Eine gute gestalterische Arbeit bleibt lange Zeit im Fluss, bis Sie irgendwann eine finale Entscheidung für Ihr Buch treffen. Parallel zu Ihrer Sammelarbeit mit der »guten« Kamera, sollten Sie noch Skizzenfotos mit einer einfachen Kamera oder Ihrem Smartphone anfertigen. Und sei es aus dem einzigen Grund, den Standort mit der guten Kamera zu einem späteren Zeitpunkt wiederzufinden. Man kann ja nie wissen.

Angenommen, Ihr Thema heißt »Segeln« oder »Im Leben eines Skippers«, so wäre das eine oder das andere Ihr Sammelleitfaden. Die Leit- und Nebenmotive unterschieden sich jedoch, auch wenn es auf den ersten Blick nicht so erscheint. Beim Thema Segeln geht es doch mehr um das »Instrument« des Segelns, das Schiff. Beim Skipper beziehen sich die Leitmotive wiederum eher auf die Person und die Tätigkeit des Schiffsführers. Sicher gibt es da hin und wieder Überschneidungen oder Grauzonen, das lässt sich nicht vermeiden. Beachten Sie also



⤴ Abbildung 8

Schöne, ruhige Details runden den Erzählstrang Ihrer Geschichte ab. Dieses Motiv lässt sich sowohl groß- als auch kleinformig einsetzen. Auch ein Wechsel zwischen Hoch- und Querformat ist hier denkbar.

immer die Feinheiten Ihrer Themenstellung und akribisch den roten Faden Ihrer Geschichte. Je näher Sie daran arbeiten, desto spannender wird letztendlich Ihre Bildgeschichte.

Während des Sammelns werden Sie sich sicher immer wieder die Frage stellen, ob Sie da gerade ein gutes Bild gemacht haben. Ja, was sind denn eigentlich gute Bilder? Einfach gesagt: Ein gutes Bild muss bestimmte Kriterien erfüllen. Gute Bilder bestehen aus mehr als Schärfe und Unschärfe. Die technische Güte ist zwar eine zwingende



⚡ **Abbildung 9**

Je nach zentraler Themenstellung zeigen Sie mehr Schiffsmotive oder eben mehr Motive zum Skipper.



⚡ **Abbildung 10**

Dieses Motiv bezieht sich eher auf die Tätigkeit des Skippers als auf seine Person. Es weist aufgrund der historischen Art der Materialien auf ein sogenanntes Traditionsschiff hin.



⚡ **Abbildung 11**

Mit diesem Foto liegt Ihre zentrale Themenstellung mehr auf dem Skipper.

Voraussetzung und sollte von Ihnen auch beherrscht werden, ist aber in diesem Zusammenhang nicht gemeint. Gute Bilder sind hier immer im Kontext zum Buchthema, zur Buchgeschichte zu sehen. Das heißt, in diesem Rahmen hat das »gute Bild« andere Kriterien zu erfüllen, als das Bild an der Wand. Es muss zusammen mit seinen »Bildkollegen« im Buch eine Geschichte erzählen können. Es muss sein »Drama« innerhalb des gewählten Layouts transportieren können und im besten Fall eine gewisse Einmaligkeit verkörpern.

Und da ein Fotobuch nun mal ein paar Seiten mehr hat, muss das »gute Bild« daher auch in der Betrachtungsabfolge vieler Fotos immer noch seine Güte behalten können. Auch wenn ein eher durchschnittliches Bild im Buch ja zur Not von seinen Kollegen gehalten wird, so wie eine einzelne Gesangsstimme im Chor nicht so auffällt. Bei einem Solo ist das anders. Genau dabei hilft Ihnen das richtige Buchformat mit einem gut gemachten Layout.

Auf die Frage, was Bilder gut macht, gehen wir in Kapitel 5, »Elemente guter Bilder«, ausführlich ein.

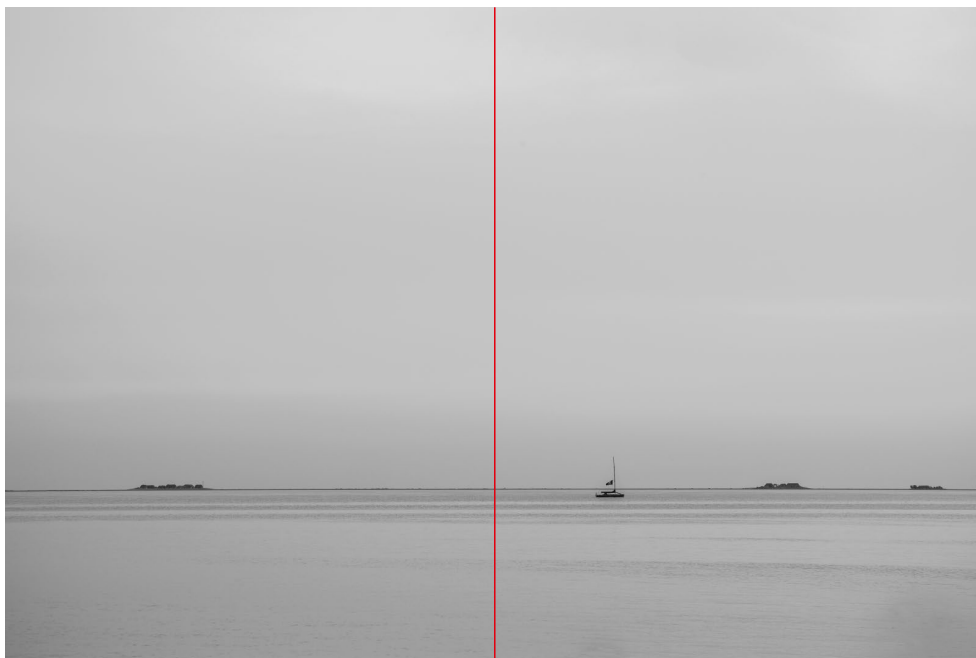
Buchformat

Die Vorüberlegungen zum Buchformat sind entscheidend, bevor Sie mit Ihren Fotos loslegen. Zum Beispiel wird ein quadratisches Buchformat aufgeschlagen zum Querformat, allerdings mit einem (fast) unvermeidlichen Falz in der Mitte. Ein querformatiges Motiv lässt sich auf einer Seite in einem quadratischen Buch kleiner abbilden als auf einer Einzelseite in einem rechteckigen Buch im Querformat. Eine Doppelseite in einem querformatigen rechteckigen Buch ähnelt schon stark einem Panoramaformat. Und so weiter und so weiter. Wir zeigen Ihnen als Beispiel dieselbe Aufnahme mit drei unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten. Die rote Linie symbolisiert dabei den Falz.

Das Buchformat hat also einen sehr entscheidenden Einfluss auf die Bildwirkung. Natürlich hat das Buchformat aber auch Einfluss auf seine Handlichkeit. Auch darum sollten Sie sich im Vorfeld intensiv Gedanken machen. Möchten Sie das Buch nur zu Hause zeigen oder vielleicht doch eher mitnehmen? Passt es auf den

Schoß oder kann es bequem in zwei Händen gehalten werden? Soll es später verschickt werden und in einen bestimmten Umschlag passen? Welches Gewicht wird

das geplante Buch wohl haben? Hat es einen harten Einband oder einen weichen wie ein Magazin oder eventuell eine Zeitschrift?



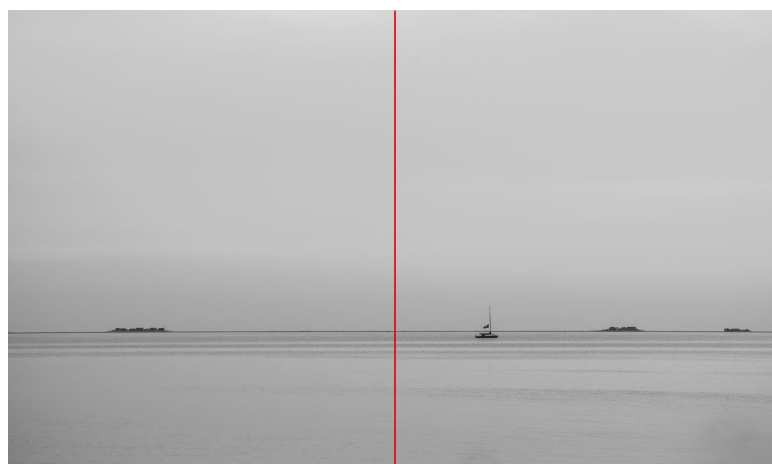
« **Abbildung 12**

Ein gutes Motiv für eine Doppelseite in einem quadratischen Buch. Die rote Linie markiert den Falz.



⤴ **Abbildung 13**

Das Motiv würde sich auch für einen quadratischen Titel eignen. Die Headline (Buchtitel) wird hier optisch an eine Insel »angebunden«. Der Abstand des Buchtitels zum oberen Buchrand entspricht dem Abstand zum rechten.



⤴ **Abbildung 14**

Und auch für eine Doppelseite in einem Buch mit breitem Hochformat würde sich das Motiv eignen. Die rote Linie markiert wieder den Falz.

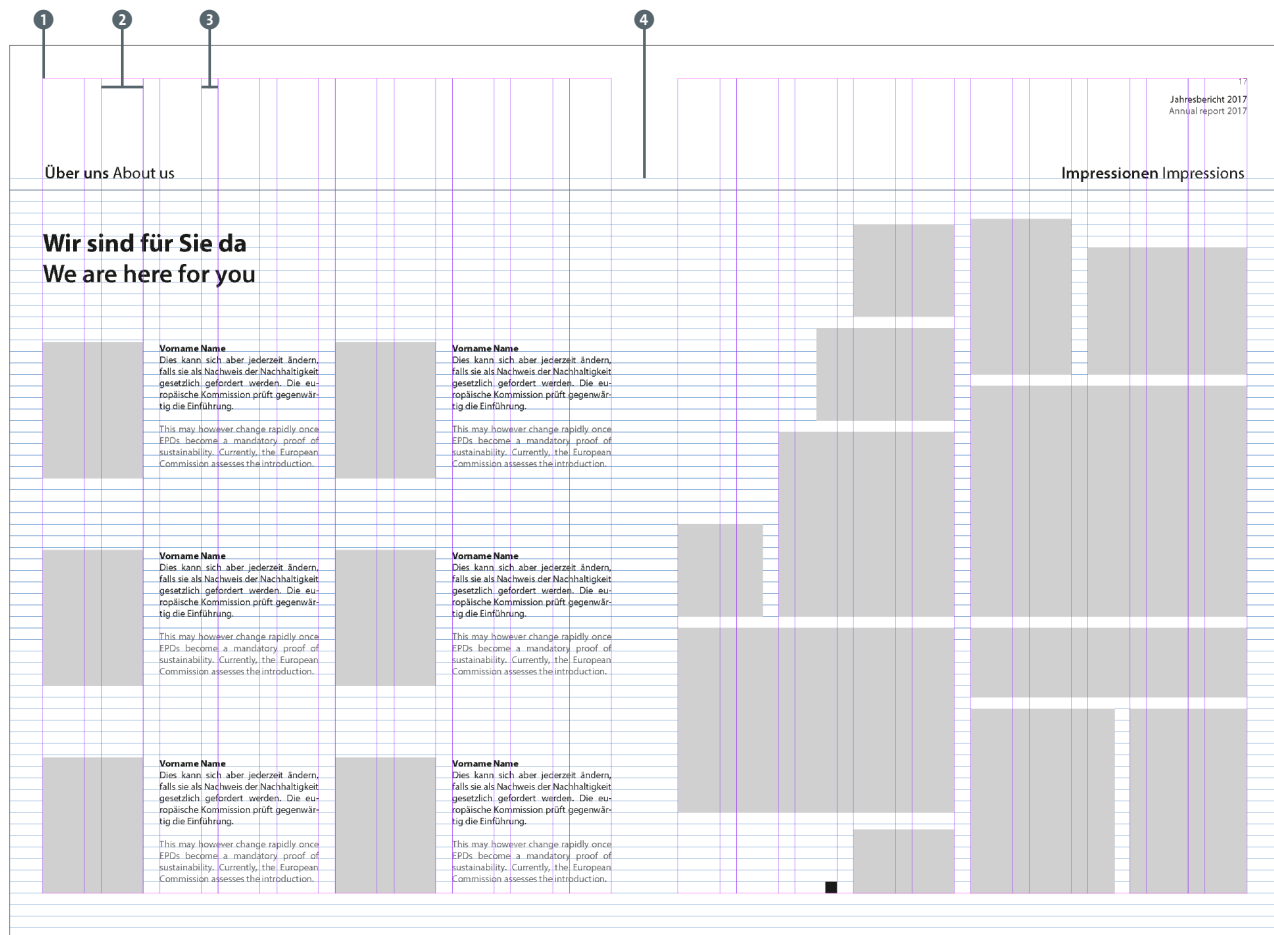
Layout

Haben Sie einmal das Buchformat Ihrer Wahl für den entsprechenden Verwendungszweck definiert, gilt es, ein Layout zu entwickeln, das Ihnen größtmöglichen Gestaltungsraum lässt, das aber gleichzeitig für Aufgeräumtheit, Ruhe und Spannung im Buch sorgt. Dabei kommen noch die beiden unscheinbaren Helferlein des Layouts ins Spiel, nämlich der Satzspiegel und der Raster. In einem zu Beginn der Arbeit festgelegten Layout verbergen sich praktisch nur für den Gestalter sichtbare Linien, an denen sich harmonisch Bild und Text ausrichten lassen.

Dieses bestimmte Layout zieht sich dann durch das gesamte Buch und führt den Betrachter durch Ihre Geschichte.

Satzspiegel

Der Satzspiegel begrenzt die nutzbare Fläche von Buchseiten. Er ist ein schematisches Ordnungssystem einer Buchdoppelseite und bezeichnet die bedruckten Flächen zwischen den Stegen einer Buchdoppelseite. Satzspiegel ist dabei eine kurze Bezeichnung für den Buchsatzspiegel.



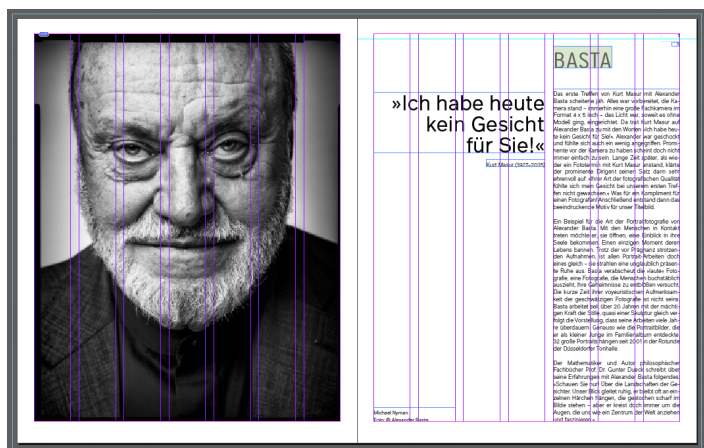
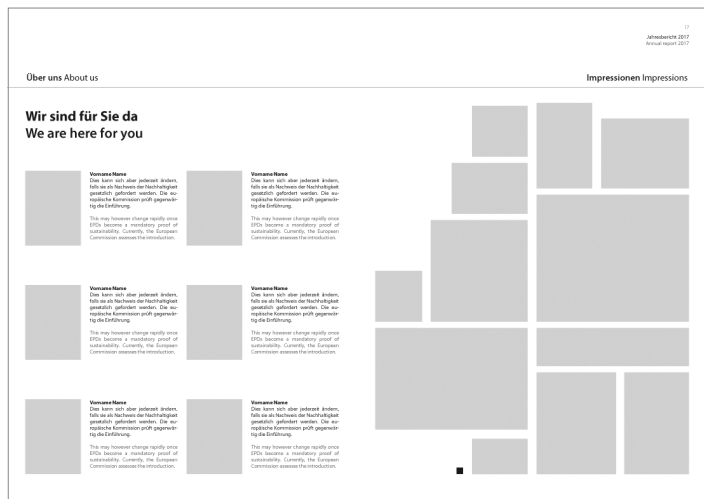
↗ Abbildung 15

Ein Beispiel für sichtbare Hilfslinien. Die umlaufende Linie zeigt den Satzspiegel ①. Die senkrechten Linien zeigen die einzelnen Spalten ② und die dazwischenliegenden Spaltenabstände ③. Die waagrechten Linien werden Grundlinienraster ④ genannt, auf denen der Text läuft.

gel; dieser wird auch gerne als Schriftspiegel bezeichnet. Die linke Seite wird dann auf die rechte gespiegelt. Damit vermeiden Sie, dass Bilder oder Texte unschön dicht an die Papierränder geraten. Die Bezeichnungen werden heute mehr oder weniger nur noch in der klassischen Typografie für Bücher oder ähnliche Druckerzeugnisse verwendet. Genau genommen bezeichnet der Begriff Buchsatzspiegel das gesamte schematische Ordnungssystem einer Doppelseite, also der unbedruckten und bedruckten Flächen. Der Begriff Satzspiegel hingegen bezeichnet nur die bedruckten Flächen.

Raster

Der (!) Gestaltungsraaster ist innerhalb des Satzspiegels sowohl ein fixierendes als auch ein ästhetisches Ordnungssystem, das Ihnen – einmal festgelegt – hilft, es mit Inhalten zu füllen. Es erleichtert eine standgenaue Positionierung Ihrer Fotos und schafft einen einheitlichen Seitenaufbau sowie eine einfache Reproduktion der Folgeseiten, ohne langweilig zu wirken. Ihre Fotos und Texte, genauer gesagt deren Rahmen, werden an die Spalten und den Grundlinienraaster gebunden. Das heißt, sowohl in der Senkrechten als auch in der Waagerechten halten die Elemente untereinander die Linie. Der Raster ist die Hilfe, um mit unterschiedlichen Bildgrößen umzugehen, ohne beliebig zu werden. Sie können damit auch gute Entscheidungen hinsichtlich der Größen von Leit- und Nebenthemen treffen. In einem vorher festgelegten Rahmen können Sie mit verschiedenen Bildgrößen Spannungsverhältnisse erzeugen, ohne dass sich über viele Seiten Gleichförmigkeit einstellen wird. Wenn Sie nun Ihre Textblöcke gewissermaßen auch als Bildblöcke betrachten, hilft Ihnen der Satzspiegel hier ebenfalls, Ihre Texte sinnvoll und spannend zu verteilen. Damit entsteht pro Doppelseite eine wunderbare Gewichtung von Bild und Text, die den Betrachter »bei der Stange« hält.



➤ **Abbildung 16**
Verschiedene Beispiele von Layouts

Bevor Sie die ersten Schritte mit Satzspiegel, Raster und Co. in Richtung eines guten Layouts gehen, leisten Sie sich eine »Findungsphase« bezüglich Fotobuchdrucker und/oder Fotobuchformat. Wenn Sie dann das richtige Format, bestückt mit dem richtigen Papier, umhüllt vom passenden Cover, ausfindig gemacht haben, können Sie von Seite zu Seite konzentriert Ihre Gestaltung beginnen. Die von uns hier gezeigten Layouts sind im Moment nur als erste Anregung zu verstehen, damit Sie nachvollziehen können, wie ein gutes Buch entsteht. Hier können und wollen wir Ihnen Anregungen geben, aber keine Patentrezepte zeigen.

Das Fotobuch als Fotoalbum 2.0?

Wird das Fotoalbum zum Fotobuch? Nein, ein deutliches Nein! Es wäre nicht richtig, zu sagen, dass das Fotobuch nur der digitale Nachfolger der Fotoalben vergangener Tage ist. Dafür kann ein Fotobuch einfach viel mehr, als dass es zum bloßen »Aufbewahrungsbuch« vieler Fotos degradiert werden könnte. Wenn Sie sich einmal in die Gestaltung eingearbeitet haben, werden Sie erkennen, welches Potenzial in einem Fotobuch steckt. Es macht mehr aus Ihren Fotos, ganz sicher! Das Fotobuch ist das ideale Format, um die erzählerische Kraft fotografischer Arbeiten sichtbar zu machen. Dabei geht es auch nicht um das fotografische Werkzeug, also Systemkamera oder Smartphone, sondern um die Geschichten, die in den Bildern stecken. Diese erzählenden Bildsequenzen, in einem sinnvollen Layout editiert, machen die Lesbarkeit und damit die Spannung eines Fotobuches aus. Darüber hinaus verbessert die Arbeit an einem Layout für Ihr Buch Ihr fotografisches Sehen.

Zeiteinnehmende Grundlage eines jeden Fotobuches – und das unterscheidet es von einem Fotoalbum – ist und bleibt das Sichten und Bewerten des vorhandenen Bildmaterials. Dieser Auswahlprozess berücksichtigt Ihre Geschichte und das Layout. Dabei spielt es zunächst keine Rolle, ob Sie die Bilder »gerade eben« erst angefertigt haben oder ob es Motive aus Ihrem Archiv sind. Sondern Sie müssen mit einer Vielzahl an Aufnahmen

umgehen lernen. Wie schaffen Sie es, aus einzelnen Bildern eine Serie anzuordnen? Ist diese Serie in sich spannend? Immer wieder führt Sie das auf ein raffiniertes Layout zurück. Wie können Ihre Bilder in dem gewählten Layout am besten ihre Kraft entfalten? Ein starker Erzählstrang mit einer spürbaren Dramaturgie und Spannungskurve ist das Rückgrat Ihres Buches. Wie schaffen Sie es, nicht schon zu Beginn des Buches Ihre besten Bilder zu »verpulvern«?

Im Laufe unseres Workshops werden wir Sie schrittweise an die professionelle Gestaltung eines Fotobuches heranführen. Das Fotobuch ist mit der Möglichkeit, Einfluss auf das Layout zu nehmen, mit Sicherheit das originäre Ausdrucksmittel, das fotografisch arbeitende Gestalter nutzen können. Ausstellungen sind demgegenüber vergängliche, dem jeweiligen Raum und Zeitabschnitt angepasste Präsentationen. Ein Fotobuch überdauert einen viel größeren Zeitraum, und es kann letztendlich sogar vererbt werden. Es macht Bilder und deren Geschichten sehr lange halt- und sichtbar. Dieser »Wertigkeit« sollten Sie bei der Planung und Herstellung entsprechen. Ein Fotobuch ist mehr als ein Fotoalbum. So wie eben Fotografie auch mehr ist, als nur den Auslöser zu drücken.

Jetzt mit Elan loslegen

Wenn Sie also bis jetzt noch keines oder nur wenige Fotobücher gemacht haben, dann vertiefen Sie sich in unser Buch, und planen Sie parallel dazu auf einem Notizzettel schon einmal Ihr erstes oder nächstes Fotobuch auf einem höheren Level. Wagen Sie den Sprung vom Fotoalbum 2.0 zum konzeptionellen Fotobuch mit einer richtigen Geschichte. Sie haben mit Sicherheit wertvolle und gute fotografische Erinnerungen. Wenn Sie sie für ein Buch sinnvoll editieren, gut strukturiert und von Texten begleitet präsentieren, bekommen sie die Gestalt eines guten Fotobuches. Und auf einmal werden aus bruchstückhaften Erinnerungen richtige Geschichten, die Sie auch Dritten zeigen können.

Schriftsteller müssen Sie ja nicht werden, aber bedenken Sie einmal, wie viel (erzählerische) Kraft in Ihren Fotos steckt, über die Sie gerne auch ein paar Worte verlieren können. Ein wenig Mut und etwas Geduld – und Sie werden sehen, dass es kein Hexenwerk ist, ein Fotobuch zu machen. Mut braucht es auch, sich nach einer gewissen Zeit vielleicht einmal von den üblichen Softwareplattformen zu lösen und sich mit einem richtigen Layoutprogramm auseinanderzusetzen, das Ihnen alle Freiheiten lässt.

Sie erinnern sich sicherlich an den Kauf Ihrer ersten digitalen Kamera oder Ihrer ersten größeren digitalen Kamera. Da galt es auch, sich in die Anleitung »hineinzufuchsen«. Aber bald danach wurde es weniger kompliziert, bis Ihnen die Arbeit mit der Kamera schließlich leicht von der Hand ging. Genauso müssen Sie das bei einem Fotobuch auch angehen. Sie informieren sich, lesen etwas – zum Beispiel unser Buch – und beginnen, die ersten Schritte zu machen. Und nach den ersten Schritten kommen die Fortschritte, die Sie über »das Machen am Fotobuch« auch erkennen werden. Wir sind uns sicher, dass Sie sich bei einer neuen Kamera auch erst einmal auf das Wichtigste konzentriert haben, das ist bei einem Fotobuch genauso.

Sie sammeln – jetzt einen Schritt weitergekommen – Bilder im Hinblick auf ein Fotobuch nicht mehr zufällig oder weil sie Ihnen begegnen, sondern zielgerichtet auf ein Buchthema hin. Dabei haben Sie natürlich Ihr Archiv im Kopf und können die neuen Fotos sinnvoll

auch mit alten zusammenführen. Darüber beginnen Sie zum ersten Mal über Strukturen eines Layouts im Buch nachzudenken und stellen fest, dass es dafür auch gute Hilfsmittel gibt. Sie merken in Folge der Auseinandersetzung mit dem Aufbau eines Fotobuches auch, dass Fotos bestimmte Aufgaben erfüllen sollten und damit auch unterschiedliche Größen erhalten und unterschiedliche Positionen einnehmen werden. Und schon sind Sie so weit, sich einen Eigenauftrag zu erteilen und nach dem jetzt kennengelernten Kanaldeckelprinzip zielgerichtet anzufangen zu fotografieren. So sammeln Sie vermutlich zum ersten Mal gezielt zu einem Thema Ihre Fotos zusammen.

Am Ende der fotografischen Sammlerarbeit, sofern ein Ende überhaupt möglich ist, werden Sie mit unserer Anleitung und Ihrem Mut dann schon konkret über die passende Form eines Druckwerkes für Ihre (Foto)Geschichte nachdenken können. Wie groß könnte Ihr Buch werden, wie viele Seiten könnte es haben? Wieder ein paar Schritte weiter sitzen Sie quasi Ihren leeren Buchdoppelseiten gegenüber und fragen sich: Wohin kommt jetzt welches Foto, damit die ganze Sache auch ein Fotobuch werden kann? Dabei helfen Ihnen die Informationen zu Layout, Satzspiegel und Raster. Nähern Sie sich diesen Themen mutig, auch die unbekanntesten Begriffe werden Ihnen zusehends geläufiger werden.

Also gehen Sie Ihr Fotobuch mit Elan an, Sie werden merken, dass Ihre Ergebnisse – auch Ihre fotografischen – mit jedem Fotobuch immer besser werden.

TEIL I

VORÜBERLEGUNGEN UND PLANUNG

| | |
|--|----|
| Kapitel 1: Eine Geschichte erzählen | 26 |
| Kapitel 2: Die Fotos – unverzichtbarer Stoff | 52 |
| Kapitel 3: Produktmerkmale eines Fotobuches | 76 |

KAPITEL 1

EINE GESCHICHTE ERZÄHLEN

Kein Foto ohne Gestaltung und kein Buch ohne Geschichte – das klingt sehr kategorisch, könnte für Sie aber durchaus die systematische Vorgehensweise bei der Planung Ihres nächsten Fotobuches sein. Fotos kennt nahezu jeder Mensch. Fotos implizieren auch im digitalen Zeitalter die Abbildung von Wirklichkeit – sie geben Realität vor. Geschichten aber *ausschließlich* mit Bildern erzählen zu wollen, halten wir für schwierig, wenn nicht gar für unmöglich. Weil eben jeder und jede Einzelne die Bilder mit seinem oder ihrem individuellen Referenzrahmen vergleicht und dadurch unterschiedliche Interpretationen aus einem Fotobuch herausgelesen werden. Diese müssen dann nicht immer mit der Intention der Buchautorin oder des Buchautors übereinstimmen. Um einer Fehlinterpretation entgegenzuwirken, kann der Einsatz von Text einen guten Beitrag leisten, dem Grundgedanken der Geschichte im Fotobuch Ausdruck zu verleihen und die Betrachter auf der »richtigen Spur« zu halten. Selbst bei einer Reportage mit starken Bildern braucht es Text im Kontext der Bilder, um die Geschichte wirklich zu verstehen und auf den Punkt zu bringen.

Für einen »reinen« Bildband liegt der Qualitätsanspruch an die Aufnahmen sehr hoch. Jedes einzelne Bild muss hier weit über der Norm des Üblichen liegen. Nur wenige Profis beherrschen das Denken in Bildbänden und haben vor allem die Mittel und das Durchhaltevermögen, an einem Projekt über Jahre dranzubleiben. Wenn sich dann dieses Buch nicht absolut massenhaft verkauft, kann man kaum davon leben. Bedenken Sie, dass das Angebot an Bildbänden nicht gerade klein ist. Dabei reden wir hier von Büchern, deren Verkaufspreis

zwischen 29 und vielleicht 80€ liegt. Wer würde sich schon (regelmäßig) ein »Bilderbuch« für weit über 100€ kaufen?

Seit dem Wechsel ins neue Jahrtausend kann man förmlich von einem internationalen Boom des analogen Fotobuches sprechen. Profis und Amateure – alle, die sich gewissenhaft mit Fotografie auseinandersetzen – trugen und tragen seit Jahren dazu bei, dass sich das Fotobuch zu einer eigenen Kunstform, einer eigenen Ausdruckform entwickelt hat. Das Fotobuch wurde mehr und mehr zu einer Art visueller Literatur zwischen Roman und Film. Fotografinnen und Fotografen – sowohl Profis, als auch Amateure – stellen ihre Arbeiten immer öfter über das Medium Fotobuch aus und nicht mehr ausschließlich im Rahmen von Ausstellungen. Diesen starken Trend können Sie zum Beispiel auch am *Fotobookfestival Kassel* und am *PhotoBookMuseum* ablesen. Und die *Montag Stiftungen* haben zusammen mit dem PhotoBookMuseum eine mehrjährige Tournee in verschiedene Städte unternommen, wo sich am Fotobuch Interessierte diesem Medium nähern konnten. In mehrtägigen Workshops konnten Teilnehmende eigene Fotobücher gestalten, unterstützt von erfahrenen Fotografinnen und Buchgestaltern. Gearbeitet wurde mit eigenen Fotos, ob vom Smartphone, dem USB-Stick oder als Fotoabzüge. Die Arbeit an den selbst gemachten Fotobuchunikaten, sogenannten *Dummys*, war an allen Stationen ein Highlight.

Letztendlich geht es auch bei uns hier im Buch um die Frage, wie Sie Fotos »lesbar« machen können. Wie werden Sie Herr oder Frau des Chaos? Wie behalten Sie Ihre Fotos, wie archivieren Sie diese? Das ist das eine.

Das andere ist, Schreiben ist nicht jedermanns Sache. Trotzdem möchten wir Sie ermuntern, einmal tiefer in Ihr (Bild-)Thema einzutauchen und sich auch textlich Gedanken zu machen. Vorab sind zunächst aber noch einige Fragen zu klären.

1.1 Was möchte ich erzählen?

Mit der Frage »Was möchte ich erzählen?« zu beginnen, ist grundsätzlich ein guter Einstieg. Aber was möchten Sie erzählen oder besser wie finden Sie heraus, was Sie erzählen möchten? Etwas erzählen zu wollen, weil man endlich mal viele Bilder zeigen möchte, ist sicher nicht zielführend. Dadurch entsteht keine nachvollziehbare Geschichte. Ein Fotobuch sollte immer ein Anliegen ha-

ben, das über das reine Zeigen der Bilder hinausgeht. Eine Geschichte in einem Fotobuch mit Fotos zu erzählen muss eine Herzensangelegenheit sein. Die Leserin oder der Leser muss beim Blättern Ihres Buches Ihr »Brennen« dafür förmlich spüren. Es muss das Gefühl entstehen, Ihren Bildern vertrauen zu können. Wäre es im besten Fall nicht schön, wenn es hieße: »Da ist einer, der kennt sich damit aus, macht noch gute Fotos und erzählt mir nebenbei noch etwas zu den Bildern«. Auch wenn Sie das Fotobuch für sich alleine machen, erzielen Sie das beste Ergebnis, wenn Sie Ihren Anspruch hochhalten.

Nehmen wir einfach mal an, Sie möchten etwas über England erzählen, vielleicht weil Sie aktuell eine Reise dorthin unternommen haben oder weil Sie häufiger in England waren und Ihnen das Land irgendwie am Herzen liegt. Nun ist das Thema »England« sehr allgemein gefasst und sowohl bildlich als auch erzählerisch riesen-

DER TREND ZUM FOTOBUCH

Fotobookfestival Kassel

Das Fotobookfestival Kassel ist ein gemeinnütziges Unternehmen, das sich seit 2008 dem Fotobuch als künstlerischem Medium verpflichtet hat und dieses Medium in allen Facetten in einem Festivalprogramm internationalen Ranges präsentiert. Es war das erste Festival weltweit, das sich dem Medium Fotobuch widmete, und hat gleich zwei neuartige Buchpreise etabliert: Der KASSEL DUMMY AWARD für den besten Fotobuchentwurf des Jahres prämiert seit 2010 herausragende Nachwuchstalente mit der kompletten Verlagsproduktion eines Buches, der KASSEL PHOTOBOOK AWARD versammelt die von Experten nominierten besten Fotobücher des vergangenen Jahres.

<https://fotobookfestival.org>

PhotoBookMuseum

Das PhotoBookMuseum wurde 2014 von Markus Schaden, Frederic Lezmi und Helge Hofmann in Köln gegründet. Als gemeinnützige Organisation fördert das Museum das Fotobuch als eine der zentralen Ausdrucksformen der Fotografie. Als Museum des 21. Jahrhunderts versteht es sich als lebendiger, sozialer Ort, der mit seinen Sammlun-

gen, Ausstellungen und Veranstaltungen einem breiten Publikum offensteht.

<https://www.thephotobookmuseum.com>

Montag Stiftungen

Das erklärte Ziel der Montag Stiftungen ist eine Alltagswelt, die prinzipiell allen Menschen die gleichen Chancen auf ein selbstbestimmtes und erfülltes Leben eröffnet. Dabei orientiert sich die Stiftung an dem Ideal des eigenverantwortlich handelnden Bürgers in einer solidarischen Gesellschaft.

Unter dem Thema »Welt im Umbruch« ging ein Fotobuchprojekt auf Reisen. Es handelte sich dabei um ein mobiles und partizipatives Ausstellungs- und Vermittlungsformat der Montag Stiftungen Kunst und Gesellschaft und des PhotoBookMuseums (Köln), das in Fotobüchern und Fotografien neue Perspektiven auf die globalen Umbrüche unserer Zeit eröffnete. Das Projekt gastierte von 2016 bis 2018 in Rostock, Duisburg und Kassel. Im Dezember 2019 fand es in einer Publikation seinen Abschluss.

<https://www.montag-stiftungen.de>

groß und sehr diffus. Eine gute Geschichte beschäftigt sich jedoch selten mit der Breite einer Sache, sondern eher mit einem speziellen Gebiet und geht dabei stärker in die Tiefe. Und eine gute, *von Ihnen* erzählte Geschichte hat auch immer etwas *mit Ihnen* zu tun.

Jetzt ist Ihnen unter Umständen durch Beobachtung aufgefallen, dass die Briten ein Faible für verschiedene Rasenspiele aufweisen. Und schon haben Sie ein Thema, das zwar britische Szenen zeigt, sich im Grunde genommen aber mit Spielen beschäftigt. Von Vorteil wäre hier natürlich, Sie hätten sich im Vorfeld schon Gedanken über dieses Thema gemacht und entsprechend fotografiert, was – zugegebenermaßen – vermutlich nicht der Fall war. Dann fällt Ihnen vielleicht bei Durchsicht Ihrer Motive ein fotografischer Schwerpunkt auf und daraus ergibt sich dann ein Thema.

Vielleicht ist Ihnen während Ihrer Reise durch England mehr die schroffe Küste aufgefallen, und Sie haben davon eine mehr oder weniger große Serie aufgenommen. Dann könnte *das* ein Thema für Ihr Buch sein. Wenn Sie es nun schaffen, einige unterschiedliche Ansichten der Küsten oder einer Küste zu zeigen – vielleicht auch in

Details – dann könnte das in Verbindung mit einem Text doch sehr spannend sein.

Bedenken Sie dabei immer, Abwechslung in Ihre Aufnahmen zu bringen, damit Ihnen am Ende nicht das Publikum »verloren« gehen, weil die Spannung in der Bildfolge nachlässt. Und auch, wenn es schwerfällt, seien Sie da ganz streng mit sich selbst. Es lohnt sich.

Das heißt, Sie denken schon jetzt und beim Fotografieren an Ihr späteres Buch, auch wenn Sie das noch gar nicht eingeplant haben. Anders als in einem Buch lassen sich Ihre Aufnahmen ja trotzdem zeigen. Später allerdings, wenn Sie ein Fotobuch machen, werden Sie froh sein, dass Ihre Bilder schon layoutgerecht sind. So denkt auch ein Profi immer, sobald er die Kamera vor sein Auge nimmt, in Einzel- oder Doppelseiten, in Titeln und Rücktiteln, in Leit- und Nebenmotiven. »Übersetzt« würde das bedeuten, Einzelseite gleich Hochformat, Doppelseite gleich Querformat (mit Platz für Text), Titel gleich Hochformat (mit Platz für Schrift), Titel- und Rücktitel gleich Querformat (mit Raum für Text).

Sie sehen schon, wie ein zunächst fiktives Buch Sie ganz schön durch Ihre fotografische Arbeit führen kann.



⤴ **Abbildung 1.1**

Links: Spielplatz für Kinder im englischen Old Hunstanton. Rechts: Spielplatz für Erwachsene in Hunstanton. Beachten Sie die extravagante Damenhandtasche als heimlichen Beobachter der Szene.



⚡» **Abbildung 1.2**

Oben: Küstenlandschaft in Norfolk. Rechts: Ein paar Meter weiter gibt es fast keine Algen.

Wir finden zum Beispiel auf unseren Reisen Hotelzimmer immer höchst interessant. Kurz vor unserem Einzug in die jeweiligen Zimmer machen wir aus den Zimmerecken eine Weitwinkelaufnahme des »Originalzustandes«. Dabei ist immer schön zu sehen, wie die verschiedenen Hotels bemüht sind, die Zimmer so wohnlich wie möglich zu gestalten. Man sieht unterschiedliche Ansprüche von Heimatbezogenheit und Internationalität. Meist nur noch in kleinen Hotels spürt man, in welchem Land man sich gerade aufhält. Man könnte sagen, je kleiner das Hotel, desto mehr sind das Land oder die Stadt zu spüren. Inzwischen ist bei uns daraus im Laufe von Jahren schon eine ganz beachtliche Bildserie entstanden. Auch bei diesen Aufnahmen schwingt die Einteilung in Doppelseiten immer mit. Das Schöne an diesem Thema ist für uns, dass man diese Fotos immer wieder betrachten kann, um jedes Mal neue Details zu entdecken, die man bei der Aufnahme überhaupt nicht bemerkt hat.



Nur weil wir das so machen, heißt das selbstverständlich nicht, dass Sie es nicht auch so machen können. Sollten Sie viel auf Reisen sein, warum nicht? Zimmer betreten, Kamera auf ein Stativ schrauben – dabei auf die immer gleiche Kamerahöhe achten, damit aus den Aufnahmen eine Serie werden kann –, Wasserwaage aktivieren oder aufstecken und mit einem starken Weitwinkel aus allen vier Raumecken mit einem schönen Ausschnitt eine Aufnahme machen.

Sie sollten dabei immer das Raumlicht einschalten, so dass das Zimmer gut ausgeleuchtet wird und natürlich auch wohnlich wirkt. Wenn Lampen im Bild sind, sollten diese eingeschaltet sein. Die Lichtwirkung ist wichtig für eine Serie, weil es auch Zimmer gibt auf dieser Welt, die alles andere als »heimelig« ausgeleuchtet sind. Wir empfehlen, solche Aufnahmen mit dem Weißabgleich »Tageslicht« anzufertigen, weil Ihnen das JPEG dann immer den Farbstich zeigt, also die tatsächlich vorhandene Lichtfarbe und damit die Stimmung (!). Bei Ihrem parallel dazu fotografierten Raw können Sie dann die Farben entsprechend Ihren Vorstellungen immer noch beeinflussen.

Wenn Sie einmal genau auf die Fotos in Abbildung 1.4 schauen, so entdecken Sie viele Kleinigkeiten – zum Beispiel auf dem Schrank im Bild in der Mitte eine kleine weiße Dose oder im Bild unten einen kleinen Lüfter auf dem Nachtschisch. Allein schon diese unauffälligen, teilweise merkwürdigen Gegenstände erzählen eine Geschichte, und in einem Fotobuch lassen sich die Bilder in Ruhe betrachten.

AUFSTECKBARE WASSERWAAGE

Nicht alle Kameras verfügen über einblendbare elektronische Wasserwaagen. Manche Kameras zeigen Ihnen nur die Horizontale quer zur Kamera an. Deshalb sind in den Blitzschuh einsteckbare Wasserwaagen sehr hilfreich. Mit dieser Hilfe können Sie Ihre Kamera exakt »ins Wasser stellen«.



« **Abbildung 1.3**
Aufsteckbare Wasserwaage
(Foto: Kaiser Fototechnik)

» **Abbildung 1.4**

*Oben: Ein ziemlich nüchternes Hotelzimmer in Downtown El Paso in Texas. Mitte: Ein gemütlich hergerichtetes Zimmer in Old Huns-
tantan. Unten: Das gleiche Zimmer wie in der Mitte, das aus dieser Perspektive schon weniger anheimelnd wirkt. Das liegt vermutlich an der Eingangstür, die mehr wie eine Lagertür aussieht.*





⤴ **Abbildung 1.5**

Links: Das »alte« Büro, schon teilweise leerräumt. Rechts: Das zu einem Seminarraum umgebaute ehemalige Büro

Kommen wir an dieser Stelle noch einmal auf den Gedanken zurück, dass eine gute, von Ihnen erzählte Geschichte auch immer etwas mit Ihnen zu tun hat. Eine Geschichte von mir, die auch mit mir zu tun hat, ist diese: Ich bin schon über 20 Jahre an der Hochschule in Düsseldorf tätig. Dort findet natürlich unter den Studierenden ständig ein großer Wandel statt. Den Wandel spürt man allerdings auch aufgrund wechselnder Anforderungen in den Räumen. Und so habe ich versucht, in meiner eigenen Arbeitsumgebung diesen Wandel zu visualisieren. Ein Beispiel von vielen sehen Sie anhand des Büros meines ehemaligen Kollegen in Abbildung 1.5.

So ist bis heute eine umfangreiche Vorher-Nachher-Bildserie entstanden, die sicher eines Tages zusammen mit anderen Bildern von Räumen ein Buch werden wird. Inzwischen sind wir mit der Hochschule in einen Neubau umgezogen, sodass diese alten Aufnahmen unwiederbringliche Zeitdokumente darstellen.

Aber jetzt wieder zu Ihnen. Sie finden heraus, was Sie erzählen möchten, indem Sie einmal in sich hineinhören: Welches Thema war Ihnen schon immer wichtig? Über welches Thema zum Beispiel reden Sie oft im Bekanntenkreis? Zu welchem Thema haben Sie etwas zu sagen? Warum war oder ist Ihnen das Thema wichtig? Gibt es vielleicht Bezüge in Ihrem Umfeld, auf die Sie eingehen können oder möchten? Ist vielleicht Ihr Arbeitsumfeld

spannend? Ist Ihr fotografisches Thema im Moment auf der Höhe der Zeit, sowohl gesellschaftlich als auch inhaltlich? ...

Zu diesen Fragen machen Sie sich nun eine Liste und füllen diese über einen gewissen Zeitraum. Das ist schon der Beginn einer Stoffsammlung.

Spielen wir doch noch einmal ein Beispiel durch. Sie haben vielleicht über Jahre die Veränderung der Landschaft in Ihrer Umgebung dokumentiert. Einfach so, aus einem bestimmten persönlichen Interesse heraus. Dabei könnte es jetzt Menschen geben, die diese Veränderung betrifft. Durch Umzug oder andere Umstände. Also wären neben Ihren vielen Landschaftsfotos auch auf einmal die Fotos der entsprechend betroffenen Menschen relevant. Was erzählen Ihnen die Menschen während Ihrer fotografischen Arbeit? Je nachdem, mit welchen Inhalten Sie dadurch konfrontiert werden, stellt sich anschließend gestalterisch wiederum die Frage, ob Sie die Menschen dann zum Beispiel als *Close-up*, also nah dran, porträtieren wollen oder als *Environmental Portrait*, also in und mit der Umgebung einer bestimmten Landschaft. Und schon sind Sie mittendrin, sich Gedanken über den Inhalt Ihres Fotobuches zu machen.

Für die Entwicklung einer guten Geschichte hat sich die Zettelkastenstruktur bestens bewährt. Dafür sammeln Sie auf kleinen Kärtchen erst einzelne Fragmente –



⤴ **Abbildung 1.6**

Bewohnerin eines Dorfes an der Niers am Niederrhein in ihrem persönlichen Umfeld (Foto: Frank Lorenz)

Notizen, Skizzen – und sortieren und ordnen diese dann später zu, zum Beispiel dem Thema »Skipper« oder dem Thema »Traditionsschiff«. Die Methode des spontanen Sammelns von Einfällen auf Kärtchen und das spätere Zuordnen ist nicht linear wie auf einem Zettel oder in einem Büchlein, sondern kommt der assoziativen Denkstruktur des Menschen am nächsten. Die kleinen Kärtchen haben zusätzlich noch den Vorteil, dass Sie diese immer bei Ihrer fotografischen Arbeit dabei haben und fortwährend ergänzen können.

So, der Anfang ist gemacht. Jetzt verfeinern Sie nach und nach die Struktur Ihrer Geschichte und denken schon über das eine oder andere Foto nach. Viele Ihrer Bilder haben Sie im Kopf gespeichert, doch die Bilder im Archiv wiederzufinden ist dann eine ganz andere Herausforderung. Jedoch wird mit jedem Foto, das Sie »wiederentdecken«, auch Ihre Geschichte ihren weiteren Lauf nehmen. Sie werden entdecken, dass das »Hin- und Herschwingen« zwischen den Ideen für Ihre Geschichte und dem Sichten der dafür in Betracht kommenden Fotos ein spannender Prozess ist.



⤴ **Abbildung 1.7**

Ein Urlauber aus Berlin am Ostseestrand in Zingst

1.2 Wem möchte ich die Geschichte erzählen?

Die logisch folgende nächste Frage ist, wem Sie diese Geschichte erzählen bzw. mit Fotos vor Augen führen möchten. Das ist eine grundlegend entscheidende Frage. Die Antwort darauf kann schon einen Hinweis auf die Art des Druckwerkes beinhalten. Ein kleines, nicht so umfangreiches Heftchen lässt sich schneller herstellen und damit auch schneller verteilen. Allerdings hat es eine kürzere Lebensdauer, weil es unter Umständen schneller verloren geht. Ein dickes, nachhaltiges Buch braucht viel Zeit, liegt aber wesentlich länger auf.

Wie sieht Ihr jeweiliges *Storytelling* aus? Storytelling – Geschichten erzählen – ist eine Methode des Erzählens, die zum einen auf direkten, zum anderen auf indirekten Botschaften basiert. So kann man den beiden Elementen eines Buches – dem Text und dem Bild – beide Botschaften zueignen. Der Text vertritt dabei die direkten – expliziten –, die Fotos die indirekten – impliziten – Botschaften. Das liegt in der Natur der Sache, da Texte meist eindeutiger formuliert werden können. Sie sehen,

dass das bekannte Sprichwort »ein Bild sagt mehr als tausend Worte« in diesem Zusammenhang sehr relativ zu sehen ist.

Fotos fungieren innerhalb Ihrer Geschichte eher als Symbol oder Metapher, vorausgesetzt, sie sind gut gemacht und folgen einigen Kriterien. In einem klassischen Fotobuch sind diese Metaphern allerdings gewichtig, denn der Bildanteil überwiegt in der Regel. Siehe auch Kapitel 5, »Elemente guter Bilder«, und Kapitel 6, »Bilder auswählen«. Das Storytelling ist eng mit dem Begriff »narrativ« verbunden, das heißt, eine Geschichte in erzählender Form darzustellen. Allerdings gilt es auch zu bedenken, dass die Leser und Leserinnen eines Textes ganz persönliche Bilder dazu im Kopf entwickeln, wenn sie diese spezifische Landschaft, die wir eben als Beispiel genannt haben, nicht kennen. Diese Gedankenbilder (Referenzrahmen) stimmen mit Ihren gezeigten Bildern dann vermutlich nicht überein. Dadurch entsteht eventuell eine enttäuschte Erwartungshaltung bei den Betrachtern.

Sie müssten sich also vorab auch überlegen, für wen Sie Ihre Geschichte bebildern. Im Beispiel der Landschaft im Wandel: Sind es die Menschen in dieser Landschaft? Können Sie den Menschen in Ihrem Buch vielleicht bei



⤴ **Abbildung 1.8**

Das Interesse dieses Fotos gilt eher »nur« der Landschaft.

irgendetwas helfen, indem Sie eine bestimmte Situation bebildern und beschreiben? Sollte Ihr Buch Aufmerksamkeit erregen? Vielleicht in der Gemeinde? Oder ist es eher die Landschaft, die Sie dabei interessiert, und die mehr oder weniger zufällig vorzufindenden Menschen zeigen Sie der Vollständigkeit halber auch in Ihrem Buch?

1.3 Soll das Buch nur für mich sein?

Bedenken Sie immer, dass Sie sich selbst ja nicht unbedingt eine Geschichte erzählen würden. Eine Schriftstellerin oder ein Schriftsteller schreibt ein Buch nicht nur für sich selbst, sondern weil es ein Anliegen gibt, weil es etwas zu erzählen gibt. Und würden Sie einen Roman ohne spannenden Handlungsstrang lesen wollen?

Sollte die Geschichte aber tatsächlich nur für Sie sein, so gibt es sicher andere Möglichkeiten als ein Buch, um Bilder und Gedanken – vielleicht dann als Vorstufe zu einem Buch – festzuhalten. Da würden wir so eine Art »Skizzenbuch« oder »Storyboard« empfehlen. Dies kann man wie im Beispiel in Abbildung 1.9 klassisch analog machen oder digital, beispielsweise mit einer Skizzenbuch-App auf dem Tablet. In dieses Skizzenbuch können Sie erst einmal unstrukturiert hineinarbeiten, um im Laufe der Zeit daraus eine Geschichte zu entwickeln. Dies ist auch eine gute Vorgehensweise, wenn Sie von sich wissen, dass Sie besser – oder lieber – an mehreren Themen gleichzeitig arbeiten.

Das Beispiel eines Schiffstagebuches verdeutlicht, was wir oben mit »Storyboard« bezeichnen. Um ein Fotobuch authentisch zu halten, gilt es bei längeren Projekten, eben auch Reisen, sich tagesaktuelle Notizen zu machen. Würde man das bis auf nach der Reise oder das Ende eines Projekts verschieben, so gingen mit Sicherheit sehr viele Details verloren. Aber genau diese gesammelten Details machen oft die Spannung und die Authentizität einer Geschichte aus. Der Leser respektive die Leserin bekommt das Gefühl, mit vor Ort gewesen zu sein. Er oder sie kann die Geschichte nachvollziehen, sie ist im erweiterten Sinne »lesbar«. Um im Beispiel zu bleiben, liest es sich ganz anders, wenn Sie unmittelbar nach



« Abbildung 1.9
 Ein Schiffstagebuch, klassisch
 handgeschrieben vom Autor

einem Sturm auf See Ihre Eindrücke aufzeichnen, als wenn Sie das Wochen später am Küchentisch machen.

Jetzt steht natürlich unterwegs in der Regel weder Rechner noch Drucker zu Verfügung und vielleicht wollen Sie auch mal Abstand von diesen Gerätschaften haben. Wenn Sie aber die Notizen mit Datum und Uhrzeit versehen – was eine Notizfunktion im Smartphone oder Tablet automatisch macht –, so können Sie später anhand der Exif-Daten der Bilder diese wunderbar den Notizen zuordnen. Natürlich können Sie neben Ihrer Arbeit mit der Kamera in der digitalen Notizbuchfunktion auch mit dem Smartphone eine »Skizzenbild« machen, um später eine noch genauere Erinnerung über die Situation aufzurufen. Bedenken Sie aber, dass Papier und Bleistift immer noch keinen Strom brauchen. Je nach Reise, Projekt oder Erholungsbedarf kann das durchaus von Bedeutung sein. Aber unabhängig davon, wie Sie Ihre Notizen anfertigen, können Sie nach Ende der Reise oder eines Projekts die Bilder und Notizen erst einmal beiseitelegen und später weiter daran arbeiten, ohne dass etwas verloren geht.

Wenn Sie über etwas mehr Platz verfügen, können Sie Ihre Bild- und Textsammelarbeit auch als Mindmap an einer Wand oder Pinnwand anlegen. Ausgedruckte Bilder sollten Sie vorher auf einem großen Tisch vorsortieren und strukturieren, ehe sie anschließend zunächst an eine Wand gepinnt werden. So kann das eine oder

andere Bild im Laufe Ihrer Buchplanung immer wieder anders zugeordnet werden. Auf diese Methode, ein Buch sinnvoll zu strukturieren, gehen wir noch ausführlich ein (siehe Abschnitt 6.9).

Sollte das Buch tatsächlich nur für Sie sein, um es gelegentlich unkompliziert betrachten oder im kleinen Freundes- und Verwandtschaftskreis hin und wieder zeigen zu können, dann wählen Sie am besten ein kleines, preiswertes Format. Daraus können Sie dann vielleicht



« Abbildung 1.10
 Drei kleine Büchlein zwischen dicken Büchern und Magazinen



⤴ **Abbildung 1.11**

Titel und Rücktitel eines Büchleins über eine London-Reise

im Laufe der Zeit sogar eine kleine Reihe machen, die in Ihrem Regal auch nicht viel Platz wegnimmt. Wir haben von der einen oder anderen Reise kleine, quadratische Büchlein angefertigt. Bilder von uns für uns.

Auffällig ist vielleicht der Buchrücken. Dabei haben wir das jeweilige Anfangsdatum der Reise ausgeschrieben als Gestaltung verwendet. »Zwozwonullneunzwonullnullneun« entspricht dabei dem Datum 22.09.2009. Die Typografie steht über dem Motiv, das sich vom Titel hin zum Rücktitel zieht. Das hat auch bei diesem kleinen Format eine tolle Wirkung (siehe Abbildung 1.11). Dafür eignet sich allerdings nur ein in der Fotografie schon bewusst angelegtes Panoramaformat. Sie sehen, Sie können in Ihrer Gestaltung (fast) alles machen. Die Schreibweise sehen Sie auf dem Rücken der drei kleinen Büchlein hier in Abbildung 1.10 und Abbildung 1.12.

Selbst in diesem kleinen Format haben Sie viel Platz, Ihre eigene Geschichte zu zeigen und zu beschreiben. Selbst eine Doppelseite ist dabei möglich. Allerdings haben wir in diesem Fall – es waren Büchlein für uns – auf Text verzichtet.

Mit diesen Büchlein haben wir zusätzlich auch, ohne dass wir das beabsichtigten, (unwissenschaftlich) die Haltbarkeit einer Klebebindung unter Beweis gestellt.



⤴ **Abbildung 1.12**

Die kleine Buchreihe ist ungefähr je 100 Seiten stark und mit Klebebindung versehen – sehr haltbar, wie man sieht.

Immerhin ist das gezeigte Beispiel schon 13 Jahre alt und wurde zwischenzeitlich viel durchblättert!



» Abbildung 1.13

Bei quadratischem Buchlayout ist eine Doppelseite ein spannendes Querformat und im Prinzip schon ein Panoramaformat.



1.4 Brauche ich eine Zielgruppe für meine Geschichte?

Gesetzt den Fall, Sie möchten Ihr Druckwerk aber doch nicht nur für sich machen, sondern für einen größeren Kreis, kommt die nächste Aufgabe auf Sie zu. Die Frage nach der sogenannten *Zielgruppe* ist schwieriger, als sie sich zunächst darstellt. Salopp würde man sagen, na, für meine Leser und Leserinnen, für Freunde und Bekannte natürlich. Aber ist das tatsächlich so? Wenn Sie auf den Verkauf der fertigen Bücher nicht angewiesen sind oder es Ihnen egal ist, dann können Sie natürlich jedem ein Buch schenken, von dem Sie annehmen, er oder sie hätte ein Interesse daran. Bedenken Sie dabei aber, dass Sie die Empfänger immer ein wenig »nötigen«, zu Ihrem Buch auch eine Meinung zu äußern. Und wenn Sie ehrlich sind, möchten Sie lieber ein Lob als Desinteresse oder Kritik »ernten«. Wenn jetzt aber »Ihre Zielgruppe« mit dem Inhalt oder mit dem Thema der Fotos wenig anfangen kann, kann es stellenweise unangenehm werden. Wenn Sie hingegen das Buch verkaufen, so werden sich sicher nur die Leserinnen und Leser das Buch kaufen, die an dem Inhalt ein großes Interesse haben. Versuchen Sie also, Ihre Zielgruppe zu definieren.

Wir sind jedoch gar nicht so sicher, ob Sie als Amateurfotograf überhaupt eine Zielgruppe brauchen. Im Grunde genommen wollen Sie über das Entwerfen eines Druckwerkes letztendlich Ihrem Hobby ausgiebig fröhnen. Sie haben die fotografische Leidenschaft, Sie möchten diese verfeinern und aus Spaß und Freude an Ihrer Arbeit tolle Geschichten erzählen. Und natürlich zeigen Sie auf Nachfrage auch gerne einmal Ihre Buchsammlung und unterhalten sich über die Inhalte. Was will man mehr? Wenn Sie es aber doch ein wenig zielstrebig angehen wollen, sollten Sie versuchen, Ihre Zielgruppe herauszufinden und zu definieren.

Nun gibt es ja auch Menschen, die sich mit dem Fotobuch beruflich beschäftigen wollen oder müssen, zum Beispiel um über ein Buch oder eine Broschüre bestimmte Abläufe oder Themen für Mitarbeiterinnen oder Kunden sichtbar zu machen. Ein Kursteilnehmer von uns hatte zum Beispiel die Aufgabe, über das Thema »Wasserwirtschaft« ein erklärendes Buch mit unterschiedlichen Aspekten zu machen. Dann sieht die Sache natürlich etwas anders aus, und Sie müssen sich durchaus

darüber Gedanken machen, wie Sie genau Ihre Zielgruppe ansprechen können.

Die Definition einer Zielgruppe ist eine knifflige Aufgabe. Bei Wikipedia liest man dazu etwas verklausuliert:

»Für jede kunden- und marktorientierte Werbeaktivität ist es wichtig, eine möglichst homogene Zielgruppe zu definieren. Homogene Zielgruppen zeichnen sich durch viele oder spezielle Gemeinsamkeiten im Kaufverhalten aus. Dies erlaubt der Marktforschung oder Marktpsychologie durch Studien deren Verhalten zu beobachten, analysieren und schließlich vorhersagbar zu machen. Ein berechenbares Kaufverhalten kann sich eine Unternehmung zunutze machen und gezielt die einzelnen Marketinginstrumente zur Anwendung bringen.«

Nach diesen Sätzen können Sie selbst entscheiden, ob Sie diesen Aufwand nun für Ihr geliebtes Hobby betreiben möchten oder nicht und der Meinung sind, eine »homogene« Zielgruppe ausfindig machen zu können.

In Werbekreisen weiß man heute, dass es die eigentlichen Zielgruppen wie in den 1960er bis 1980er Jahren überhaupt nicht mehr gibt. Man spricht heute eher von einem Lebensstil, der bisher unterschiedliche Zielgruppen vereinen kann. Es ist daher in unserer hoch individualisierten Gesellschaft schwierig geworden, Gemeinsamkeiten von Menschen über statistische Kennziffern auszudrücken.

Nun können Sie natürlich eigene Überlegungen anstellen, für wen denn Ihr Fotobuch spannend sein könnte. Aber das liest sich einfacher, als es ist. Dafür müssen Sie Ihre »Umgebung« – privat und/oder beruflich – schon sehr genau kennen, um beurteilen zu können, für wen denn Ihr Fotobuch infrage käme. Sicherlich hängt das ganz stark von den Inhalten und den Interessen der Einzelnen ab. Decken sich jedoch die Inhalte mit den Interessen, so haben Sie schon einen Leser (Käuferin?) gewonnen. Wir denken aber, das ist ein sehr mühsames und unbefriedigendes Verfahren. Vergessen Sie dabei nicht, dass Sie ja zumindest auch eine kleine Auflage vorproduzieren und vor allem vorfinanzieren müssten. Alternativ ist es möglich, das Fotobuch on demand drucken zu lassen, also den Druck erst nach der Bestellung zu veranlassen.

1.5 Möchte ich das Buch verkaufen?

Also das Buch doch verkaufen? Gibt es bei Ihnen kommerzielle Absichten, also die Absicht, Ihr Buch zu verkaufen, wird die Angelegenheit nicht einfacher. Natürlich ist ein immer noch guter Weg, zugeschnitten auf Ihr Thema einen entsprechenden Verlag zu finden. Dieses Ansinnen bedarf im Vorfeld aber einer ziemlich umfangreichen Recherche. Dabei müssen Sie erst einmal klären, welcher Verlag sich ernsthaft mit Fotografie auseinandersetzt. Zum Zweiten wäre zu klären, ob sich das eher auf die künstlerische, angewandte oder Reportagefotografie bezieht. Wenn Sie ab einem gewissen Zeitpunkt einige wenige Verlage herausgefiltert haben, müssen Sie sich informieren, wie sich die einzelnen Verlage Ihre Offerte wünschen. Das kann mit vielen Zwischenstufen von einem ausgedruckten Probekapitel bis hin zu einem digital eingereichten Exposé reichen.

Natürlich können Sie – wenn Sie über die nötige Zeit und Mobilität verfügen – auch einschlägige Buchmessen besuchen und dort Ihre Ideen oder Buchprojekte vorstellen. Das ist sicher sehr mühsam, und Sie benötigen viel Ausdauer. Ob Sie im Vorfeld – was sehr hilfreich ist – einen Termin mit den Lektoren bekommen können, ist auch noch eine Frage. Nebenbei aber können Sie natürlich Hunderte von guten Beispielen für Fotobücher anschauen oder Ihr bestes Buch zum KASSEL DUMMY AWARD für den besten unveröffentlichten Fotobuchentwurf des Jahres einreichen (siehe Kasten Seite 27).

Wenn dann tatsächlich ein Verlag Ihren Titel in sein Programm aufnehmen sollte, hat er natürlich konkrete Vorstellungen davon, wie hoch die Auflage sein muss, um ihn gewinnbringend zu verkaufen, ohne dass eine zu hohe Auflage übrig bleibt. Das ist kein leichter Weg, wenn Sie Fotografie eigentlich als Hobby betreiben.

DEUTSCHE BUCHMESSEN

- Buch Berlin, <https://buch-berlin.de>
- Frankfurter Buchmesse, www.buchmesse.de
- Leipziger Buchmesse, www.leipziger-buchmesse.de

Zusammenarbeit mit einem Verlag

Sollten Sie aber tatsächlich einen Verlag für Ihr Buchprojekt gewinnen können, ist dann die erste einschneidende Folge, dass Sie Ihr Buch innerhalb eines engen, vertraglich vereinbarten Terminrahmens fertigstellen müssen. Die zweite ist die ungewohnte Zusammenarbeit mit einem Lektorat. Die ist in der Zusammenarbeit mit einem Verlag unumgänglich, und das ist auch gut so. Das Lektorat behält während der Schreibzeit und der Zusammenstellung der einzelnen Fotos immer den Überblick. Als Autorin oder Autor – wir nennen Sie jetzt einfach mal so – verlieren Sie im Laufe des Entwurfs Ihres Fotobuches gerne einmal den Überblick. Da gibt es Fotos, die plötzlich zweimal auftauchen, oder Texte, die Sie ähnlich schon einmal geschrieben haben. Auch müssen Sie sich meistens in einem bestimmten Layout bewegen, weil »Ihr Buch« nur so in eine natürlich schon vorhandene Buchreihe passt.

Während der Entstehung durchläuft ein Buch, das heißt erst einmal der Entwurf, sehr viele Zwischenstufen. Das fühlt sich oft ein wenig wie ein Bumerang an. Sie schicken einen Entwurf ab, befassen sich mit dem nächsten Abschnitt, prompt ereilt Sie die Korrektur des vorangegangenen Abschnitts wieder, und Sie müssen sich erneut eindenken.

Allerdings hat die Zusammenarbeit mit einem Verlag auch entscheidende Vorteile und die, so meinen wir, überwiegen etwaige Nachteile. So braucht ein Autor oder eine Autorin ein gutes Team, das ihn oder sie bei der Arbeit unterstützt. Dieses kann Sie u.a. konstruktiv kritisch beraten, falls Sie schon »betriebsblind« geworden sind, und auch Dinge möglich machen, die Ihre unmittelbare Kompetenz übersteigen. Von nicht zu unterschätzendem Wert ist eine Beratung bei der Konzeption und Projektplanung im Vorfeld. Hier sei besonders die detaillierte Entwicklung einer schon sehr verbindlichen Gliederung zu nennen. Die erspart einem viel Zeit, und Sie können in der Folge quasi an dieser Gliederung »entlangschreiben«.

Damit die fertige Publikation einen professionellen Eindruck hinterlässt, bedarf es einer sorgfältigen Redaktion und Sprachkorrektur. Eine qualitätsorientierte und zügige Produktion ist nicht zu unterschätzen, wenn Sie Ihr Buch zum Beispiel zu einem bestimmten Zeitpunkt

erscheinen lassen wollen. Was Sie ferner nie selber leisten können, ist eine sehr gute Präsenz stationär im Buchhandel und auf dessen Webseiten, ebenso wie eine effektive, auf Ihr Buch abgestimmte Marketingarbeit in unterschiedlichen Medien.

Mein Buch im Eigenverlag

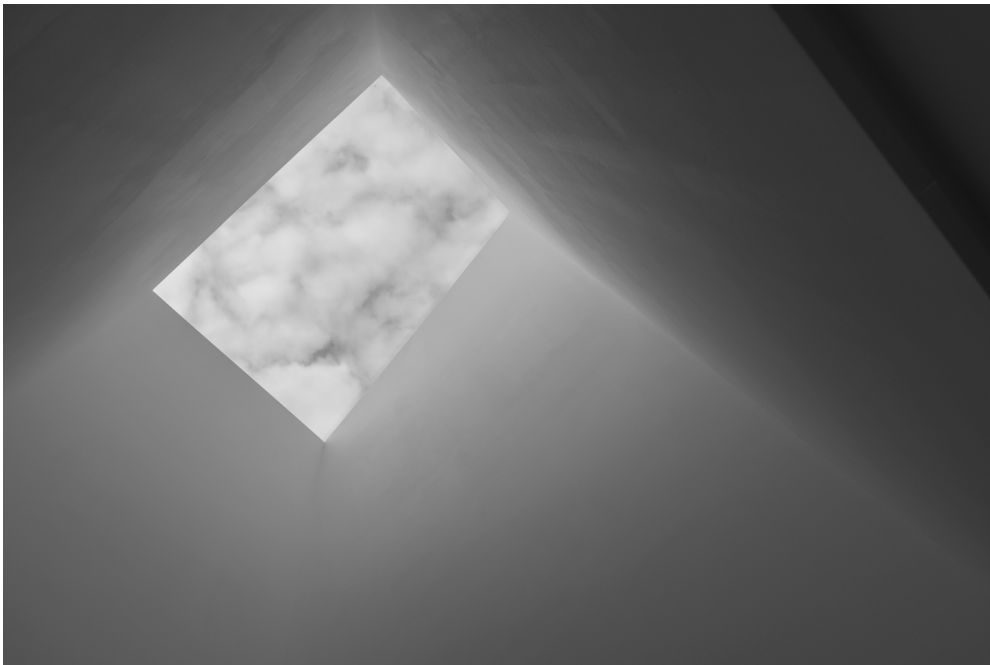
Beim sogenannten *Self-Publishing* werden Bücher nicht in Zusammenarbeit mit Verlagen herausgebracht, sondern von der Autorin oder dem Autor selbst veröffentlicht. Das heißt in der Praxis, Sie machen elektronisch ein Buch, bieten es feil und erst dann, wenn es jemand bestellt, geht es in den Druck. Das nennt sich auch Book-on-Demand oder kurz BoD. Aber Achtung, in der Regel handelt sich hier lediglich um Textbücher mit keinem oder nur einem geringen Abbildungsanteil.

Ein richtiges Fotobuch selbst zu verlegen ist eine große Herausforderung. Zumal mit dem Faktor »Bild« ein umfangreiches Know-how – Auflösung, Profilierung, Rasterung, um nur ein paar Punkte zu nennen – erforderlich ist. Alle Schritte, die im vorangegangenen Abschnitt beschrieben wurden, muss man demzufolge selber tun, bis hin zum Vertrieb – das klingt banal, ist aber nicht zu unterschätzen. Das fertige Buch muss »am Ende« eingepackt, frankiert und zur Post gebracht werden. Das sind große Zeitfaktoren, die den Eigenverleger schnell in die Bredouille bringen können. Wenn Sie da nicht richtig gerechnet haben, wird der Eigenverlag zur finanziellen Belastung. So berichteten uns bei einem Gespräch in Zingst die beiden Fotografen und Eigenverleger des Buches »LYS«, Sandra Bartocha und Werner Bollmann, eindrucksvoll von ihren Erfahrungen, von der Entwicklung der Idee bis hin zur Erfahrung des Druckens. So hatten die beiden zum Beispiel den Zeitaufwand für den Postversand dieses 256 Seiten starken Werkes völlig unterschätzt. Es musste eine entsprechende Verpackung gefunden werden – die es standardmäßig oft nicht passend gibt – und das Verpacken nahm viel Zeit in Anspruch. Die schmerzlichste Erfahrung aber war dann das Gewicht der Postsendungen, wenn mal eine Bestellung von zehn Büchern eingegangen war. Alles das müssen Sie als Eigenverleger selbst bewerkstelligen.

1.6 Welche Art von Fotos?

Kommen wir jetzt aber zum Wichtigsten in einem Fotobuch – Ihren Fotos. Natürlich ist die Art der einzelnen Fotos in erster Linie von Ihrer Geschichte abhängig und wie die einzelnen Motive Ihrer Meinung nach zum Erzählen der Geschichte beitragen können. Dabei ist aber nicht nur die inhaltliche, sondern auch die technische Qualität von Belang. Schauen wir an dieser Stelle auf den Inhalt. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht,

Ihre Geschichte »nur« oder zum großen Teil mit Bildern der »abstrakten« Art zu erzählen, also die Fotografie als reine Formensprache einzusetzen? Auch das ist eine gute Möglichkeit, die wir Ihnen mit den drei Motiven in Abbildung 1.14 gern einmal zeigen möchten. Hiermit könnten Sie eine Geschichte über Wolken erzählen, zum Beispiel als Illustration für das Gedicht »Erinnerungen an die Marie A.« von Bertolt Brecht, in dem er sich nicht



«» **Abbildung 1.14**

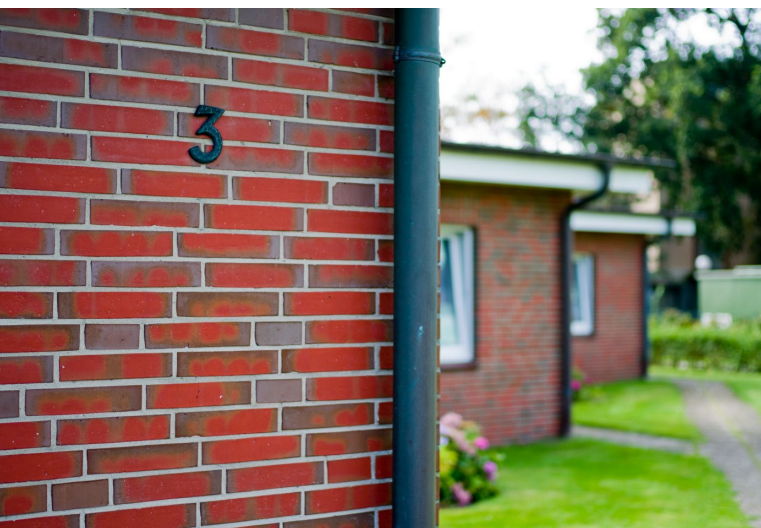
Links: Skulpturenhalle Neuss. Lichtschacht im Dienstgebäude. Thomas Schütte 2016, Kulturraum Hombroich.

Links und rechts unten: Ausschnitte aus der Arbeit »Tilapia« von Katsuhito Nishikawa, 1996–2001, Beton und Edelstahl. Raketenstation Hombroich.



mehr so sehr an seine Jugendliebe erinnert, jedoch an den Himmel über ihnen: Wolken, die extremste Erscheinungsform des Nichts.

Hier wirkt die Fotografie eher erzählerisch, narrativ, und arbeitet zum Beispiel dem gerade erwähnten Gedicht über Wolken zu. Die Bilder wirken implizit, also mit indirekten Botschaften (siehe auch Abschnitt 1.2). Außerdem eignet sich diese Art von Fotos hervorragend, um darauf oder darin – wenn Sie so wollen – mit Typografie zu arbeiten. Darauf gehen wir mit mehr Beispielen in Kapitel 13, »Typografie«, noch ausführlich ein. Die drei Beispiele sind, weil sie sehr viel flächigen Raum bieten, auch ausgezeichnet für Titel und Rücktitel geeignet. Auch dazu später in Kapitel 11, »Buchumschlag«, mehr.



Dort verdeutlichen wir Ihnen eine gute Methode, durch eine ganz bewusste Wahl des Ausschnitts den Bildinhalt stark zu reduzieren und das Foto dramatischer wirken zu lassen. Damit schaffen Sie beste Voraussetzungen für einen Einsatz des Motivs auf Titel und/oder Rücktitel.

Das gilt im Übrigen auch oft für ein Layout: Arbeiten Sie mit einer Reduktion der Farbe (und arbeiten Sie in Schwarzweiß), einer Reduktion der Formen und einer Reduktion des Inhalts. Reduzieren Sie jedoch nicht die Aussage des Inhalts, sondern die Anzahl der Elemente in der Abbildung. Durch die Reduktion wird der Betrachter dazu angeregt – vorausgesetzt er oder sie lässt sich darauf ein –, sich länger mit dem Motiv auseinanderzusetzen. Dabei sollten Sie darauf achten, keine »Suchbilder« zu erzeugen. Das heißt, die »Lesbarkeit« muss unbedingt erhalten bleiben. Sprich, es müssen Dinge zu sehen sein, die bekannt sind. In unseren drei Beispielen in Abbildung 1.14 auf der Vorseite sind es die Wolken im Himmel. Die kennt jeder Mensch! Die Wolken sind es, die uns ein Gefühl für die Größe des angeschnittenen Objekts geben, ob von oben oder unten betrachtet.



« **Abbildung 1.15**

Die Zahl 3 in Fotos: Drei Türen, eine asymmetrische Zahl als symmetrische Aufnahme. Ein bemerkenswerter »Drillingsbaum«. Und drei Häuser. Dass es sich hierbei auch noch um die Hausnummer 3 handelt, war ein glücklicher Zufall.

Im nächsten Beispiel in Abbildung 1.15, das wir Ihnen gern als Anregung zur Art der Fotos zeigen möchten, haben wir als Idee die asymmetrische Zahl 3 zugrunde gelegt. Diese Methode bietet Ihnen eine große Offenheit für Motive, die Sie schon im Archiv haben, und für Motive, die Sie noch dazu sammeln.

Diese Methode macht sehr viel Spaß und erhöht ganz nach dem Kanaldeckelprinzip Ihre Aufmerksamkeit bei der Motivsuche. Auf der anderen Seite ist das Thema nicht zu kompliziert und lässt sich auch mal »so nebenbei« umsetzen oder eben über einen längeren Zeitraum immer wieder und an unterschiedlichsten Orten.

Achten Sie aber stets beim Zusammentragen von Fotos darauf, dass es spannend bleibt. Brechen Sie nichts übers Knie. Manchmal ist die beste Aufnahme, die man macht, die, die man nicht macht. Versuchen Sie immer, Ihrem roten Faden zu folgen. Ob dies dann auch der Faden für Ihr Buch sein wird, lässt sich oft nicht im Voraus sagen. Und vor allem gewöhnen Sie sich an, in Layoutstrukturen zu denken und zu sehen. Haben Sie immer eine Doppelseite vor Augen. Denken Sie immer an einen Titel und natürlich an den Rücktitel. »Bedienen« Sie auch die Einzelseiten mit einem hochformatigen Foto. Fotografieren Sie ein Motiv immer aus unterschiedlichen Perspektiven und in verschiedenen Formaten, wenn Sie nicht sicher sind, ob Sie eher eine Doppelseite oder einen Titel vor sich haben. Sind Ihrer Meinung nach die meisten Fotos gemacht, können Sie schon einmal den nächsten Schritt ins Auge fassen.

1.7 Wie muss ich diese Fotos aufbereiten?

Zur ersten groben Sortierung tragen Sie einfach mal alles zusammen, was zu Ihrer Geschichte passen könnte. Nehmen Sie sich dafür ausreichend Zeit – oft werden Ihnen nach und nach noch Bilder einfallen, die Sie im Laufe der Zeit gemacht haben und die unter Umständen sehr gut in Ihre Geschichte passen könnten. Das können Sie am Anfang noch nicht absehen. Diesen Prozess können Sie durchaus noch digital bewerkstelligen. Den digitalen

Ordner dazu könnten Sie zum Beispiel »Dritte Auswahl« nennen. Warum »noch digital« und wie es anders besser geht, erklären wir Ihnen dann in Kapitel 6, »Bilder auswählen«.

Wir verteilen bei der Bildersuche gern Ausrufezeichen hinter den Dateinamen. Sollte Ihr Rechnersystem mit Ausrufezeichen nicht umgehen wollen, so können Sie alternativ auch mit römischen Ziffern markieren. Die zunächst vermeintlich besten Bilder bekommen drei Ausrufezeichen bzw. drei große III, zum Beispiel »_EIB2104.RAFIII«. So können Sie schon im Explorer oder Finder die Auswahl schnell und problemlos erkennen. Die weniger guten bekommen zwei, die Fotos, die nur eventuell in Betracht gezogen werden, ein Ausrufezeichen. Diese erste Auswahl speichern Sie in Ihrem Ordner, etwa unter »02_Rohdaten«. Bei uns zum Beispiel hat jede Produktion insgesamt vier Ordner:

1. Im Ordner »01_Test« befinden sich Voraufnahmen, die wir eventuell anfertigen, um sicher zu gehen, dass unsere Idee auch funktioniert.
2. Den zweiten Ordner haben Sie gerade schon kennengelernt, er heißt »02_Rohdaten«.
3. Der Ordner »03_Feindaten« beinhaltet dann schon die druckfertigen Motive in entsprechender Größe und Auflösung im Dateiformat TIFF.
4. Der Ordner »04_Arbeitsfoto« beinhaltet die »Making-of-Bilder« einer Produktion. Das können auch abfotografierte Eintrittskarten, Kartenausschnitte, Fundstücke am Wegesrand, das Frühstück, ein besonderes Dessert, Selfies, Glückszahlen als Zimmernummer usw. sein. Auch diese können einmal Einzug ins Fotoalbum erhalten.

Noch zwei praktische Tipps zum Umgang mit digitalen Bildern:

1. Tipp

Ändern Sie die Auflösung Ihrer konvertierten Raw-Dateien in Ihrem Raw-Konverter auf 254 ppi! In der Regel verlangt der normale Offsetdruck eine Auflösung von 300 ppi respektive dpi. Das macht es für Sie aber schwieriger, die maximale Druckgröße in Zentimetern schon aus der Vorschau des Bildes herauszulesen. Ändern Sie nun die Auflösung auf 254 ppi, so sehen Sie

schon in den Raw-Informationen die maximale Druckgröße in Zentimetern. Sie müssen nur in der Angabe der Pixelgröße zwei Stellen von hinten einrücken. Aus 6 000 × 4 000 Pixeln werden so 60 × 40 cm.

Adobe RGB (1998); 16 Bit; 6000 x 4000 (24,0 MP); 254 ppi

⤴ **Abbildung 1.16**

Voreinstellungen des Raw-Konverters in Photoshop. Diese Datei kann mit maximal 60 × 40 cm mit einer Auflösung von 254 dpi gedruckt werden. Das reicht allemal.

2. Tipp

Entfernen Sie nie und unter keinen Umständen jemals die Dateinummer von Ihren Fotos. Dateinamen helfen natürlich ungemein bei Ihrer Sortierung, aber bitte immer unbedingt in Kombination mit einer eindeutigen Dateinummer, zum Beispiel »England_EIB0065.tif«. So können Sie Ihre Originaldatei immer leicht wiederfinden. Ihre Auswahl steht immer im engen Zusammenhang mit dem Wiederfinden Ihrer Datei.

PPI UND DPI

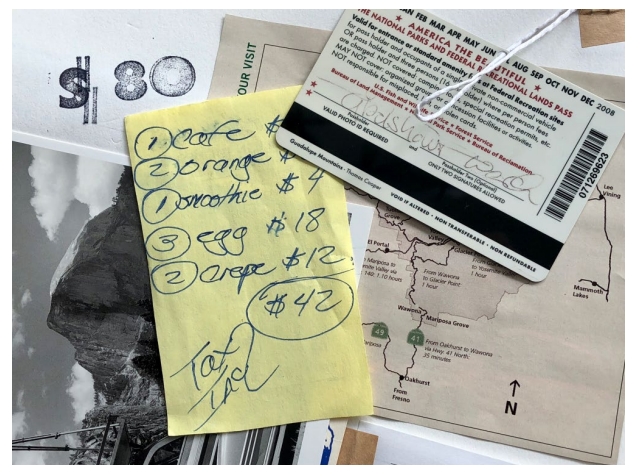
Die sogenannte *Punktdichte* ist bei der Bildreproduktion im Druck ein Maß für die Detailgenauigkeit der Fotos in einem Fotobuch. Ein zu druckendes Foto muss zur Wiedergabe in einem Buch gerastert, also in Punkte »zerlegt« werden. Der Vierfarbdruck legt dann die einzelnen Punkte – CMYK, Cyan, Magenta, Yellow und Key für Schwarz – so übereinander, dass für den Betrachter ein farbiges Bild zu erkennen ist. Die Abkürzung ppi heißt ausgeschrieben *pixel per inch* und gilt als Detailgenauigkeit für Bildschirme. Ein Inch entspricht einem Zoll. Das Kürzel dpi steht für *dots per inch* und beschreibt die Anzahl Punkte pro Zoll. Der Offsetdruck benötigt in der Regel Fotos in einer Auflösung von 300 dpi. Die Auflösung für den Fotobuchanbieter Ihrer Wahl, entnehmen Sie bitte den jeweiligen Anforderungen. Wir haben mit 254 dpi noch nie schlechte Erfahrungen gemacht.

Ob Sie bezogen auf Ihr Buch schon vor der Auswahl einen »Buchordner« anlegen wollen, in dem sich als Kopie schon langsam alle Fotos ansammeln, ist Ihre Entscheidung. Vergessen Sie aber nicht, dass Sie über die Fotos hinaus noch einige andere Dinge zeigen können.

1.8 Nur Fotos zeigen?

Nur Fotos zeigen? Natürlich nicht – alles, was eine Geschichte unterstützt, gehört ins Buch. Sie wollen ja besondere Eindrücke in einer gewissen Dramatik zeigen, also Tickets von Veranstaltungen, besondere Restaurantrechnungen, Fundstücke, alte Postkarten, Persönliches und so weiter und so weiter. Die Frage ist dann nur noch, ob es besser ist, solche Dinge einzuscannen oder auch als Foto abzdrukken.

Diese netten kleinen Details peppen eine Geschichte unheimlich auf und machen sie sehr persönlich. So ein kleines Billet eines schweizerischen Dorfkinos kann beispielsweise nicht jeder aufweisen. Schön im Layout platziert, vielleicht mit umlaufendem Text, ist es schnell der Star einer Doppelseite. Oder eine besonders schöne Quittung eines österreichischen Kaffeehauses, vielleicht



⤴ **Abbildung 1.17**

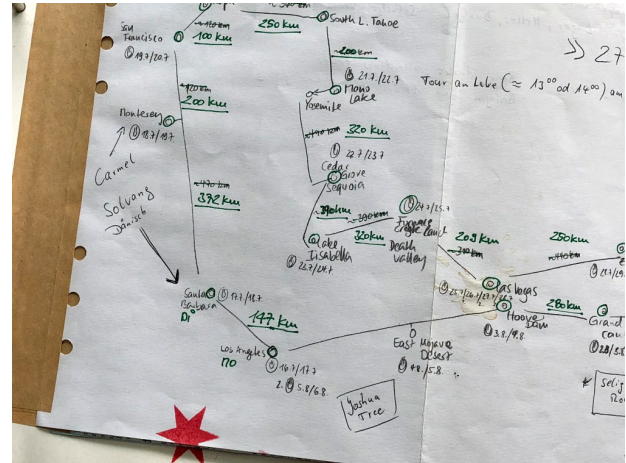
Abfotografierte Erinnerungen an eine große USA-Reise

sogar mit Kaffeefleck, erzeugt unter Umständen zumindest bei Ihnen ein »duftendes« (Erinnerungs-)Bild im Kopf. Handgeschriebene Belege auf einem kleinen Zettelchen zusammen mit Ansichtskarten wie in Abbildung 1.17 machen Ihr Fotobuch »dreidimensional«. Sammeln Sie also auf Reisen oder bei anderen Gelegenheiten immer neben Ihren Fotos auch noch spezielle kleine Dinge, mit denen Sie Ihre Geschichte zusätzlich unterstützen können.

Wir sind sicher, dass auch Sie alle möglichen Erinnerungsstücke mit nach Hause nehmen. Man erfreut sich eine Zeit lang daran und wirft sie aus Platzmangel dann oft doch weg. Also warum nicht einen Platz im Fotobuch dafür einplanen? Vermeintliche Nebensächlichkeiten lockern dann Ihre Bildfolge im Fotobuch angenehm auf.

Denken Sie vielleicht mal daran – mit der notwendigen Umsicht der Natur gegenüber – auch verschiedene Blumen und Pflanzen mit einzubeziehen. Eine Zeit lang gepresst, zum Beispiel während der Phase der Ideenfindung für Ihr Buch, dann auf den Scanner gelegt, holen Sie mit einer höheren Auflösung erstaunliche Kleinigkeiten aus diesen Pflanzen heraus. Das sind Details, die Ihnen sonst vielleicht überhaupt nicht aufgefallen wären. Die »Optik« eines Scanners ist natürlich anders als die einer Kamera, aber häufig haben die Maschinen tatsächlich

eine bestimmte Lichtrichtung und lassen sich mit einem Foto vergleichen. So entstand im Scan des Handschuhs in Abbildung 1.19 ein Schatten unterhalb des Objekts, so, als hätten wir das »normale« Licht von oben in einer Fotografie verwendet.



⤴ **Abbildung 1.18**

Handskizzierte Reiseroute, die in ständigem Gebrauch war. Die Skizze diente auch dem fortlaufendem Eintragen von Informationen.



⤵ **Abbildung 1.19**

Links: Auf diesem Handschuh hat sich das Profil eines Reifens deutlich eingepreßt. Rechts: Im Scan werden feinste Details des Handschuhs sichtbar.

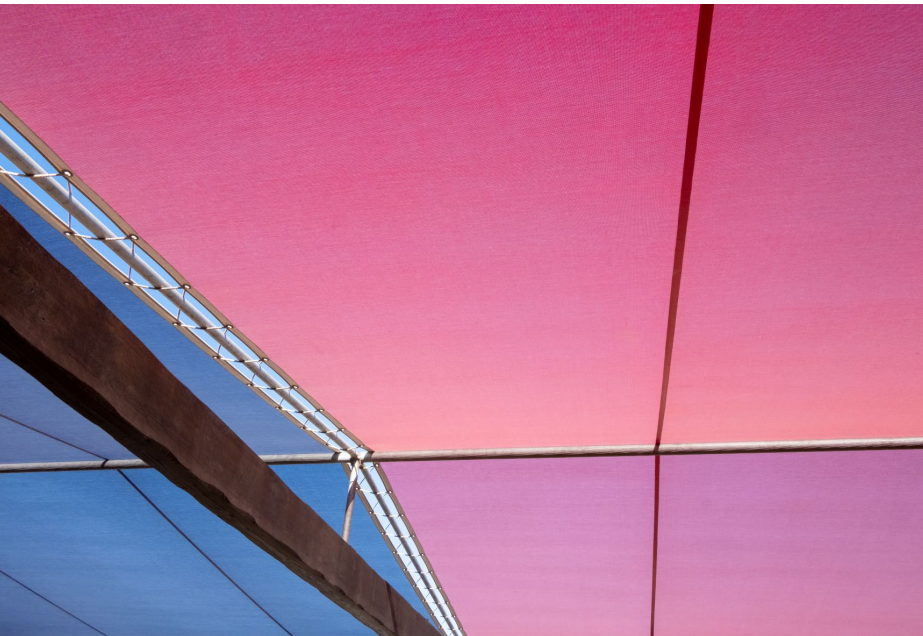
Wir haben das einmal basierend auf unserer (möglicherweise skurrilen) Faszination für »überfahrene« Arbeitshandschuhe ausprobiert. Uns ist aufgefallen, dass Bauarbeiter und Baustellenfahrzeuge offenbar immer wieder Arbeitshandschuhe »verlieren«. Wenn diese dann eine Zeit lang auf der Straße liegen und eventuell auch nass geworden sind, dann sind sie verhältnismäßig flach. Sie nehmen teilweise skurrile Formen an. Daraus haben wir mithilfe eines Scanners eine sehr umfangreiche Bildserie gemacht, zu der man eine interessante Geschichte erzählen könnte. Die optische Auflösung war enorm und hat kleinste Details der Textilien sichtbar werden lassen.

Der Handschuh hat einen weichen Schatten geworfen, der, unserer Wahrnehmungsgewohnheit folgend, unterhalb des Gegenstandes war. Es wirkt so, als hätten wir die Szene mit einem weichen Licht von oben beleuchtet. Probieren Sie das einmal aus, wenn Sie einen Scanner haben, und erfahren Sie, welche Lichtwirkung Ihr Scanner erzeugt.

Auch können Sie – natürlich dezent – die heute so modernen Emojis oder vorgefertigte Grafiken einsetzen. Wir möchten aber davon abraten, dieses Stilmittel zu umfangreich einzusetzen.

1.9 Farbe oder Schwarzweiß?

Die Frage, ob Sie Ihre Bilder in Farbe oder Schwarzweiß wiedergeben, hängt von der Geschichte ab, die Sie erzählen wollen. Diese Entscheidung ist nicht leicht und muss von Ihnen relativ früh getroffen werden. Sonst stellen Sie eventuell die »falschen« Bilder in Ihrer Auswahl zusammen. Es kann sich sonst nach der Entscheidung zum Beispiel herausstellen, dass einige Fotos vielleicht in anderer Form noch einmal gemacht werden müssen. Dabei sollten Sie auch bedenken, dass ein Buch ausschließlich mit Schwarzweißfotos eine andere Dramaturgie und Spannungskurve braucht als eines mit Farbfotos. Schwarzweiß gesehen, fehlen den einzelnen Fotos die Trennungen oder Verbindungen durch die Farbe. Auch müssen Sie dabei viel stärker auf die Aussagen der Bildinhalte achten. Bilder in Graustufen haben oft eine andere Bildaussage als die gleichen Motive in Farbe. Darüber sollten Sie lange nachdenken und das Experiment – das Hin- und Herschalten zwischen Farbe und Schwarzweiß – am Rechner länger durchspielen.



« **Abbildung 1.20**

Links: Die Aufnahme des Zeltdaches wirkt natürlich durch die starken Farben, die sich auch deutlich voneinander unterscheiden. Oben: In Schwarzweiß hingegen wirken die unterschiedlichen Farben in ähnlichem Grau.

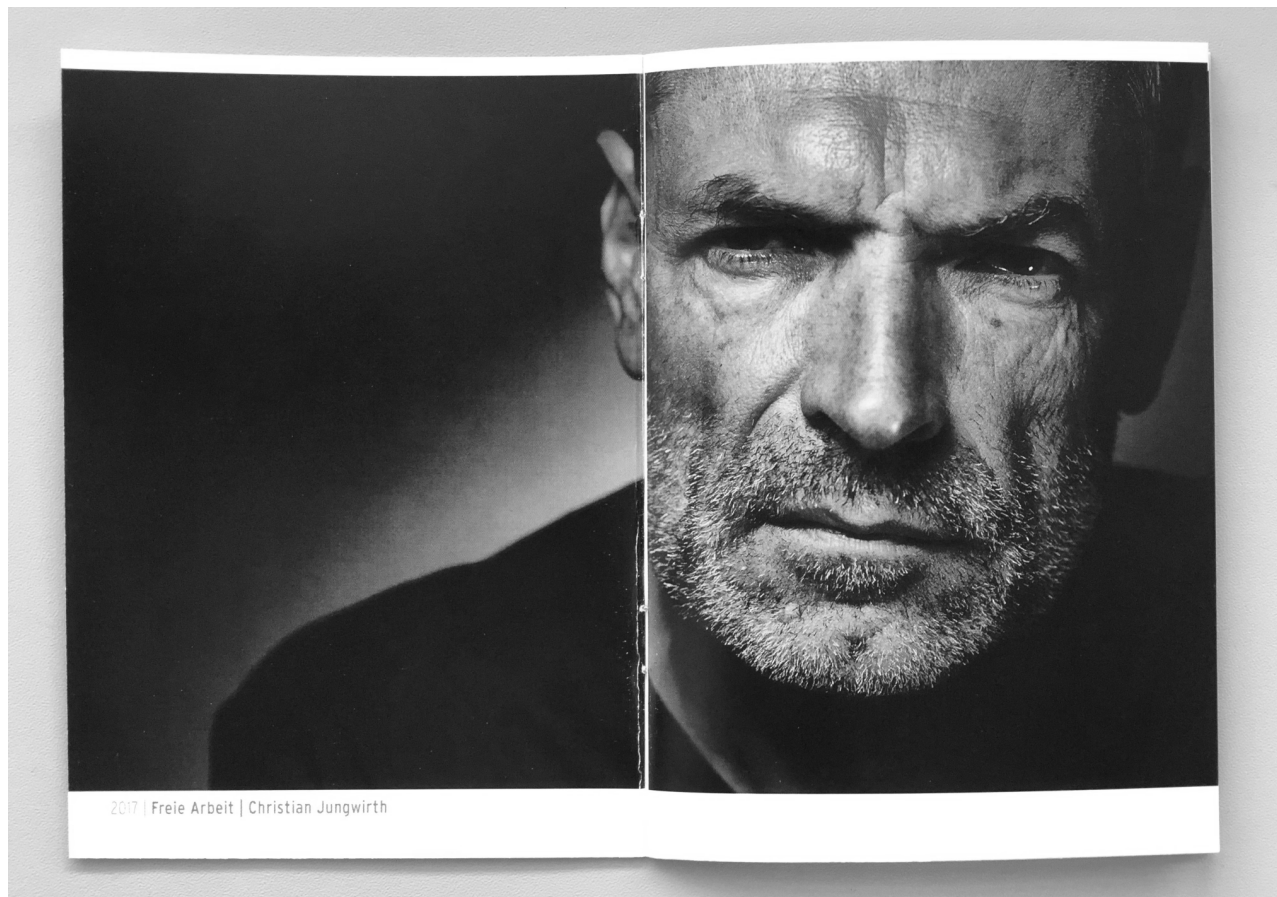
1.10 Nicht nur Geschichten

Neben einer klassischen Geschichte gibt es natürlich auch andere Möglichkeiten, ein Fotobuch zu nutzen. Zum Beispiel als Portfolio, als Präsentationsmöglichkeit für serielle Fotos, ein Gemeinschaftsprojekt oder eine Bildreportage. Und natürlich können Sie sich auch frei von der Realität machen, und eine Geschichte inszenieren.

Portfolio

Ein Portfolio ist nicht wirklich eine Geschichte im klassischen Sinne. Aber natürlich gibt es Auskunft über Ihre fotografische Geschichte im Laufe der Jahre. Und auch

für das Zeigen der eigenen fotografischen Entwicklung eignet sich ein gedrucktes Werk mit einer Auswahl Ihrer Arbeiten ausgezeichnet. In einem Portfolio können Sie anders erzählen, nicht unbedingt entlang einer Dramaturgie, sondern auch gerne einmal chronologisch oder thematisch. Hier bringen Sie Ihre Stilleben oder Landschaften in verschiedenen Kapiteln unter und berücksichtigen innerhalb des Kapitels dann eine gute Bildabfolge. In einem Portfolio passen durchaus auch farbige und schwarzweiße Motive zusammen. Ein Portfolio hat eben eine andere Aufgabe als ein Fotobuch. Ihr Portfolio zeigt Ihr Spektrum an fotografischer Qualität über verschiedene Genres hinweg und hat die Aufgabe, den Stand Ihrer Arbeit zu einem bestimmten Zeitpunkt zu



⤴ **Abbildung 1.21**

Doppelseite eines DIN-A6-Portfolios des Autors über Porträts

dokumentieren. Es versammelt sozusagen unabhängig von einer Geschichte viele Ihrer Best-ofs.

Wenn Sie gerne noch einen Zweitnutzen Ihres Portfolios haben möchten, so planen Sie eine Größe, die Sie immer und jederzeit dabei haben können. DIN A6 zum Beispiel hat die Größe einer Postkarte und lässt sich quasi in jeder Jackentasche verstauen. So haben Sie jederzeit – wenn es darauf ankommt – Ihre geschätzten Arbeiten dabei. Und das kompakte Portfolio (Fotobuch) dient sozusagen als erweiterte Visitenkarte. Apropos Postkarte, diese kleinen Heftchen lassen sich natürlich auch deutlich preiswerter verschicken als ein großes Buch.



⤴ **Abbildung 1.22**

Doppelseite eines Portfolios des Autors als kleine Broschüre im Format DIN A6

Serielle Fotos

Die nächste Stufe nach einem Portfolio wäre die Buchreihe oder Broschürenreihe, immer davon abhängig, wie umfangreich Sie das gestalten möchten. Eine Reihe bietet die Möglichkeit, in regelmäßigen zeitlichen Abständen bestimmte, eng gefasste Themen abzdrukken. Ein Beispiel wäre etwa ein Druckwerk nur mit Stilleben, ein weiteres nur mit Landschaften. Das ermöglicht es Ihnen, Fotos mit sehr unterschiedlichen Erstellungsdaten und an unterschiedlichen Orten angefertigte Fotos miteinander zu zeigen.

Oder Sie filtern aus Ihren Fotos im Laufe der Zeit ein wiederkehrendes Thema heraus und drucken diese Fotos dann ab, zum Beispiel alles, was mit »Sitzen« zu tun hat: Stühle, Bänke, Schaukeln usw. Das ist eine sehr schöne Möglichkeit, einmal Ihr Archiv zu »durchwühlen« und »auszumisten«. Dabei lebt das Buch dann eher von den Serienbildern und nur zu einem geringeren Teil von einer durchgängigen Geschichte.

Dennoch sollte das Buch ein gerütteltes Maß an Text beinhalten. Das macht ein Buch »buchiger« und ein Magazin »magaziniger«. Wir denken, dass Texte von gutem Inhalt und gut gesetzt eine starke Aufwertung für die Fotos in ihrem Umfeld sind, selbst wenn der Text nur sehr sparsam eingesetzt wird. Sie können zum Beispiel Texte zum Thema »Sitzen« suchen und daraus zitieren. Achten Sie dabei auf eine korrekte Quellenangabe. Diese spielt zwar bei einem nicht kommerziellen Gebrauch Ihres Fotobuches eine untergeordnete Rolle, dennoch macht es einen guten Eindruck auf die Leser, wenn Sie die Quelle des Textes angemessen angeben.

Der umgekehrte Weg ist natürlich auch eine Möglichkeit, das heißt, Sie haben eine schöne Geschichte gelesen und durchsuchen nun Ihr Archiv nach entsprechenden Motiven. Das heißt, Sie nehmen eine fotografische Interpretation des von Ihnen gelesenen Textes vor. So viel sei schon jetzt verraten: Vermeiden Sie dabei eine tautologische Vorgehensweise, bei der Text und Bild das Gleiche sagen. Also einfach gesagt sollten Sie nicht auch noch einen Vogel abbilden, wenn im Text bereits die Rede von einem Vogel ist, sondern vielmehr ein Nest, einen Ast oder etwas, das Sie persönlich in Verbindung mit einem Vogel bringen. Versuchen Sie auf jeden Fall, den Text eher symbolisch zu bebildern. Warum nicht eine Katze zeigen? Sie würden dabei ein sogenanntes *Oxymoron*, das Gegenteil einer Tautologie, einsetzen, das aus zwei gegensätzlichen, einander widersprechenden oder sich gegenseitig ausschließenden Begriffen gebildet wird.

Gemeinschaftsprojekt

Ein gemeinschaftliches Fotoprojekt zum Beispiel eines Fotoclubs oder eines Fotokurses zu zeigen ist schon wieder eine schwierigere Aufgabe als eine oder mehrere Se-

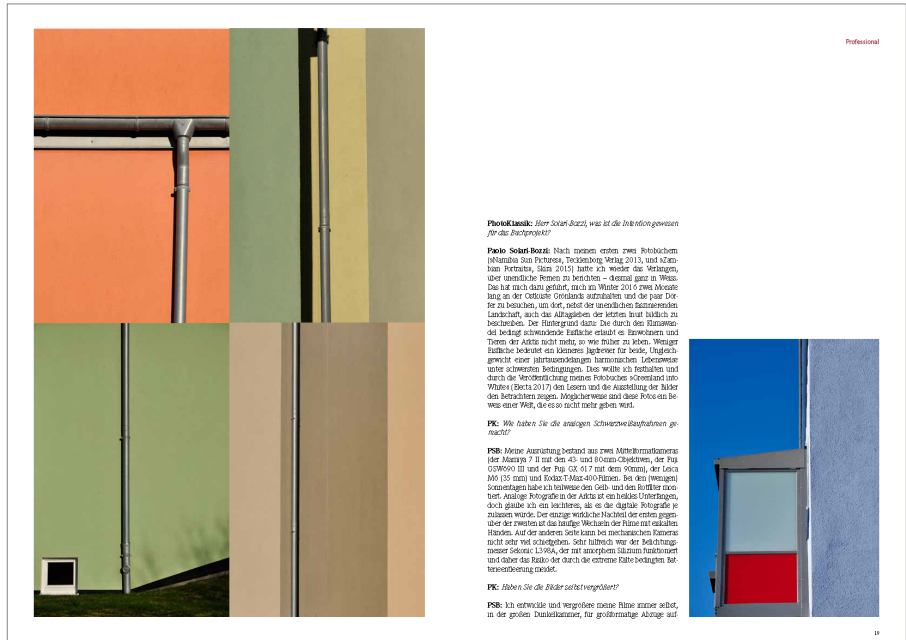
rien. Dabei ist es wichtig, dass der Leser die Absicht des Projekts auch versteht, um Interesse zu entwickeln. Also kommen Sie nicht umhin, das Projekt zu beschreiben und zu erklären. Projekt heißt aber auch, dass Sie und/

oder Ihre Mitstreiter anfänglich ein Thema – ein Projekt – entwickelt und sich dann daran abgearbeitet haben. Am Konzept können die Betrachter dann die fotografische Qualität des Projekts messen.



⌘ Abbildung 1.23

Titel eines fiktiven Magazins verschiedener Teilnehmer eines Gestaltungskurses als gemeinschaftliches Projekt



PhotoKasch: Hier oben dazu, was ist die Leber gewesen für die Bauplaner?

Paolo Solari-Kozi: Nach meinen ersten zwei Anholern (Mehrabadi San Povero, Todi/Perugia, März 2013) und Klaus Peterbauer, Wien 2015) habe ich wieder die Verlangen, über unübliche Perspektiven zu berichten – diesmal ganz in Wien. Das hat mich dazu geführt, mich im Winter 2016 zum Neuauftrag an den Ötztal-Ordnungs-Inspektoren und der paar Dreier zu begeben, um dort, selbst der landesüblichen fachmännischen Landschaft, auch das Abgabegitter der Leitern ins Bild mit einzubearbeiten. Der Hintergrund bildet die durch den Zimmereid bedingt schwebende Fassade erlaubt es Erwerbessern und Tanten die Arbeit nicht mehr so wie früher zu leben. Weniger Fassade bedeutet ein kleineres Jagdrevier für beide, Ungleichgewicht einer Jahreszeitenübergang harmonisieren. Lieberwollen unter schwebend begehenden. Dies wollte ich festhalten und durch die Verschönerung meiner Fotobühnen schenken und im Winter (Dreier 2017) im Linsen und die Ausstattung der Bilder den Betrachter zeigen. Angehörigweise und diese Fotos ein Bewegung sein. Das ist so nicht mehr geben wird.

PK: Wo haben Sie die analogen Schwarzweißabnahmen gemacht?

PSB: Meine Ausrüstung bestand aus zwei Mehrformatkameras (für Mängele 7) 11 mit dem 43- und 80mm Objektiv, der Fuji G10000 (11 mit der Fuji G1017 mit dem 50mm, der Leica M6 (35 mm) und KodakT-Max-400-Filme. Bei den (wenigen) Gesamtarbeiten habe ich teilweise den Gelb- und Blaufilter benutzt. Analoge Fotografieren der Art ist ein kleines Unterfangen, doch gerade als ein Lichter, als es die digitale Fotografie je mehrere wurde. Der einzige weitere Nachteil der ersten gegenüber der zweiten ist die häufige Wechseln der Filme mit einzelnen Bildern. Auf ein anderen Seiten bei nachschauen können nicht oder viel schwieriger. Sehr hilfreich war der Kaufvertrag meiner Kamera L130A, die mit demselben Objektiv hat und über das Risiko der durch die enorme Kette bedingten Fotoverstärkung handelt.

PK: Haben Sie die Bilder selbst vergrößert?

PSB: Ich vergrößere und vergrößere meine Filme selbst, in der großen Dunkelkammer, für größtmögliche Abzüge aus



⌘ Abbildung 1.24

Eine Doppelseite des Teilnehmers Udo Stropp. Der Text ist hier nur Blindtext.

⌘ Abbildung 1.25

Eine Doppelseite des Teilnehmers Hans-Peter Wiechers. Der Text ist hier nur Blindtext.

Nach unseren Kursen zum Thema »Gestaltung in Bild und Print« machen wir oft aus den Arbeiten der einzelnen Teilnehmer ein fiktives Magazin auf Basis eines schon vorhandenen Layouts als Gemeinschaftsprojekt. Das gemeinsame Thema ist in der Regel »Der Mensch in der Landschaft« und wird durch die Beteiligten natürlich sehr individuell interpretiert. Dabei versuchen wir trotz unterschiedlichster fotografischer Sichtweisen eine gewisse Struktur in das Magazin zu bekommen, selbst wenn der Mensch oder die Landschaft auch einmal zu kurz gekommen ist.

Ebenfalls interessante fotografische Projekte sind die, die sich über einen längeren Zeitraum mit einer Örtlichkeit befassen. Das heißt, Ihre Fotografie überwindet die Zeit und vereint die unterschiedlichen Zeiten wieder in einem Druckwerk. Das setzt einen langen Atem voraus, zahlt sich am Ende aber auf jeden Fall aus.

Letztendlich können es unwiederbringliche Zeitdokumente werden. Dabei haben die Fotos schon aufgrund dessen eine hohen erzählerischen Stellenwert. Für das

Projekt, von dem Sie in Abbildung 1.26 ein Beispiel sehen, habe ich für die Darstellung der »Vorher-Nachher-Situation« die Anordnung als sogenanntes *Bildpaar* gewählt. Das machte es möglich, die hochformatigen Baustellenmotive mit den querformatigen Wohnmotiven spannend zu kombinieren. Auch wird das Bildpaar als unmittelbar zusammengehörend wahrgenommen.

Im Einführungstext dieses Beispiels müsste dann zum besseren Verständnis stehen, dass es sich um die elterliche Wohnung des Autors handelt. Diese wurde dann ein paar Jahre nach dem Auszug komplett umgebaut. Die Kamera stand immer wieder – soweit möglich – an den gleichen Standpunkten, wie in der bewohnten Phase. Über die Bilder, angereichert mit ein paar erzählten Details, wird diese Geschichte dann vielleicht für auch Nicht-Familienangehörige interessant, schließlich haben die meisten Menschen ein Elternhaus. Auf jeden Fall ist dieses Beispiel absolut authentisch, bezogen auf den Autor. Und es ist »lesbar« für viele Menschen, weil sie vermutlich eine eigene Geschichte dazu haben. Damit



⌘ **Abbildung 1.26**

Fotoprojekt des Autors über die elterliche Wohnung. Zwischen den einzelnen Fotos liegen etwa zwei Jahre.

hat das Vorhaben, ein Buchprojekt daraus zu machen, schon einmal eine gute Basis. Und es streift mit seinen Inhalten schon das Genre der Reportage.

Bildreportage

Eine Bildreportage zu zeigen, erfordert im Vorfeld von Ihnen die Festlegung, aus welcher Position heraus Sie als »Bildjournalist« die Situation be(bildern)schreiben möchten. Dabei spielt das Thema eine eher untergeordnete Rolle. Eine neutrale Position ist dabei fast nicht zu finden, da Sie allein durch die Wahl der Kameraposition im wahrsten Wortsinn »Stellung beziehen« – das große Problem der Bildberichterstatter in unseren Medien. Und eine Reportage erfordert sehr viel Recherche und Genauigkeit, für die Sie natürlich die Zeit aufbringen sollten. Es erfordert auch immer ein wenig Mut, Situationen oder Menschen gegenüberzutreten. Menschen anzusprechen, Vertrauen zu entwickeln und dann deren Geschichten zu erfahren. Es gibt auch zusehends wieder mehr Menschen, die die Kamera skeptisch als »Waffe« betrachten. Sie befürchten, heimlich »abgeschossen« zu werden. Diese Sichtweise mag sich durch die immer stärker verbreiteten, sogenannten *sozialen Medien* durchaus verstärkt haben. Viele haben bei dem Anblick einer Kamera oder eines Smartphones die Befürchtung, ungefragt im weltweiten Netz mit ihrem Konterfei aufzutauchen und vielleicht in einen nicht gewünschten Kontext gestellt zu werden.

Wenn Sie also mit Menschen arbeiten möchten – so genau muss man das sehen –, bedeutet das nicht, dass die Fotografin oder der Fotograf nichts mit der fotografierten Person zu tun hätte. Im Gegenteil, es ist ein mehr oder weniger zeitlich begrenztes, gegenseitiges Einvernehmen, eine vertrauensvolle Verabredung zur Herstellung von Fotos. Das kann bedeuten, dass man die ersten Kontakte zwischenmenschlich, also ohne Kamera, herstellen muss. Sie entwickeln langsam einen Zugang zum Menschen und seiner Geschichte. Wer damit schon ein Problem hat, sollte sich dann auf Landschaften oder Ähnliches konzentrieren. Aber natürlich können sowohl Menschen als auch Landschaften, Tiere oder andere Inhalte im Fokus einer Reportage stehen. Das hängt von

Ihrer Intention ab. Die Reportage ist eine langsame und persönliche Form, Geschichten zu erzählen.

Das Schöne ist, bei allen Themen können Sie als Ihr eigener Gestalter mit einem geschickten Layout Ihre persönlichen Gewichtungen setzen. Sie können Formate bestimmen, die Relation von Text und Bild beeinflussen und festlegen, ganz genauso, wie Sie meinen, dass es für Ihre Reportage Sinn ergibt. Sie können die Form des Reportage-Magazins wählen, ein »schnelleres« Medium, oder die Reportage in Buchform zeigen. Der Unterschied: Für ein Buch nimmt man sich in der Regel einfach mehr Zeit, während in einem Magazin mal so eben geblättert werden kann. Alle diese Freiheiten macht das Konzipieren, Entwerfen und Realisieren eines eigenen Fotobuches so interessant!

Inszenierte Geschichten

Natürlich können Sie auch selbst eine Geschichte inszenieren. Sie sind dadurch nicht so sehr von vorhandenen Gegebenheiten abhängig. Nicht dass das Inszenieren einer Geschichte einfacher wäre, manchmal ist das Gegenteil der Fall. Eine gute Inszenierung braucht ein gewisses Händchen. Sie müssen dabei auch bedenken, dass Sie im Unterschied zu einem Film in Ihrem Fotobuch lediglich auf Fotos und Texte zurückgreifen können. Sowohl der Ton als auch die Bühne fehlen – zumindest im haptischen Sinne. Damit die Betrachter Ihres Fotobuches an Ihrem Buch bleiben, braucht es einen überzeugenden »Plot«, also eine Handlung, die eine Abfolge zusammenhängender Ereignisse auf Basis einer Dramaturgie und Spannungskurve beschreibt.

Das »Plotten« – also das Erfinden einer Erzählstruktur – ist dabei der Schlüssel zu einem spannenden (Bild-)Buch. Ausgehend von Ihrer Grundidee, die sicher meist eine fotografische ist, entwickeln Sie dann einen interessanten Plot. Sie können sich das wie eine Art Bühne vorstellen, auf der Ihre Erfindung zum »Leben« erwacht. Dabei reichen im Grunde genommen die drei Grundelemente aller Inszenierungen aus: die Bühne (der Plan, der Raum), die Hauptdarstellerin (Heldin) und ihr Gegenspieler (der Bösewicht, der Schuft, der Gegenstand).



⤴ **Abbildung 1.27**

Das ist kein reales Wohnzimmer. Alle Requisiten wurden von Studierenden auf Basis einer erfundenen Geschichte zusammengetragen. (Fotos und digitale Bildgestaltung: Benjamin Erben)

Bezogen auf das hier gezeigte Bildbeispiel war die Arbeitsweise wie folgt beschrieben: Die Studierenden hatten alle Geschichten entworfen, aus denen dann die jeweils besten Teile zu einer ganzen Geschichte geschmiedet wurden. Die Figuren und deren Handlungen wurden ebenfalls beschrieben, wenigstens grob umrissen. Im nächsten Schritt legte das Team ungefähr fest, in welcher Umgebung die Szene spielen sollte. Mit welchen Requisiten die Szene ausgestattet werden sollte, wurde auch fixiert. Die Bildstimmung – in der Regel durch entsprechende Lichtgestaltung erzeugt – wurde ebenfalls festgelegt. So sind mit ähnlichen Requisiten unterschiedliche Motive entstanden, allesamt mit einer hohen narrativen Qualität.

Ob am Ende die Gedanken der Bildermacher nachvollzogen werden können, ist eigentlich unerheblich. Entscheidend ist, dass beim Betrachten der Szene starke Assoziationen hervorgerufen werden. Und das ist ein hoher Anspruch.

Entwerfen Sie also getrost auch ein Buch, in dem die Bilder einer erfundenen Geschichte folgen. Nur schlüssig muss es sein!

1.11 Fotos können nicht nur Fotobuch

Für Ihr Druckwerk, ob Fotobuch, Magazin oder Broschüre, heißt das folglich, dass Sie nicht einfach die Bilder »in eine Software werfen« und automatisiert layouten lassen. Die Welt ist voller Bilder – mehr denn je – und davon ist der größte Teil nur geschwätzig.

Wenn Sie es besser machen möchten, dann erkennen Sie nun, dass Sie schon in einer sehr frühen Phase Vorüberlegungen zum Endprodukt anstellen sollten. Nur so können Sie später ein spannendes Buch, ein interessantes Portfolio oder gar eine packende Reportage in Händen halten, die für einen vorab bestimmten Personenkreis auch etwas zu sagen hat. Sie können sicher sein, dass sich die anspruchsvolle Auseinandersetzung mit einem geplanten Druckwerk auch auf die Qualität Ihrer Bilder positiv auswirkt. Sie werden schnell merken, an welchen Stellen Sie fotografisch nachbessern müssen und an welchen Stellen Sie schon zufrieden sein können.

LESSONS LEARNED

→ **Entwickeln und erzählen Sie eine Geschichte**

Sammeln Sie Fotos, tagesaktuelle Notizen (auch visuelle) und weitere Details in einer »Zettelkastenstruktur«. Legen Sie Wert auf das Storytelling, und stellen Sie sich jemanden vor, dem Sie eine nachvollziehbare Geschichte erzählen wollen. Diese Geschichte sollte einen Bezug zu Ihnen haben und in die Tiefe gehen, nicht in die Breite. Prüfen Sie kritisch, ob alle Elemente zusammen auch tatsächlich einen Beitrag zur Geschichte leisten. Sie sollten keine Elemente aufnehmen, »nur« weil Sie sie schön finden.

→ **»Werfen« Sie nicht einfach alle Bilder in eine Software**

Sie haben ein Anliegen und Sie haben eine Geschichte, machen und wählen Sie nun Ihre Bilder mit Bedacht. Arbeiten Sie nach dem Kanaldeckelprinzip, und folgen Sie Ihrem roten Faden. Erstellen Sie Varianten von Bildern, und reduzieren Sie Bildinhalte auf das Wesentliche. Und denken Sie schon beim Fotografieren in Layoutstrukturen – inklusive möglicher Titelbilder und des Buchumschlags. Bedenken Sie dabei immer, dass Dritte Ihre Geschichte nur »von außen« betrachten können. Als »Geschichtenerzähler« müssen Sie sich auch in die Rolle des Betrachters versetzen können.

→ **Im Druckwerk kommt alles zusammen**

Es gibt nicht nur Bücher, sondern auch Magazine, Broschüren und vieles mehr. Ihr Anliegen und das Druckwerk sollten zusammenpassen. Aber jedes Druckwerk braucht eine Geschichte! Text kann dabei helfen und die Bilder unterstützen – der Text vertritt die direkten, die Fotos vertreten die indirekten Botschaften. In Abhängigkeit davon, wie viele Fotos und wie viel Text Sie zeigen wollen, prüfen Sie bitte genau, welche Art des Druckwerks zu Ihrer Geschichte passen könnte. Auch aus der Sicht der späteren Betrachterin oder des Betrachters.

→ **Das Druckwerk ist das Ende und der Anfang**

Indem Sie mit einem roten Faden oder mehreren roten Fäden im Hinterkopf fotografieren, in Geschichten denken und Fotos in Layouts visualisieren, verbessern Sie nach und nach auch die inhaltliche Qualität Ihrer Fotos. Holen Sie gerne auch Feedback zu Ihrem fertigen Fotobuch ein. Deckt sich die Wahrnehmung der Geschichte mit Ihrer Erzählabsicht?

Inhalt

| | |
|---|----|
| Einführung: Das Fotobuch – Archiv, Bühne und Arbeitsmittel ... | 10 |
| Willkommen in Ihrem Workshop! | 11 |
| Ein Fotobuch bleibt | 12 |
| Vom Fotoalbum zum Fotobuch | 13 |
| Gedankliche Schritte auf dem Weg zum Fotobuch | 15 |
| Das Fotobuch als Fotoalbum 2.0? | 22 |
| Jetzt mit Elan loslegen | 22 |

TEIL I VORÜBERLEGUNGEN UND PLANUNG

| | |
|---|----|
| Kapitel 1: Eine Geschichte erzählen | 26 |
| 1.1 Was möchte ich erzählen? | 27 |
| 1.2 Wem möchte ich die Geschichte erzählen? | 32 |
| 1.3 Soll das Buch nur für mich sein? | 33 |
| 1.4 Brauche ich eine Zielgruppe für meine Geschichte? | 36 |
| 1.5 Möchte ich das Buch verkaufen? | 37 |
| 1.6 Welche Art von Fotos? | 39 |
| 1.7 Wie muss ich diese Fotos aufbereiten? | 41 |
| 1.8 Nur Fotos zeigen? | 42 |
| 1.9 Farbe oder Schwarzweiß? | 44 |
| 1.10 Nicht nur Geschichten | 45 |
| 1.11 Fotos können nicht nur Fotobuch | 50 |
| LESSONS LEARNED | 51 |
| Kapitel 2: Die Fotos – unverzichtbarer Stoff | 52 |
| 2.1 Fotos werden interpretiert | 52 |
| 2.2 Erst gedruckt hat das Foto eine Bühne | 57 |
| 2.3 Mit dem Archiv arbeiten | 59 |

| | | |
|--|---|-----|
| 2.4 | Der Umgang mit analogen Fotos | 60 |
| EXKURS | Lars Heidemann zum Hybrid-Workflow | 62 |
| 2.5 | Nur für das Buch erstellte Fotos verwenden? | 66 |
| 2.6 | Altes und Neues zusammen? | 66 |
| 2.7 | Fotografieren Sie für Layoutstrukturen | 67 |
| 2.8 | Untergliedern Sie Ihren Eigenauftrag | 69 |
| 2.9 | Sammel- und Sortierarbeit | 71 |
| LESSONS LEARNED | | 75 |
| Kapitel 3: Produktmerkmale eines Fotobuches | | 76 |
| 3.1 | Text, Farbe und weitere Elemente | 76 |
| 3.2 | Druckformate | 84 |
| 3.3 | Papiere | 89 |
| 3.4 | Bindung und Umschlag | 95 |
| 3.5 | Fotobuchanbieter im Vergleich | 102 |
| LESSONS LEARNED | | 107 |

TEIL II BILDER BEURTEILEN UND AUSWÄHLEN

| | | |
|---|--|-----|
| Kapitel 4: Bilder bewusst beurteilen | | 110 |
| 4.1 | Aspekte der Proportion | 111 |
| 4.2 | Der gerahmte Blick | 111 |
| 4.3 | Die Natur und die Mathematik | 114 |
| 4.4 | Der Modulator | 115 |
| 4.5 | Die Fibonacci-Reihe | 115 |
| 4.6 | Der villardsche Teilungskanon | 117 |
| 4.7 | Der Goldene Schnitt | 117 |
| 4.8 | Das $\sqrt{2}$ -Verhältnis | 118 |
| 4.9 | Die arithmetische und geometrische Reihe | 120 |
| 4.10 | Gestaltung im Kamerasucher | 121 |
| LESSONS LEARNED | | 123 |

| | |
|---|-----|
| Kapitel 5: Elemente guter Bilder | 124 |
| 5.1 Bildgestaltung | 125 |
| 5.2 Bildwirkung | 136 |
| LESSONS LEARNED | 141 |
| | |
| Kapitel 6: Bilder auswählen | 142 |
| 6.1 Was sind gute Bilder? | 142 |
| 6.2 Aufgaben der Bilder | 156 |
| 6.3 Konzeptionelles Bildersammeln | 157 |
| 6.4 Bildbeurteilung nach Aufgabe | 161 |
| 6.5 Layoutgerechte Motive | 162 |
| 6.6 Detailaufnahmen | 164 |
| 6.7 Kleinteiligkeit | 170 |
| 6.8 Bildanordnungen | 171 |
| 6.9 Storytelling – Bildgeschichte | 178 |
| 6.10 Making-of-Fotos | 184 |
| 6.11 Doppelseiten | 189 |
| 6.12 Titelbilder | 193 |
| LESSONS LEARNED | 200 |

TEIL III FOTOBUCHGESTALTUNG

| | |
|--|-----|
| Kapitel 7: Was ist eigentlich ein Layout? | 204 |
| 7.1 Üben Sie mit einem abstrakten Layout | 204 |
| 7.2 Anordnungsprinzipien | 206 |
| 7.3 Ähnliches spannend arrangieren | 206 |
| 7.4 Unterschiedliche Motive im Layout | 207 |
| EXKURS Layout »vermuten« | 215 |
| LESSONS LEARNED | 217 |

| | |
|--|-----|
| Kapitel 8: Format, Satzspiegel und Raster | 218 |
| 8.1 Format | 218 |
| 8.2 Satzspiegel | 227 |
| 8.3 Raster | 233 |
| LESSONS LEARNED | 241 |
| | |
| Kapitel 9: Bilder – Position und Hierarchie | 242 |
| 9.1 Bildposition | 242 |
| 9.2 Bildhierarchie | 257 |
| LESSONS LEARNED | 269 |
| | |
| Kapitel 10: Gewicht, Schwerkraft und Dynamik | 270 |
| 10.1 Gewicht und Schwerkraft von Bildern | 270 |
| 10.2 Dynamik | 280 |
| EXKURS Legeübung mit Porträts | 288 |
| LESSONS LEARNED | 289 |
| | |
| Kapitel 11: Buchumschlag | 290 |
| 11.1 Cover | 290 |
| 11.2 Der Umschlag als Spiegel der Buchthemen | 294 |
| 11.3 Rücktitel | 296 |
| LESSONS LEARNED | 301 |
| | |
| Kapitel 12: Farbe, Schatten und Vignettierung | 302 |
| 12.1 Farbe | 302 |
| EXKURS Farbe für das Auge | 307 |
| 12.2 Schatten | 308 |
| 12.3 Vignettierung | 310 |
| LESSONS LEARNED | 313 |

| | |
|--|-----|
| Kapitel 13: Typografie | 314 |
| 13.1 Schrift verstehen | 314 |
| 13.2 Zwischen den Zeilen | 317 |
| 13.3 So erkennt der Mensch Schrift | 318 |
| 13.4 Schrift im Fotobuch | 324 |
| LESSONS LEARNED | 327 |
| | |
| Kapitel 14: Dramaturgie | 328 |
| 14.1 Einleitung | 329 |
| 14.2 Hauptteil | 333 |
| 14.3 Ausklang | 337 |
| 14.4 Das Fotobuch im Überblick | 338 |
| LESSONS LEARNED | 349 |
| | |
| Kapitel 15: Dienstleister | 350 |
| 15.1 Es beginnt mit Recherchearbeit | 350 |
| 15.2 Discounter | 351 |
| 15.3 Premium | 353 |
| 15.4 Äpfel mit Birnen vergleichen | 355 |
| 15.5 Machen Sie sich frei von der Anbietersoftware | 356 |
| 15.6 Gestaltungsvorlagen der Dienstleister | 357 |
| 15.7 Ein Layout in InDesign anlegen | 359 |
| LESSONS LEARNED | 363 |
| | |
| Kapitel 16: Rückblick und Ausblick | 364 |
| 16.1 Rückblick | 364 |
| 16.2 Ausblick | 376 |
| | |
| Danke | 381 |
| Index | 382 |