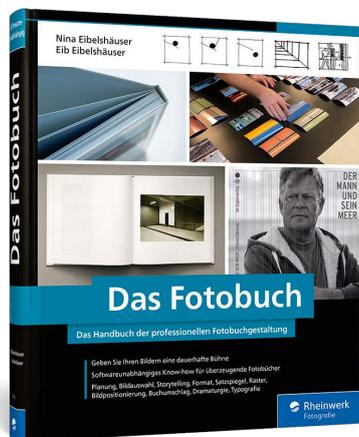


Eib Eibelshäuser, Nina Eibelshäuser

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

KAPITEL 2

DIE FOTOS – UNVERZICHTBARER STOFF

Die allgemeine Annahme lautet, dass ein Foto genau das sagt, was es zeigt, und dass die Fotografin oder der Fotograf mit seinem Foto bestimmt, was gesehen wird. Das ist gelinde gesagt falsch oder wenigstens nur zu einem Bruchteil richtig. Genau genommen macht erst eine Betrachterin oder ein Betrachter das Bild zu ihrem oder seinem »eigenen« Bild, unabhängig davon, was die Absicht bei der Fotografie war. Im Abgleich mit vielen anderen Bildern im Kopf entsteht letztendlich eine subjektive Interpretation des Gesehenen. Wir können uns noch so sehr anstrengen, ein »eindeutiges« Bild zu machen, es wird uns nicht gelingen.

2.1 Fotos werden interpretiert

Wir versuchen nun im Folgenden zu erklären, wie wichtig der kritische Umgang mit Ihren eigenen Fotos ist.

Aspekte der Wahrnehmung

Bevor Sie Ihre Fotos für ein Druckwerk und die damit zusammenhängenden Produktmerkmale zusammenstellen, sollten Sie sich über ein paar Aspekte bezüglich der menschlichen Wahrnehmung im Klaren sein. Die menschliche Wahrnehmung ist ein wichtiges, beim Anfertigen von Bildern oft nicht beachtetes Kriterium. So unterliegt der mit seinen Sinnen zur Wahrnehmung ausgestattete Mensch bis heute bestimmten Erfahrun-

gen, die im Laufe der Evolution über Generationen tief in seinem Unterbewusstsein gespeichert wurden. Einfach erklärt ist das reine Sehen das, was Ihr Objektiv einfängt. Das Wahrnehmen dagegen ist das, was Ihr Gehirn in Verbindung mit Ihrem Referenzrahmen schon bei der Aufnahme aus diesem Foto macht. Folgerichtig heißt das, dass Ihre Kamera lediglich »sehen« kann.

Wer Ihre Bilder betrachtet, nutzt bei der Beurteilung der Aussage als Referenzrahmen immer tief die im Unterbewusstsein eingepprägten, sehr persönlichen Erfah-



⤴ **Abbildung 2.1**

Das ist eine Hütte. Sie können das eindeutig bestimmen, weil Sie genügend Häuser gesehen haben.

rungen. Beim Vergleich dieser persönlichen Referenzen mit Ihren Bildern entstehen dann bei jedem einzelnen Betrachter, bei jeder Betrachterin unterschiedliche Assoziationen. Das heißt im Klartext, die Absicht, die Sie mit Ihrem Foto verfolgen, erschließt sich nicht zwangsläufig oder besser gesagt manchmal mehr, manchmal weniger, manchmal gar nicht. Im Ergebnis hat also jeder einzelne Rezipient, jede Rezipientin Ihrer Bilder eine andere Assoziation im Kopf. Das ist eine Tatsache, mit der alle Bildermacher umgehen und kämpfen müssen. Das macht es in der Folge schwierig bis unmöglich, Fotos mit eindeutiger Aussage zu realisieren, insbesondere, wenn es sich nicht um banale Inhalte handelt.

Nach dem Zweiseitenprinzip einer Medaille hat das aber auch seine gute Seite, nämlich die der persönlichen Interpretation eines Fotos. Das macht unsere Bilderwelt – soweit man sich darauf einlassen möchte – so vielfältig und spannend. Unter Umständen profitieren Sie von dieser Interpretationsvielfalt auch bei Ihrem Buch. Über gute Bilder lässt sich bekanntlich vorzüglich und immer wieder streiten.

Eine grundlegende visuelle Erfahrung ist zum Beispiel die von richtig und falsch. Wir wissen, wie ein Haus aussieht, das haben wir gelernt. Nun vergleichen wir jedes andere Haus unbewusst mit dem in uns gespeicherten Urbild eines Hauses. Das ist ein Prozess. Das Bild des Hauses wird sich im Laufe der Zeit immer weiter verändern, man könnte auch modernisieren sagen. Es kommen ja laufend neue »Hauserfahrungen« hinzu. Wir sehen und erfahren dadurch auch ganz schnell, was eben kein Haus ist, sondern vielleicht eine Hütte. Im Laufe der Zeit fangen wir an, alle unsere »Hauseindrücke« miteinander zu vergleichen, und bauen uns dadurch gewissermaßen eine »Bilddatenbank« im Gedächtnis auf.

Wenn Sie nun ein visuell geprägter Mensch sind, was Fotografinnen und Fotografen meistens sind, füllen Sie diese Datenbank kontinuierlich ein Leben lang auf. Der Nebeneffekt ist dabei eine gewisse Abnutzungserscheinung Ihrer Wahrnehmung. Wenn wir bei dem Beispiel Haus bleiben, hat das eventuell zur Folge, dass Sie irgendwann keine Häuser mehr fotografieren, weil Sie deren überdrüssig sind. Das heißt, Sie haben genügend Hausbilder gespeichert.



⤴ **Abbildung 2.2**

Oben: Das ist ein Haus – auf Basis unserer Erfahrung ist das Bild richtig. Mitte: Ein völlig anderes Haus, aber eben auch ein Haus. Unten: Und noch ein Haus

Oder aber Sie beginnen, die feinen Unterschiede von Häusern herauszuarbeiten. Sie entfernen sich damit schon von der reinen Amateurebene und bewegen sich zur Profiebene. Ihnen gelingt es auf Basis Ihrer jahrelangen »Speichererfahrung«, Bilder von Häusern zu machen, die bis dahin vielleicht so noch nicht gesehen wurden. Sie bedienen also nicht den in der Fotografie so üblichen Recyclingprozess, sondern kreieren eigene Fotos. Das wiederum entwickelt bei Ihnen im Laufe der Zeit dann eine (erkennbare) Handschrift. Über diese eigene Handschrift können Sie sich in Folge wiederum von der Masse abheben. In Anbetracht von Milliarden an Bildern kann das – mit viel Geduld natürlich – ein gangbarer Weg zum fotografischen Erfolg sein.

Aber wieder zurück zum Thema. Eine weitere visuelle Erfahrung ist auch, dass der Horizont immer und ohne Ausnahme waagrecht ist, abgesehen natürlich von der Erdkrümmung, die wir aber von der Erdoberfläche aus nicht sehen können. Auch das ist eine tief eingeprägte Wahrnehmungsgewohnheit und unumstößlich. Dadurch merken wir auch sofort, wenn etwas schief – »nicht im Wasser« – steht. So könnte ich nicht einfach behaupten,



⤴ **Abbildung 2.3**

Beim schrägem Horizont »läuft das Wasser nach rechts aus dem Bild«. Ihr Gehirn aber versucht beim Betrachten des Bildes permanent, den Mast des Seglers als senkrecht wahrzunehmen bzw. den Horizont waagrecht zu sehen.

das aber anders gesehen zu haben oder es gern so zu interpretieren.

Haus und Horizont sind natürlich einfache, bildhafte Beispiele. Sie zeigen aber doch sehr anschaulich, dass der Mensch eben bestimmten Wahrnehmungen unterliegt, die Sie nicht aushebeln können.

Licht von oben

Noch ein physikalisches Phänomen, das unsere Wahrnehmung in elementarer Weise beeinflusst, ist Licht von oben. Hier wird die Erfahrung von richtig und falsch bestätigt. Schon immer, seit sich der Mensch über unseren Planeten bewegt, kommt das natürliche Licht von oben, seit Milliarden von Jahren. Unten ist, wo wir stehen, bedingt durch die Schwerkraft, oben ist, wo das Licht herkommt. Durchschnitten ist unser Bild dann von oben nach unten nur durch den Horizont.

Licht von unten kommt uns falsch, ja unheimlich vor. Demzufolge stellt sich die Frage, inwieweit die tagtägliche Selbstverständlichkeit der Richtung des natürlichen Lichteinfalls und der gezielten künstlichen Beleuchtung von oben die Herstellung und Deutung von Bildern beeinflusst. Wenn wir weiter davon ausgehen, dass der Mensch bestimmte allgemeine biologische Bedürfnisse hat, zum Beispiel das pure Überleben, können



⤴ **Abbildung 2.4**

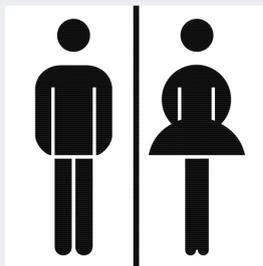
Ein Porträt mit »falschem« Licht, Licht von unten.

wir auch unterstellen, dass er, um diese Bedürfnisse zu erfüllen, zur Orientierung nach *Klarheit* und *Einfachheit* verlangt.

Nehmen Sie als Beispiel die Piktogramme, Bildmarken, die uns den Weg zur Toilette weisen. Da braucht es keine Schnörkel und Verzierungen. In der Gestaltung sind Quadrat, Kreis und Dreieck die perfekten grafischen Urformen. Sie sind klar und einfach, symmetrisch und

PIKTOGRAMME VON OTL AICHER

Otl Aicher (1922–1991) hat Piktogramme der olympischen und allgemeinen Sommer- und Wintersportarten und der Freizeitgestaltungen geschaffen sowie zur Kennzeichnung des öffentlichen und des privaten Publikumsverkehrs. Diese Piktogramme sind sogenannte *syntaktische* – aus gleichen Teilen zusammengesetzte – Piktogramme, wobei Arme, Beine und Kopf aus parallelen Linien bestehen (Punkt-Strich-Motiv), die erstmalig von Otl Aicher entwickelt worden sind. Die Piktogramme sind durch Bewegungsformen gekennzeichnet, die sich auf einem Raster abbilden lassen. Dadurch erhalten Bein- und Armstellungen immer gleichbleibende Winkelmaße.



⤴ **Abbildung 2.5**
Schnell erkennbares
Zeichen für eine wichtige
Erledigung



⤴ **Abbildung 2.6**
Das Gleiche in barrierefrei.

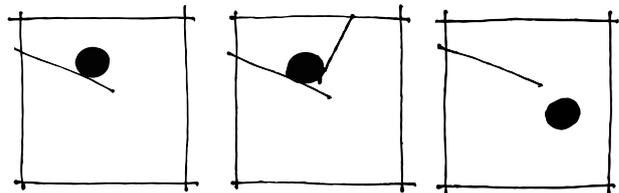
(Die in dieser Ausarbeitung gezeigten Piktogramme von Otl Aicher dürfen weder vervielfältigt noch bearbeitet oder verfremdet werden. Die Wiedergabe in Druckschriften bedarf der Genehmigung seitens der Stiehl/Over/Gehrmann GmbH, Helmholtzstraße 2–9, 10587 Berlin, Deutschland. Inhaber der Urheberrechte ist die ERCO GmbH, Brockhauser Weg 80–82, 58507 Lüdenscheid, Deutschland; <https://www.piktogramm.de/de>)

damit gut »ausbalanciert«. Das Gefühl und der Zustand der Balance ist an die Bedingungen der Gravitation gekoppelt. Denken Sie dabei bitte wieder an das Bild des Seglers in Abbildung 2.3. Das führt uns kausal zur Erfahrung der Schwerkraft.

Schwerkrafterfahrung und Bilddeutung

Die elementare Erfahrung der durch die Gravitation unserer Erde bedingten Ordnung von oben und unten nennen wir die Schwerkrafterfahrung.

Dazu ein paar interessante visuelle Beispiele. Die formale Beschreibung der ersten Skizze in Abbildung 2.7 lautet: Eine nach rechts unten geneigte Linie tangiert eine schwarze Kreisfläche im oberen linken Teil eines durch Striche dargestellten Quadrats. Es stellt sich bei uns schnell der Eindruck einer rollenden Kugel auf schiefer Ebene ein. Formal hingegen gibt es weder für die Tätigkeit »Roller« noch für die Ortsbestimmung »auf einer schiefen Ebene« ein hinreichendes Indiz. Im Übrigen macht nur unsere Vorstellung diesen dicken Punkt zu einer Kugel. Bedingt durch die Schwerkrafterfahrung – die ja ohne Ausnahme in jedem Menschen steckt – können wir jetzt kaum behaupten, die »Kugel« bewege sich eigentlich von rechts nach links.



⤴ **Abbildung 2.7**
Links: Sie sehen fünf Striche und einen dicken Punkt. Doch Sie nehmen eine Kugel wahr, die droht, in einem Raum von einer schiefen Ebene herunterzufallen. Mitte: Sie sehen sechs Striche und einen dicken Punkt. Sie nehmen eine Kugel wahr, die droht, in einem Raum von einer schiefen Ebene herunterzufallen, die aber von etwas daran gehindert wird. Rechts: Sie sehen fünf Striche und einen dicken Punkt. Sie nehmen eine Kugel wahr, die in einem Raum von einer schiefen Ebene heruntergerollt ist und sich im freien Fall befindet.

Bei der zweiten Skizze haben wir den Eindruck, dass die »Kugel« irgendwie aufgehalten wird und sich in Ruhelage befindet. De facto kam hier aber eben nur ein weiterer Strich hinzu, der den Punkt zwar tangiert, aber nicht »hält« im Sinne einer tatsächlichen Situation.

In der dritten Skizze hat die »Kugel« ihre Ruhelage verlassen und »fällt«. Diese Wahrnehmung stellt sich seltsamerweise auch dann ein, wenn Sie das Buch liegend auf einem Tisch betrachten. In diesem Fall »liegt« die Skizze ja flach. Hier »möchte« das Gehirn auch, dass sich die »Kugel« bewegt. Sie merken, wie stark Sie Ihre Wahrnehmung beeinflusst. So ist das auch beim Betrachten von Fotos. Ihre anerzogene Wahrnehmung nimmt auf die Interpretation des Gesehenen sehr starken Einfluss.

Die Skizzenreihe zeigt auch, dass die sinnlich erfahrene Umwelt, hier besonders die Erfahrung der Schwerkraft, Voraussetzung ist für die Entschlüsselung von Bildzeichen. Allerdings wird die Deutung der »fallenden Kugel« durch die Art der Darstellung als Bildfolge von oben nach unten verstärkt, da sich diese Darstellungsweise kinetischen Prozessen nähert. Die drei Skizzen zeigen sozusagen annähernd als »Minifilm« in drei einzelnen Filmbildern die vermeintliche Szene einer über eine Schräge rollenden Kugel, die kurz angehalten wird und sich danach im freien Fall befindet.

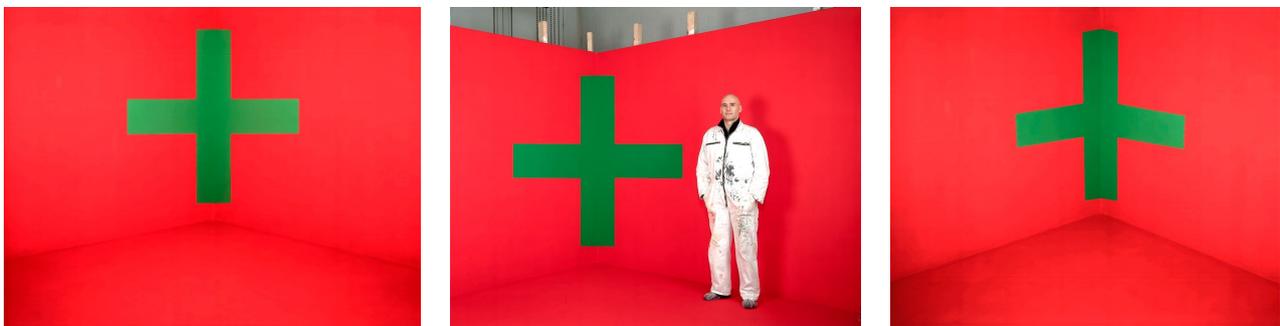
In einem weiteren Beispiel laufen ähnliche Wahrnehmungsprozesse ab wie in dem Beispiel mit der »Kugel«.

Im linken roten Bild in Abbildung 2.8 merkt Ihre Wahrnehmung sofort, dass etwas nicht stimmen kann. Wenn das Kreuz an zwei Wänden in einer Raumecke ist – was an beiden Kantenlinien am Boden zu erkennen ist –, müsste es sich perspektivisch verzogen darstellen. Zumindest müsste die unterste Linie des Kreuzes parallel zur jeweiligen Linie des Fußbodens verlaufen. Wenn Ihnen die beiden seitlich verlaufenden »Arme« des Kreuzes entgegenkämen, müssten sie sich theoretisch zur Mitte des Kreuzes hin verzüngen. Auch haben Sie keine Vorstellung davon, wie groß das Zeichen sein mag. Das ist bei nahezu abstrakten Motiven aber ganz normal.

Erst die Person als Referenz für die Größe – der Mensch, die bekannteste Bezugsgröße – bringt das Kreuz in die richtige Proportion.

Die Lösung des »Rätsels«: Das Kreuz wurde so in den Raum gemalt, dass es nur von einem Kamerastandpunkt aus nicht verzogen dargestellt wird. Sobald die Kamera (Ihr Auge) diesen einen bestimmten Punkt verlässt, verzerrt sich das grüne Kreuz, und Sie können den Trugschluss Ihrer Wahrnehmung entschlüsseln.

Das Wissen um diese Wahrnehmungsaspekte ist hinsichtlich Ihrer Fotos und der Umsetzung einer Geschichte



⤴ **Abbildung 2.8**

Links: Sie sehen in dieser Abbildung ein geometrisch korrektes, grünes Kreuz. Sie können auch eine Raumecke erkennen. Mitte: In dieser Abbildung können Sie nun mithilfe der Größenreferenz »Mensch« auch die Größe des grünen Kreuzes relativ genau bestimmen. Rechts: Bewegt sich die Kamera nach oben, lüftet sich das Rätsel, denn das Kreuz wird nun korrekt verzerrt dargestellt. Die optische Täuschung der anderen Bilder von tieferem Standpunkt aus wird entlarvt.

in einem Fotobuch insofern wichtig, als sie natürlich nicht nur bei Ihnen als »Macher«, sondern auch bei allen »Konsumenten« Ihres Buches mitschwingen. Es kann ja sein, dass Sie unter Vernachlässigen aller Wahrnehmungskriterien eine Geschichte erzählen wollen, und nur wenige können oder niemand kann diese nachvollziehen, weil sie keiner Wahrnehmungsgewohnheit entspricht. Wenn Sie nun aber einigermaßen wissen, wie der Mensch und seine Wahrnehmung »ticken«, können Sie versuchen, Ihre Fotos entsprechend anzufertigen, wegzulassen oder durch abgewandelte zu ersetzen.

Lassen Sie uns diese Erkenntnisse bis hierhin einmal stehen. Im Laufe des Buches werden wir immer wieder auf die Aspekte der Wahrnehmung zurückkommen. Im Folgenden wollen wir die Theorie jetzt erst einmal verlassen und uns um ganz praktische Dinge kümmern.

2.2 Erst gedruckt hat das Foto eine Bühne

Ihr Fotobuch steht und fällt mit Ihren Fotos! Ungeachtet weiterer Kriterien können Sie zunächst grob drei Vorgehensweisen ausmachen: Entweder Sie arbeiten mit in Ihrem Archiv vorhandenen Fotos oder mit speziell für das

Buchthema zu realisierenden Fotos. Möglich ist natürlich auch eine Kombination aus beiden Vorgehensweisen, was aber die Auswahl nicht vereinfacht und möglicherweise zu einer weniger guten Lösung führt.

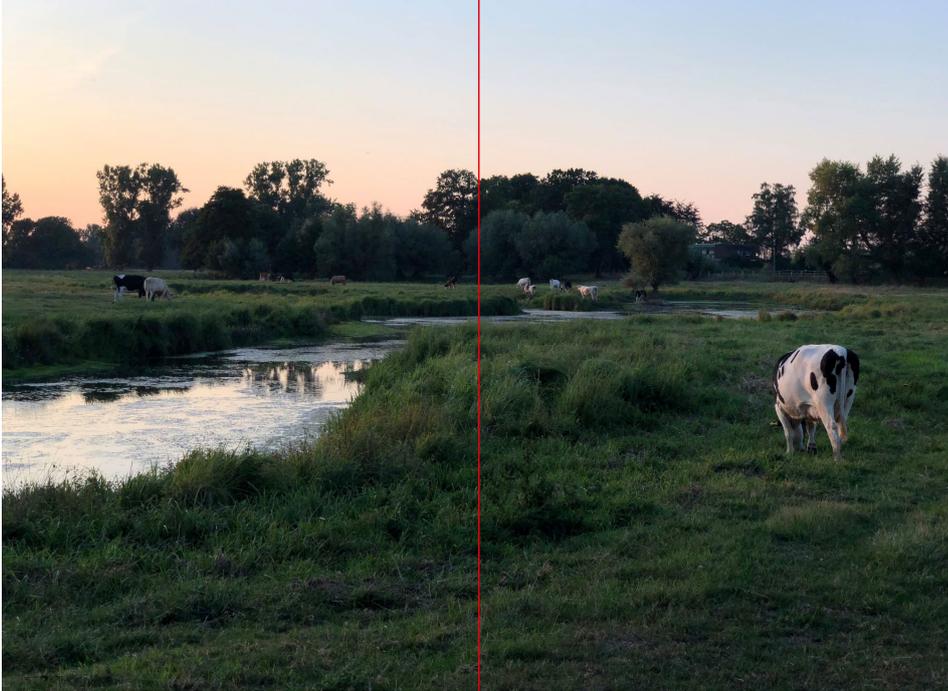
Pauschal können wir das selbstverständlich nicht sagen, es hängt von Ihrem Vorhaben ab. Und man würde natürlich nie die vielen Archivfotos außer Acht lassen. Manchmal jedoch spürt man, wenn man ein Fotobuch betrachtet, ohne dass man erklären könnte, warum, dass Fotos nicht aus »einem Guss« oder mit einem ähnlichen Blick bezogen auf die Buchidee entstanden sind. Oder man merkt, dass das eine oder andere Bild »alt« wirkt, weil es eben doch schon vor vielen Jahren entstanden ist und dem Bild damals ein anderer Kontext zugrunde lag. Außerdem müssen Sie unter Umständen davon ausgehen, dass Sie Ihre Archivfotos vermutlich nicht nach den Kriterien eines Layouts gemacht haben. Insofern passen diese nicht unbedingt zu den »neuen« Fotos, bei deren Erstellung Sie schon ein Buchformat mit einem Layout im Kopf haben.

Fotos altern eben nicht nur technisch, sondern auch inhaltlich. Denken Sie nur an die Mode, die sich quasi alle halbe Jahr erneuert, an Autos, die alle paar Jahre wieder anders aussehen. Abgesehen von Geschichten, die Zeitgeschehen visualisieren und in Serie einen Ablauf vielleicht sogar über Jahre zeigen wollen, ist die Verwendung von »alten« Fotos nicht leicht. Noch dazu, wenn Ihr Archiv zum Teil aus alten Negativen oder Dias besteht. Aber dazu später in diesem Kapitel mehr.



« Abbildung 2.9

Ein Environmental Portrait als Buchtitel, das einen engagierten Umweltfotografen in einer bedrohten Natur zeigt. Die roten Linien zeigen das mögliche Endformat.



« **Abbildung 2.10**

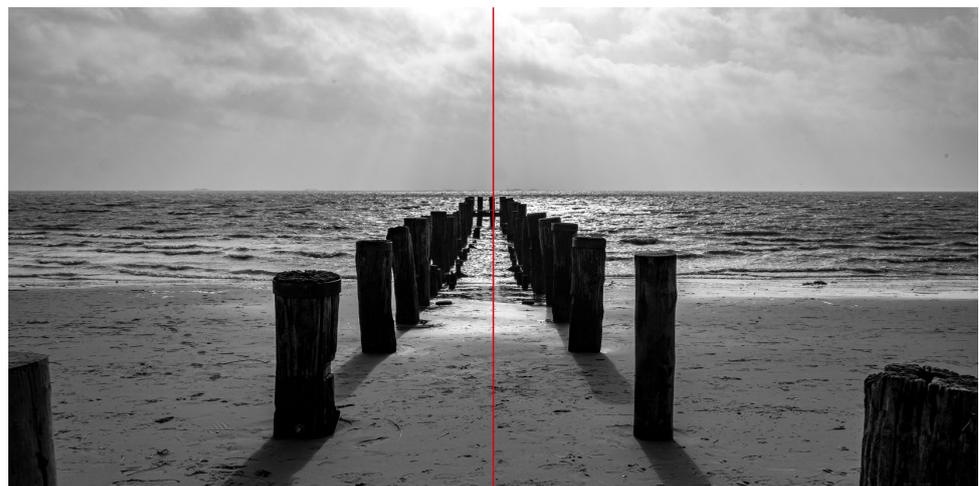
Ein Motiv, das über eine bestimmte Landschaft berichtet. Die rote Linie markiert den Falz.

Das wichtigste, zu berücksichtigende Element eines Buchlayouts ist und bleibt der Falz. Das heißt, Sie brauchen gedanklich einen dicken Strich in der Mitte Ihres Querformats. Nun gibt es Bücher, insbesondere die mit sogenanntem *Originalfotopapier*, bei denen der Falz durch entsprechende Bindung kaum auffällt – vorhanden ist er aber dennoch. Oder Sie wissen schon vorher sehr genau, ob Sie das Motiv überhaupt als Doppelseite einsetzen möchten oder nicht, und umgehen damit das Problem. Wir denken allerdings, das ist in den seltensten Fällen der Fall.

Beim konkreten Realisieren einer Doppelseite mit einem Bild müssen Sie auch berücksichtigen, auf welcher Seite der Ihrer Meinung nach bildwichtige Teil zu finden sein soll, auf der späteren linken oder rechten Buchseite. Man geht im Allgemeinen davon aus, dass das Auge des Betrachters zwar auf der linken Seite in die Doppelseite einsteigt, jedoch auf der rechten Seite insgesamt länger verweilt. Nur wäre es ja aber eintönig, wenn alle Doppelseiten ihren wichtigen Inhalt immer auf der rechten Seite zeigen würden. Hier müssen Sie im Laufe der Zeit und durch vielfaches Hin- und Herblättern während der

» **Abbildung 2.11**

Ein gutes Motiv für eine Doppelseite in einem quadratischen Buch. Die rote Linie markiert den Falz, der hier wunderbar durch die Mitte des Bildes laufen kann. Der symmetrische Inhalt wirkt dann sogar gespiegelt.



Entstehungsphase Ihres Buches herausfinden, wie die Doppelseiten untereinander harmonieren, ohne dass eine Eintönigkeit entsteht. Gegen die Gefahr der Eintönigkeit spricht aber sicher der Umstand, dass Sie schon seit Langem einem oder mehreren Lieblingsthemen »hinterherfotografieren«. Damit können Sie durchaus, einem Buchkonzept folgend, das eine oder andere Leitmotiv gezielt realisieren und die Spannung beim Blättern des Buches aufrechterhalten. Einfach durch tolle Bilder.

2.3 Mit dem Archiv arbeiten

Selbstverständlich können Sie vorhandene Fotos aus Ihrem Archiv verwenden. Aber wie schon erwähnt, sollte nicht das Vorzeigenwollen verschiedener Aufnahmen der Hauptgrund für ein Fotobuch sein. Zur Erinnerung: Ihr Buch sollte ein Anliegen haben und einer (persönlichen) Geschichte folgen. Darum sollten Sie genau auf Ihre vorhandenen Fotos schauen, ob diese Ihre Geschichte unterstützen, bestenfalls voranbringen.

Wir nehmen jetzt einmal an, dass Sie sich schon lange mit Fotografie beschäftigen und vielleicht auch schon ein Buch gefüllt haben. In der Regel folgt man mit der eigenen fotografischen Arbeit immer auch inneren Themen, einfach aus einem Faible heraus. Insofern gehen wir jetzt weiter davon aus, dass Sie ein gepflegtes Archiv führen und die Fotos nach Themen und Schlagwörtern ablegen.

Oft ist auch schon das bloße Durchsehen des eigenen Archivs die Initialzündung für die Gestaltung eines Fotobuches. Aber auch hier wenden Sie bitte konsequent das Kanaldeckelprinzip an. Mit dem Eigenauftrag einer bestimmten Geschichte im Kopf gehen Sie Ihr Archiv gezielter durch. Sie werden sehen, dass Ihnen dann auch die Bilder zu Ihrer Geschichte begegnen werden.

Es gibt natürlich auch Aufnahmen, die ein wenig »links oder rechts« Ihres Erzählstranges liegen. Das wären dann Dateien, die keine drei, sondern ein oder zwei Ausrufezeichen bzw. entsprechende römische Ziffern bekommen. Erinnern Sie sich an Seite 41. Wenn Ihr Auswahlprozess gut vorangeschritten ist, überlegen Sie, ob Sie wichtige Schlüsselszenen eventuell neu fotografieren, um die bildlichen Aussagen zu verstärken.

EIN ARCHIV PFLEGEN

Für die Pflege Ihres Archivs sollten Sie ein paar einfache Regeln beherzigen:

Verwenden Sie bei Nomen konsequent nur den Singular. Die Suche nach »Pferd« sollte dann allen Bildern mit Pferden zugeordnet werden, egal, ob nur eines oder eine ganze Herde darauf zu sehen ist.

Notieren Sie sich dann eine Liste mit zunächst drei Ebenen, in denen die Begriffe stehen, die Sie für die Verschlagwortung Ihrer Bilder benötigen:

1. Beginnen Sie erst einmal mit Oberbegriffen wie Urlaub, Reise, Feier, Stadt, Landschaft. Versuchen Sie, diese Oberbegriffe sehr reduziert und plakativ zu vergeben.
2. Zeitangaben wie Winter, Sommer, Tag oder Nacht können hilfreiche Schlagwörter der zweiten Ebene sein, auch wenn diese natürlich mit Tag und Uhrzeit in den Exif-Daten vorhanden sind.

3. Begeben Sie sich dann in die dritte Ebene, die Detailebene. Hier könnten Begriffe wie Griechenland, Strand, Meer, Flugzeug, Geburtstag, Berlin, Pflanzen, Wald, Baum, Schnee oder Regen auftauchen.

Schaffen Sie so eine gedankliche Hierarchie. Die Begriffe der ersten Ebene sind die, an die Sie sich am besten erinnern, die am zugänglichsten sind.

Sie können aber auch eine Ebenenstruktur entwickeln, die als Erstes den Bildinhalt in Schlagwörter fasst, dann den Ort und in der dritten Ebene die Begebenheit.

Was auch immer für Sie passt: Im Laufe der Jahre bildet sich so ein großer, aber hoffentlich gut verschlagworteter Fundus an Fotos, die Sie dann aus einzelnen Kategorien heraus problemlos finden und verwenden können. Letztendlich müssen Sie Ihre Verschlagwortung so anlegen, wie Sie das bisher vielleicht nur in Gedanken gemacht haben.

2.4 Der Umgang mit analogen Fotos

Die älteren Jahrgänge unter den Fotografierenden oder eingefleischte Analog-Enthusiasten werden sich die Frage stellen müssen, was mache ich denn, wenn ein Teil meiner Arbeiten in Form von Dias oder Negativen vorliegt? Das ist bestimmt keine seltene Situation, und es ist durchaus eine Überlegung wert, diese Bilder zu verwenden. Sie kommen – je nach Menge der zu digitalisierenden Medien – nicht ohne einen Scanner aus. Oder Sie greifen auf einen Dienstleister zurück, der Ihnen die Scanarbeit in professioneller Weise abnimmt. Wir empfehlen Ihnen aber, den Bestand vorab durchzusehen und nur die Aufnahmen scannen zu lassen, von denen Sie wissen, dass diese auch tatsächlich ins Buch kommen. Ansonsten versinken Sie in einem technischen Prozess, der Sie stark in Anspruch nimmt, unter Umständen eine Menge Geld kostet, der aber nicht unbedingt zu einem guten Buch führt. Es wäre doch schade, wenn es von den gescannten Motiven nach großem Aufwand doch nur einige wenige ins Buch schafften, weil sie letztendlich nicht passen.



⤴ **Abbildung 2.12**

Zu sehen ist hier ein gescanntes Kleinbilddia aus dem Jahr 2006. Im Himmelsblau deutet sich eine Körnigkeit an.

Eines sollten Sie schon im Vorfeld bedenken: Gescannte Dias oder Negative wirken immer etwas anders als rein digital aufgenommene Fotos. Beim Scannen werden auch der Schichtträger und die Emulsion abgetastet. Je nachdem, wie Sie die Voreinstellungen des Scanners wählen, tritt die Körnigkeit der lichtempfindlichen Schicht mehr oder weniger deutlich hervor. Es entsteht so eine Art Diffusität und Körnigkeit.

Bei einem digital aufgenommenen Foto – noch dazu im Raw-Format – fällt der Scanprozess weg. Auch mit minimaler Bearbeitung erscheint das Bild klarer, strukturierter und schärfer. Ein digitales Bild in den Look eines analogen zu bringen, ist mit den heutigen digitalen Werkzeugen kein Problem. Das umgekehrt machen zu wollen, erfordert deutlich mehr Zeit und Können.

Der Arbeitsaufwand liegt weniger im Scanvorgang als vielmehr im anschließenden »Putzen«. Setzen Sie während des Scanvorgangs Filter wie *Staub und Kratzer entfernen* ein, reduziert dies immer ein wenig Schärfe und Brillanz. Wenn Sie nun jeden einzelnen Scan digital ausflecken müssen, sitzen Sie etliche Tage an dieser Ar-

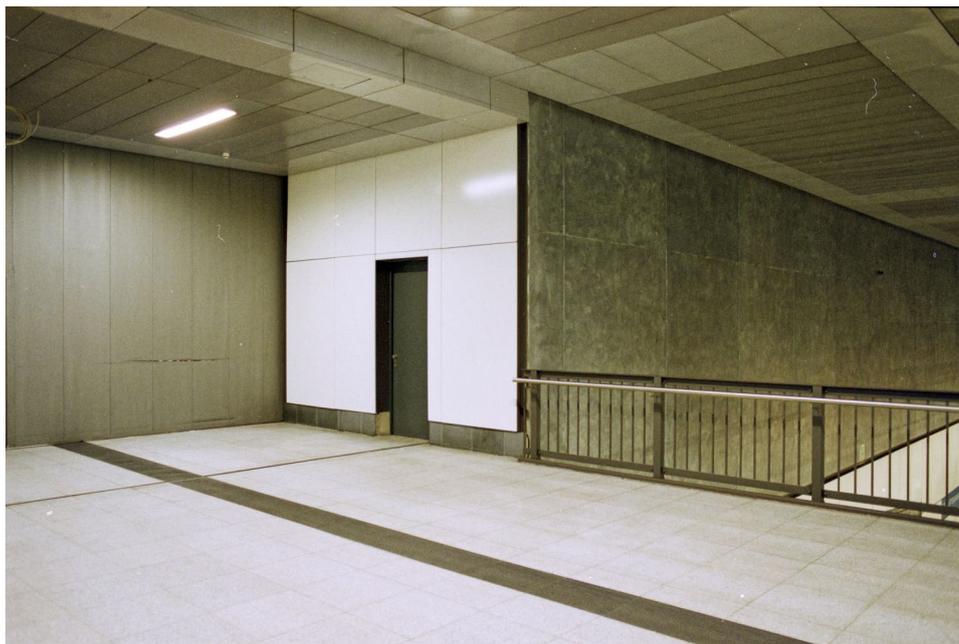


⤴ **Abbildung 2.13**

Hier sehen Sie eine digitale Aufnahme aus dem Jahr 2017. Der Himmel wirkt deutlich homogener.

» **Abbildung 2.14**

Der noch unbearbeitete Scan zeigt eine Menge Fusseln. (Foto: Lars Heidemann)



beit. (Ein paar Tricks lesen Sie dazu im Exkurs von Lars Heidemann ab der nächsten Seite.) Selber zu scannen lohnt sich in der Regel nur, wenn Sie über hochwertige Soft- und Hardware und das entsprechende Know-how verfügen.

Auch der unvermeidliche Vergrößerungsfaktor drückt unter Umständen schwer auf die Qualität. Angenommen, Sie haben ein Buch, das aufgeschlagen eine Breite von 40 cm aufweist. Grundvoraussetzung für eine ordentliche Abbildung ist mithin eine Auflösung von 254 dpi. Jetzt haben Sie eine fantastische Landschaftsaufnahme in einem Kleinbildformat von 36 × 24 mm und wollen diese als doppelseitiges Querformat abbilden. Damit das gelingt, landen Sie bei einem Vergrößerungsfaktor von über 1 000 %! Jede noch so kleine Verunreinigung wird damit ebenfalls um diesen Faktor vergrößert!

Den Zeitfaktor, den Sie bei hochauflösenden Scans benötigen, ist nicht zu unterschätzen. Je höher die benötigte oder gewünschte Auflösung, desto länger dauert der Scan an sich. Hinzu kommen die Vorbereitungen der Dias oder Negative. Diese sollten natürlich schon vor dem Scan weitestgehend staubfrei sein. Mechanisch – mit einem Tuch oder einem Pinsel – ist dies nicht so einfach

zu bewerkstelligen, weil sich der Kunststoff als Schichtträger bei Reibung gerne statisch auflädt und damit den Staub anzieht. Besser ist es, Sie verwenden etwas Druckluft oder einen kleinen Staubsauger. Dessen Spitze sollte mit einem dünnen Strohhalm stark verkleinert werden, wobei Sie am besten mit geringster Saugstärke arbeiten sollten. So können Sie mit etwas Übung – bitte absolut kontaktfrei – den Staub entfernen und pusten ihn nicht auf Ihre anderen Originale.

Auch Ihren Leuchtkasten und Ihre Lupe sollten Sie so vorbereiten. Da das Kleinbildmaterial nun einmal klein ist, kommen Sie nicht ohne Vergrößerung durch eine Lupe aus. Das erhöht allerdings das Verschleppen von Staub wieder enorm. Das Einlegen in die Maske des Scanners kann weitere Verunreinigungen nach sich ziehen. Fusseln, die sich nicht entfernen lassen wollen, können während des Entwicklungsprozesses oder während der langjährigen Lagerung in die Emulsion eingedrungen sein. Diese lassen sich wieder anfeuchten und mit einer Reinigungsflüssigkeit entfernen. Das ist aber eine Wissenschaft für sich und wir meinen, das sollten Sie einem professionellen Dienstleister überlassen. Die kennen die Herausforderung.

LARS HEIDEMANN ZUM HYBRID-WORKFLOW

Grundsätzlich gibt es drei Arten analoger »Negative«: das Schwarzweißnegativ, das Farbnegativ und das Diapositiv. Alle drei Filmtypen gibt es in zahlreichen Formaten für die unterschiedlichsten Kameras und Anwendungsbereiche. Alle diese analogen Filme lassen sich mithilfe moderner Scanner hochauflösend digitalisieren. Dabei ist es erstaunlich, wie viel Bildinformation in diesen »altmodischen« Bildträgern steckt. Besonders die größeren Filmformate besitzen eine Auflösung, die nur teure digitale Mittelformatkameras erreichen können.

Für die Digitalisierung benötigen Sie ein möglichst gutes Negativ oder Diapositiv, das bedeutet, es muss möglichst optimal belichtet und entwickelt sein und sollte wenig Staubauflage und Kratzer haben.

Scanner für das Digitalisieren von analogem Filmmaterial können in die drei folgenden Typen unterschieden werden.

Flachbettscanner mit Durchlichteinheit | Flachbettscanner können alle gängigen Filmformate scannen. Dies ist dann von Vorteil, wenn Sie mit verschiedenen Filmformaten arbeiten. Auch für Dokumente oder Scans von Fotoabzügen sind diese Scanner einsetzbar.

Allerdings sind Flachbettscanner speziellen Filmscannern in puncto Schärfe und Detailgenauigkeit eindeutig unterlegen. Das macht sich vor allem bei 35-mm-Film bemerkbar. Mittel- und Großformatnegative müssen nicht so stark vergrößert werden und verzeihen die Schwäche eher. Im Vergleich zu speziellen Filmscannern sind Flachbettscanner auch relativ langsam. Je höher die Auflösung, desto länger läuft der Scan. Haben Sie viel zu scannen, ist Geduld gefragt.

Tipp: Alte Schwarzweißbilder, von denen man keine Negative mehr hat, lassen sich meist noch sehr gut

einscannen und sogar etwas vergrößern. Farbabzüge und Drucke sind aufgrund des oft vorhandenen Druckrasters schwieriger zu scannen.

Kleinbild- und Mittelformatfilmscanner | Diese Scanner sind speziell für das Scannen von Kleinbild- bzw. Mittelformatfilmen entwickelt worden und von der erreichbaren Bildqualität her sehr gut. Sie können damit fast alles an Bildinformationen aus den Negativen oder Dias herausholen. Diese Scanner arbeiten meist mit LED-Lampen, benötigen daher keine Aufwärmzeit und sind schneller einsatzbereit. Wer regelmäßig und viel scannt oder große Abzüge von den Bildern benötigt, für den lohnt sich diese Anschaffung.

Trommelscanner | Die Königsklasse unter den Filmscannern sind Trommelscanner; in einem recht aufwendigen Prozess werden die Negative oder Dias einzeln mit einer speziellen Flüssigkeit und Tape auf eine Kunststofftrommel montiert und drehend gescannt. Hiermit holt man das Maximum aus den Negativen oder Dias heraus. Aufgrund der Größe der Geräte und des sehr hohen Anschaffungspreises sind Trommelscanner eigentlich nicht attraktiv für den Gelegenheitsnutzer und fast ausschließlich für den Profibereich gedacht.

Eine digitale Reproduktion anfertigen | Als vierte Art des »Scannens« gibt es noch das Digitalisieren mithilfe eines Leuchtpultes, eines Filmhalters und einer Digitalkamera mit Makroobjektiv. Dafür gibt es auch ganz praktikable Lösungen auf dem Markt. Viele Nutzer bauen sich aber mit etwas Geschick und den meist bereits vorhandenen Komponenten eine solche Vorrichtung selbst. Hierbei ist besonders wichtig, dass die Lichtquelle das Bild

gleichmäßig ausleuchtet und das Negativ oder Dia völlig plan im Träger liegt. Mit dem Makroobjektiv ist dann ein randfreies Abfotografieren möglich. Die Auflösung des »Scans« ist die der jeweiligen Kamera, die dafür genutzt wird. Der klare Vorteil dieser Technik liegt in der Geschwindigkeit, da nur eine kurze Auslösung der Kamera ausreicht, um das Bild zu »scannen«. Diese Technik ist besonders für das Digitalisieren von Kleinbildnegativen und Dias geeignet.

Die Scansoftware und die richtigen Einstellungen |

Die meisten Scanner kommen mit einer einfachen Software, mit der man zunächst auch scannen kann. Die volle Kontrolle über das Scanergebnis hat man aber erst mit einer speziellen, in der Regel kostenpflichtigen professionellen Scansoftware, wie zum Beispiel Silverfast oder Vuescan. Hiermit lassen sich bereits im Vorfeld Parameter wie Helligkeit, Kontrast und die Tonwertkurve sowie bei Farbbildern der Weißabgleich, die Farbbalance, Dateiformate usw. sehr präzise einstellen. Außerdem bieten die Softwares oft eine Vielzahl an Presets für verschiedene Filmtypen und -hersteller an. Das ist auch sinnvoll, da jeder Film einen eigenen Look hat und sich beim Scannen anders verhält. Die Presets bieten eine gute Basis, und man muss meist nur noch ein wenig nachjustieren.

Tipp: Gute Vorbereitung ist alles. Mit einer guten, möglichst staubarmen Vorlage und präzisen Voreinstellungen ersparen Sie sich viel Arbeit im Nachhinein. Arbeiten Sie hauptsächlich mit einem bestimmten Film, können Sie viele der Einstellungen beibehalten und müssen nicht bei jedem Bild von vorn anfangen. Die Auflösung des Scans sollte immer mindestens so hoch sein, wie die Maße des finalen Prints bei einer Druckauflösung von 300 dpi. Wissen Sie noch nicht genau, wie groß dieser sein wird, sollten Sie lieber etwas größer scannen. Je stärker die Vorlage vergrößert werden soll, desto höher müssen Sie die Auflösung (dpi) in der Software einstellen.

Dafür ein Beispiel: Ein Kleinbildnegativ hat eine Größe von 24 × 36 mm. Scannen Sie es mit 300 dpi, können Sie es ohne Verlust auch nur in einer Größe von 24 × 36 mm (bei 300 dpi Druckauflösung) drucken. Scannen Sie das gleiche Negativ mit 6 000 dpi, können Sie das Bild ver-



⤴ Abbildung 2.15

Lars Heidemann im Porträt mit seiner analogen Mittelformat-Hasselblad. Fotografiert mit der digitalen Mittelformatkamera PhaseOne IQ3 mit 100 MP Bildgröße. Das im Raw-Converter Capture One entwickelte Bild hat im Anschluss einen Datenumfang von knapp 600 MB (!) und lässt sich bei 300 dpi Auflösung maximal ca. 90 × 74 cm groß drucken. Diesen Speicherplatz und diese Rechenpower müssen Sie aber auch erst einmal haben.

lustfrei 48 × 72 cm groß drucken. Als Hilfestellung zeigt die Software in der Regel auch die Ausgabegröße in Pixeln bzw. Zentimetern bei 300 dpi an.

Tipp: Mit einer großen Datei halten Sie sich alle Optionen für später offen – ob Sie ein Bild für Instagram benötigen oder einen großen Galerieprint anfertigen lassen wollen, alles ist damit möglich.

Richtwerte, die ich für meine Arbeit mit Negativen anwende: Kleinbild mit höchstmöglicher Auflösung von 7 200 dpi, Mittelformat mit ca. 4 000 dpi und 4 × 5 inch mit 2 200 dpi. Damit habe ich jeweils Dateien mit ca. 10 000 Pixeln Seitenlänge und kann damit eigentlich alles machen.

Beim Scannen ist es empfehlenswert, möglichst keine extremen Tonwerte zu beschneiden; das bedeutet, es sollen alle Informationen in den Schatten sowie in den Lichtern erhalten bleiben. Demzufolge scannt man zunächst relativ »flach«, also eher kontrastarm. Erst in der Nachbearbeitung hebt man den Kontrast wieder nach den eigenen Vorlieben an.

Bei Farbbildern muss ein Weißabgleich gemacht werden. Hier hilft meist die Automatik und gibt einen ersten Anhaltspunkt. Eventuell müssen noch kleine Anpassungen am Gelb-Blau- bzw. Magenta-Grün-Regler vorgenommen werden. Professionelle Scansoftware bietet meist auch die Möglichkeit, durch einen Klick in einen neutralen Bildbereich (mit einer der Farben Weiß, Grau oder Schwarz) den Weißabgleich vorzunehmen.

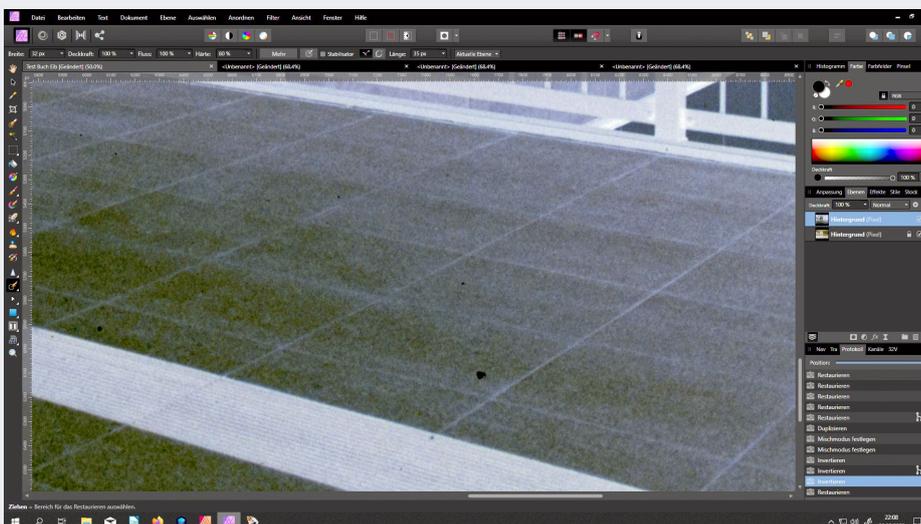
Die orangefarbene Maske des Farbnegativfilms wird durch die Software automatisch herausgerechnet, wenn man die Option *Farbnegativfilm* auswählt. Entsprechend sollte für jeden Filmtyp vor dem Scannen die jeweilige Option ausgewählt werden (*Schwarzweißnegativ*, *Farbnegativ* oder *Diapositiv • Durchlicht (nicht Aufsicht)*, falls es diese Optionen ebenfalls gibt). Als Ausgabeformat sind TIFF oder DNG und als Farbraum Adobe RGB zu bevorzugen, um alle Möglichkeiten der Nachbearbeitung und den größtmöglichen Farbumfang ausschöpfen zu können. Als Ergebnis haben Sie dann ein digitales Negativ, das vergleichbar ist mit einem digitalen Raw-Bild. Bei Bedarf können Sie es später immer in eine JPEG-Datei konvertieren und verkleinern.

Die Nachbearbeitung | Leider sind die digitalisierten Negative oder Dias trotz guter Vorarbeit in der Scansoftware noch nicht perfekt. Aber mit ein wenig Gespür für Helligkeit, Kontrast und Farbbalance sowie etwas Geduld

beim Entfernen von Staub ist innerhalb weniger Minuten eine druckfertige Datei erstellt. Für die Nachbearbeitung digitalisierter Negative oder Dias eignen sich am besten Programme wie Adobe Photoshop, Affinity Photo oder Ähnliches mit geeigneten Werkzeugen für die Staubentfernung und Ebenen für gezielte Anpassungen in bestimmten Bildbereichen. Adobe Lightroom oder ähnliche Programme gehen auch, sind aber vor allem für die Staubentfernung eher nachteilig bzw. umständlich.

Im Grunde werden in der Nachbearbeitung Helligkeit, Kontrast und Farbe im Bild feinjustiert. Auch hier sollten Sie darauf achten, dass keine Lichter »ausreißen« bzw. Schatten »zulaufen«, sodass in allen Bildbereichen möglichst noch Zeichnung zu erkennen ist. Fortgeschrittene können mithilfe von Ebenen die verschiedenen Anpassungen in ausgewählten Bildbereichen vornehmen (zum Beispiel bei Kontrast oder Helligkeit).

Die Hauptunterschiede zur Bilddatei aus der Digitalkamera sind Staub und eventuelle Kratzer, die vor allem auf alten Negativen zu finden sein können, aber auch bei frisch entwickelten Negativen nicht zu verhindern sind! Für die Staub- und Kratzerentfernung gibt es bei einigen Scannern zwar eine Infrarotfunktion (zum Beispiel ICE-Technologie bei Epson-Geräten oder FARE Level 3, die integrierte Canon-Technologie zur automatischen Staub- und Kratzerentfernung), die diese erkennt und wegrechnet. Das funktioniert aber nur mit Farbnegativen,



« **Abbildung 2.16**
Der Staubfleck ist im invertierten (negativen) Bild besser zu erkennen. (Foto: Lars Heidemann)



⤴ **Abbildung 2.17**

Das fertig retuschierte Bild im Fotobuch (Foto: Lars Heidemann)

nicht mit Schwarzweißnegativen. Dafür gibt es zwar auch Filter in der Nachbearbeitungssoftware wie Photoshop, allerdings rechnet die Funktion das gesamte Bild sehr weich und lässt Details verschwinden, die zum Bild gehören. Das heißt, hier muss in jedem Fall manuell Hand angelegt werden. Daher entfernen Sie Staub und Kratzer in der 100%-Ansicht mit dem Bereichsreparatur-Werkzeug (Photoshop) oder dem Restaurieren-Werkzeug (Affinity Photo). Die Pinselstärke sollte dabei etwas größer als der Staub sein. Gibt es viel Staub zu entfernen oder digitalisieren Sie häufig Negative oder Dias, ist ein Grafiktablett mit einem Stift sehr hilfreich, das entlastet die Hand. Auch beim partiellen Abwedeln oder Nachbelichten haben Sie mit dem druckempfindlichen Stift deutlich mehr Kontrolle.

Der Kopierstempel funktioniert für das Staubentfernen natürlich auch. Allerdings müssen Sie dann stets auf die Quelle achten und diese gegebenenfalls anpassen. Das Bereichsreparatur-Werkzeug ist deutlich schneller.

Tipp: Am besten ist es, das gesamte Bild in »Bahnen« nach Staub und Kratzern abzusuchen, sodass Sie keinen Bereich vergessen. Nichts ist ärgerlicher, als einen

großen, teuren Print frisch vom Drucker zu bekommen, übersät mit Staubflecken und Kratzern, die man vorher nicht entdeckt hat. Staub sieht im Schwarzweiß- oder Farbnegativ immer (rein-)weiß aus, im Dia demzufolge schwarz. In sehr hellen bzw. sehr dunklen Bildbereichen ist der Staub manchmal sehr schwer zu erkennen. Da hilft es oft, die Bearbeitungsebene zu invertieren. Das entlastet gerade in den hellen Bereichen die Augen.

Wenn Ihnen also das Reinigen als zu heikel erscheint und Sie weder über die entsprechende Hard- und Software noch über die Kenntnisse verfügen, so kommt unter Umständen ein Dienstleister in Betracht. Vorausgesetzt, Ihr Wohnort ist nicht allzu weit von einem solchen entfernt. Liegt zwischen Ihrem Scanstudio und Ihnen ein Postweg, so bedenken Sie bitte das Versandrisiko. Sie würden ja ungern Ihre wertvollen Originale verlieren.

Angenommen, Sie haben einen Dienstleister in Ihrer Nähe, so können Sie zwischen unterschiedlichen Preis- und Leistungsstufen auswählen. Die Faustregel lautet hierbei, je höher aufgelöst, desto teurer. So liegt derzeit der Preis pro Scan eines gerahmten Kleinbilddias in 4 000 dpi – ca. 5 600 × 3 700 Pixel und etwa 20 MP – als JPEG oder TIFF bei ca. 0,20 €. Für einen ungerahmten Streifen bezahlt man pro Scan in 4 000 dpi ca. 0,40 €. In der Regel ist im Preis die Staub- und Kratzerentfernung schon enthalten.

NÜTZLICHES ZUBEHÖR FÜR DAS DIGITALISIEREN VON NEGATIVEN

- Negativhüllen aus Pergamin oder vorzugsweise aus Klarsicht-Polypropylen für die Archivierung
- Baumwollhandschuhe oder Antistatik-Handschuhe zur Vermeidung von Fingerabdrücken auf den Negativen
- Blasebalg für die Staubentfernung. Achtung: Druckluftflaschen können Flüssiggas auf die Negative sprühen und sind mit Vorsicht zu genießen. Besser und umweltfreundlicher ist der gute alte Blasebalg, der ohnehin in jede Kameratasche gehört.
- kalibrierter Monitor

2.5 Nur für das Buch erstellte Fotos verwenden?

Der Hybrid-Workflow ist kein Kinderspiel. Warum sollten Sie sich also mit den alten, analogen Fotos plagen? Wer lange fotografiert, hat einiges zusammengetragen. Der einzige Grund, sich nicht am Archiv zu bedienen, wäre, dass die alten Aufnahmen technisch oder inhaltlich nicht mit den neuen mithalten können. Relevant wird die in der Überschrift gestellte Frage allerdings in dem Fall, in dem Sie ganz aktuell zu einem zeitgemäßen Thema ein Buch machen wollen. Dann liegt es schon in der Natur der Dinge, dass Sie aktuelle Fotos einsetzen.

Spätestens nach der Lektüre dieses Buches sollten Sie zukünftig immer ein Layout mit sich »herumtragen«, um es später immer zu ermöglichen, ein entsprechendes Fotobuch machen zu können. Das erhöht die Chance, mehr Fotos aus Ihrem Archiv verwenden zu können, deutlich.

Speziell für ein Buch erstellte Fotos kommen wohl eher bei gewerblicher Anwendung des Buches in Betracht, also wenn Sie ein spezielles Projekt oder einen bestimmten Anlass in Buchform bringen wollen. Hierbei hilft ein vorher angefertigtes Storyboard enorm (siehe Abschnitt 2.8). Und wenn Sie sich darin nur notieren, welche Szenen Sie für das Buch auf jeden Fall brauchen.

» Abbildung 2.18

Ein herkömmliches Kleinbildfilm im Vergleich mit einem 8×10-inch-Großbildfilm mit offensichtlich deutlich mehr »Speicherfläche«

2.6 Altes und Neues zusammen?

Natürlich! Wir würden Ihnen empfehlen, Ihre Archivbilder – entweder digital oder gescannt – einfach mal den neu digital fotografierten Fotos gegenüberzustellen. Wenn der erste Eindruck nicht zu sehr auseinandergeht, dann können Sie beruhigt alle Fotos zusammen für Ihre Geschichte einsetzen. Letztendlich ist die Verwendung von alten, vielleicht sogar noch analogen und neuen, digitalen Bildern auch davon abhängig, in welcher Größe Sie sie abbilden wollen oder können. Eine Lösung kann durchaus sein, dass Sie erst einmal davon ausgehen, die alten Motive in Ihrem Buch einfach kleiner abzubilden.

Nur, damit Sie einmal gelesen und gesehen haben, wie gut analoges Material sein kann, zeigen wir Ihnen hier ein Beispiel, dass altes Bildmaterial durchaus seine Qualität haben kann, alles eine Frage des Formats. So bietet zum Beispiel ein 8×10-inch-Großbildfilm mit einer Fläche von ca. 20 × 25 cm im Original, dem Scanner schon von vornherein eine gute Größe. Außerdem ist der Vergrößerungsfaktor vom Originalformat in Richtung auf



eine gängige Buchgröße natürlich wesentlich kleiner als bei einem Kleinbilddia. Hier schlägt also ohne Zweifel das schiere Format des Großbilddias die Anzahl der Bildpixel einer herkömmlichen Kamera. Wollte man die Auflösung auch in digitaler Form erreichen, müsste man digitale Mittelformatkameras einsetzen. Hier reden wir aber über eine Investition im fünfstelligen Eurobereich.

Wenn Sie also so vorgehen möchten und analoges und digitales Material in einer guten Mischung unterschiedlicher Größen zeigen, eröffnet sich Ihnen die durchaus spannende Aufgabe, ein passendes Layout dafür zu entwickeln, vielleicht ja sogar zum Thema früher und heute oder alt und neu.



⤴ **Abbildung 2.19**

Ein High-End-Scan eines 8×10-inch-Großbilddias (Foto: Horst P. Horst, Muriel Maxwell, American Vogue Cover 1939, © Conde Nast & Horst Estate, mit freundlicher Genehmigung der Gericke + Paffrath Gallery, Düsseldorf)

2.7 Fotografieren Sie für Layoutstrukturen

In Layoutstrukturen zu denken ist schon ganz gut, doch wenn Sie Ihr angestrebtes Layout schon beim Fotografieren tatsächlich sehen können, ist das natürlich noch besser. Für die Phase des Fotografierens können wir Ihnen auf jeden Fall empfehlen, die im Menü Ihrer Kamera angebotene *Rahmenhilfe* zu aktivieren. Je nach Kamertyp nennt sich das vielleicht auch anders. Sollte dieser Menüpunkt über die Möglichkeit einer Diagonalen verfügen, dann verwenden Sie diese auf jeden Fall. Die Diagonale hat gegenüber Senkrechten und Waagerechten eine Dynamik – aufsteigend oder abfallend. Die Linien sehen Sie auch im Sucher, und sie machen Ihnen bei Ihren angestrebten Motiven eine erste Aufteilung Ihres Bildinhalts über eine bestimmte Fläche schon wesentlich leichter.

Bedenken Sie jedoch, dass die Proportion Ihres Suchers – und damit auch die des angebotenen Rasters – nicht mit den gängigen Buchformaten übereinstimmt. Wenn Sie also genau arbeiten wollen, dann verwenden Sie die folgende Methode:



⤴ **Abbildung 2.20**

Im Menü aktivierte Rahmenhilfe, und zwar mit »Falz«, aber ohne Diagonale

Legen Sie eine transparente Folie über Ihren Bildschirm, und zeichnen Sie mit einem wasserfesten Foliestift ein kleines »Layout« auf. Mit dieser Methode können Sie völlig frei eigene Layouts aufzeichnen, zum Beispiel ein Quadrat, das oft nicht elektronisch zu Verfügung steht. Oder wenn Sie gerne auf ein gültiges Gestaltungsprinzip zurückgreifen wollen, wie zum Beispiel den Goldenen Schnitt, hilft Ihnen diese Vorgehensweise auch viel besser. Dabei können Sie zum Beispiel für den Falz im Buch



⤴ **Abbildung 2.21**

Ein rückseitiger Kamerabildschirm mit aufgeklebter Folie. Vorkennzeichnet ist ein im Endformat quadratisches Buch mit entsprechendem Falz

eine rote oder eine dicke schwarze Linie aufzeichnen. Damit werden Sie später den vorhandenen Falz im Vorfeld auf keinen Fall mehr übersehen.

Beim Zusammentragen von alten und neuen Bildern werden Sie eventuell bei den alten mehr auf die Verwendung in einem Layout achten müssen, sofern Sie sich früher noch nicht mit einer Buchgestaltung vertraut gemacht haben. Das erleichtert Ihnen vermutlich die Auswahl, lässt aber sicher auch ein paar Aufnahmen ausfallen. Auch in dieser Situation hilft ein auf Folie aufgezeichnetes »Minilayout« im Format 24 × 36 mm passend zum Farbdia oder Farbnegativ. Legen Sie einfach die Folie über einem Leuchtkasten schnell auf das Dia, und schon sehen Sie, ob dieses Motiv auch auf den von Ihnen vorgesehenen Platz im Buch passt. Haben Sie Arbeiten in einem größeren Format, so passen Sie die Folie einfach entsprechend an.

Mit eingblendetem Raster oder einer Folie auf dem Kamerabildschirm bzw. über dem Leuchttisch, arbeiten Sie während des Fotografierens oder bei der Auswahl vorhandener Fotos schon richtig konzeptionell. Sie schulen damit Ihr Auge und Ihre Wahrnehmung fortwährend in Bildgestaltung. Irgendwann wird Ihnen das Sehen in Doppelseiten sogar ohne Kamera gelingen. Damit haben Sie dann einen Grad des Könnens erreicht, den nur wenige nachweisen können.



⤴ **Abbildung 2.22**

Links: Ein Kleinbilddia mit aufgelegter »Rahmenhilfe«-Folie. Der Falz ist rot markiert. Rechts: Zeichnen Sie auch den sichtbaren Ausschnitt des Diarahmens auf die Folie. Das ermöglicht ein schnelles Arbeiten, um den Falz zu platzieren.

2.8 Untergliedern Sie Ihren Eigenauftrag

Unterteilen Sie Ihren Eigenauftrag in einzelne, kleine Themenfelder. Anhand des schon erwähnten Storyboards können Sie Ihre Themenfelder dann gut gegeneinander abgrenzen. Wenn wir ein Buch planen, machen wir das so:

Ein Storyboard ist zu Beginn in gewisser Weise eine unzusammenhängende, »wilde« Stoffsammlung, die später aber immer präziser ausformuliert und einzelnen »Szenen«, also Fotos, zugeordnet wird. Für dieses Buch wollen wir mit Ihnen ja ein Buch durchgestalten, das wir unter der Arbeitsüberschrift »Der Mensch in der Landschaft« angehen wollen. Innerhalb unseres zunächst vier Punkte umfassenden Storyboards (Abbildung 2.23) gibt es dann im Laufe der Entstehung sicher Begriffe, die sich doppeln oder überschneiden.

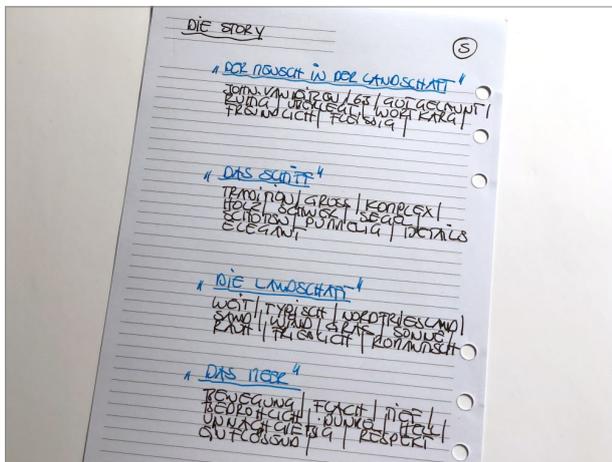
Im nächsten Schritt können Sie das Storyboard verfeinert fortführen, vielleicht in der Form, wie es in Abbildung 2.24 zu sehen ist. Auf einer DIN-A4-Seite haben wir im Querformat links Raum für Notizen und rechts kleine Flächen, in denen Sie entweder einzelne Motive – passend zu Ihren Stichworten der einzelnen Themenfelder

– oder ganze Doppelseiten skizzieren können. Unterhalb der Skizze können Sie kurze »Szenenbeschreibungen« zu den Fotos aufschreiben. Wenn Sie nicht gern skizzieren mögen, können Sie in den Feldern auch Ihre Motivbeschreibung unterbringen. Da es sich ja um Ihre eigene Arbeit handelt, werden Sie später über die Motivbeschreibung sicher wieder zu Ihrem Foto finden.

Wenn Sie sich eine Datei in einem Grafikprogramm dafür anlegen mögen, können Sie die Seite beliebig oft ausdrucken und mit Ihren Notizen und Skizzen ein gesamtes Fotobuch durchgestalten.

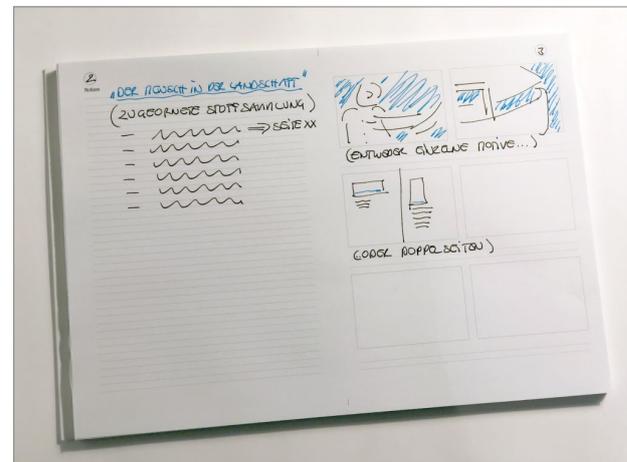
Präzisieren Sie Ihre Themenfelder so gut es geht. Ein Themenfeld »Rot« bringt Sie zum Beispiel nicht unbedingt weiter, weil es sehr weit gefasst ist und unendliche Möglichkeiten bietet.

Die folgenden Beispiele repräsentieren typische »Sammelbilder«, weil das Motiv gar so schön ist und Sie quasi »gezwungen« sind, es mit der Kamera festzuhalten. Sie zeigen aber auch die Problematik, Bilder einem Thema zuzuordnen, auch Verschlagwortung genannt.



⤴ **Abbildung 2.23**

Erstes Storyboard zu unserer Geschichte, die wir zunächst »Der Mensch in der Landschaft« nennen wollen



⤴ **Abbildung 2.24**

Vorschlag eines möglichen Storyboards



In Abbildung 2.26 haben wir die dominante Farbe Rot, aber auch zwei angedeutete Fenster. Vermutlich würde sich das Thema »Rot« schnell auslaufen. Bei solchen weit gefassten Themen kommt es im Bildablauf schnell zu einer Beliebigkeit.

Setzt man jedoch als Beispiel die beiden Fenster in den Kontext des kleinen, grün umrahmten Fensters in Abbildung 2.25, könnte es wieder spannend werden. Eventuell würde sich also das Themenfeld »Fenster« anbieten.

Oder Sie heben auf eine Farb- und/oder Strukturähnlichkeit ab. Dann könnte zu dem von Efeu umrankten Fenster auch das Foto der abgeernteten Weinreben in Abbildung 2.27 passen. Auf den ersten Blick könnte der Betrachter das Efeu durchaus auch für wilden Wein halten. Durch diese Aufforderung zum genauen Hingucken wird dieser Kontext wieder spannend.



☞ Abbildung 2.25

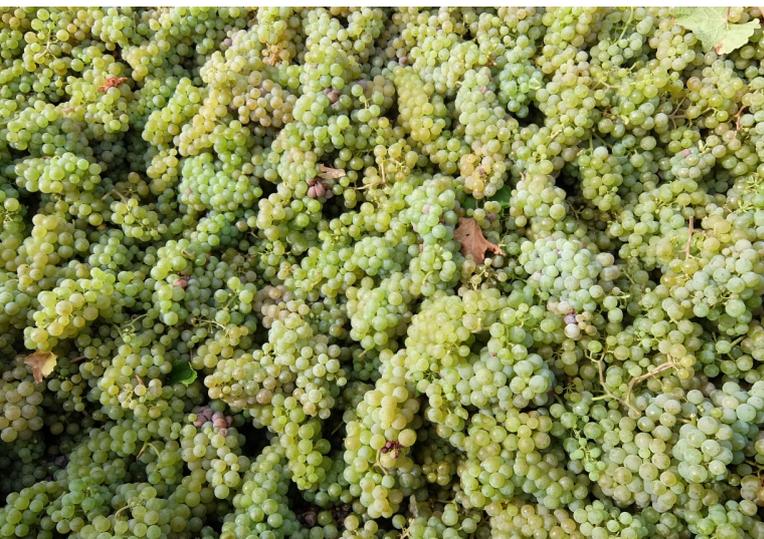
Nein, kein wilder Wein, der hier rankt, sondern Efeu

« Abbildung 2.26

In dieser Abbildung ist die Farbe Rot sehr dominant. Allerdings stechen die beiden mit Holzläden verschlossenen Fenster nicht weniger ins Auge.

« Abbildung 2.27

Mit seiner kleinteiligen Struktur passt dieses Motiv unter Umständen ganz gut zum kleinen »Efeufenster«.





» **Abbildung 2.28**

Der Mensch »hinter« dem Fenster, besser ausgedrückt, im Raum

Hinter den Fenstern lebt möglicherweise auch jemand, also könnten Sie im zweiten Schritt Ihres Storyboards das Themenfeld »Bewohner« oder »Hinter den Fenstern« bearbeiten.

Sie merken an diesem Beispiel, dass es doch eine gewisse Schwierigkeit darstellt, in Bildern eine Geschichte zu erzählen bzw. den richtigen Weg zu finden. Irgendwie scheinen viele Themen entweder schnell verbraucht zu sein oder extrem komplex zu werden. Das ist so, aber dabei wollen wir Ihnen ja auch mit diesem Buch helfen. Also gehen wir jetzt auch den nächsten Schritt.

2.9 Sammel- und Sortierarbeit

Sammeln und Sortieren sind grundsätzlich sehr unterschiedliche Prozesse. Innerhalb des Sammelns müssen wir dann noch zwischen der analogen und digitalen Bilderwelt unterscheiden. Wie am Anfang des Buches erwähnt und gezeigt, war die analoge Sammelarbeit mit viel Platzbedarf verbunden. Die digitale Sammelarbeit nimmt zwar nicht so viel haptischen Platz in Anspruch,

jedoch umso mehr virtuellen Platz. Ergo, es wird digital einfach mehr gesammelt, weil es vermeintlich weniger Mühe macht und weniger Platz beansprucht.

Schauen wir uns nun einmal aus Sicht der Sortierbarkeit beide Welten genauer an. Ihre Dias respektive Negative müssen Sie aus Kästen oder Ordnern holen. Dazu müssen sowohl die Kästen, der Ordner, als auch die einzelnen Archivbogen gut beschriftet sein, damit sich auch etwas finden lässt. Für beides benötigen Sie eine Leuchtfläche und eine gute Lupe. Achtung, dabei handelt es sich zunächst einmal um das Sichten – es ist noch nichts sortiert. Aus Ihren Dias können Sie »Häufchen« machen, die Sie später auf einer größeren Leuchtfläche ausbreiten und eventuell schon einmal grob bewerten oder zuordnen. Aber je mehr Dias dabei zusammenkommen, desto mehr erinnert das wiederum an einen Bildschirm, mit lauter kleinen Bildchen.

Ihre Negative hingegen, die ja in der Regel als Streifen vorliegen, können Sie nur mit Kreuzchen markieren. Wenn Sie davon keine Kontakte haben, wird es schwierig, den Inhalt und die Qualität auch mit Lupe zu erkennen. Wir sind kaum in der Lage, ein Schwarzweißnegativ im Kopf auf Positiv zu drehen. Bei Farbnegativen gelingt



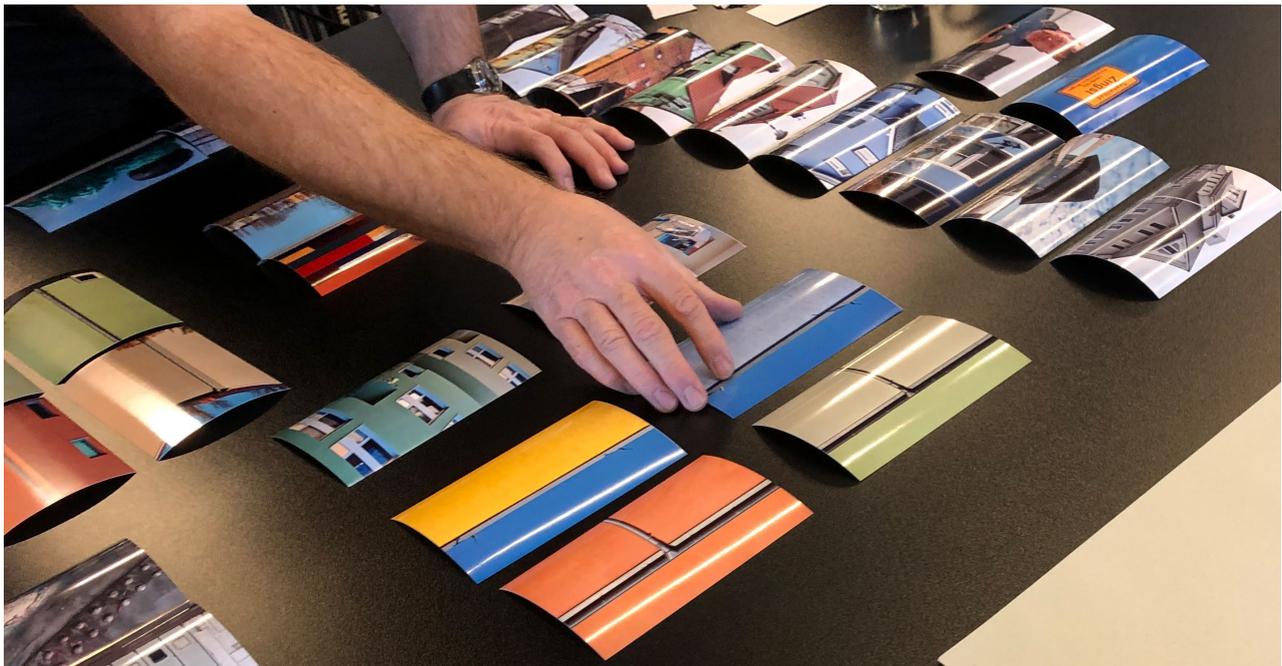
⌘ **Abbildung 2.29**

Gerahmte Kleinbilddias in einem sogenannten Journal24. Die Abbildung ähnelt den beiden Screenshots in Abbildung 2.31, mit dem Vorteil, dass Sie die Position der Dias sehr schnell ändern könnten. Die Lupe ist als Hilfe zur Auswahl aber unabdingbar.

uns das schon gar nicht. Hier müssen Sie dann den Zwischenschritt über einfache Abzüge gehen und diese dann sortieren.

Bei der Betrachtung und dem Versuch, digitale Bilder zu sortieren, stoßen Sie auch auf suboptimale Gegebenheiten. Je mehr Bilder Sie öffnen, desto kleiner werden diese auf einem Bildschirm. Des Weiteren können Sie die geöffneten Fotos meist nur nacheinander betrachten. So reduziert sich Ihre Sortierarbeit auf ein »lineares« Ausschauen, bei dem man schwer hin- und herspringen kann. Je nach Programm lassen sich die einzelnen Bilder auch nicht ohne Weiteres verschieben und an einer anderen Stelle unterbringen. Damit ist es am Rechner äußerst schwierig, den Überblick zu behalten.

Egal, in welcher Form Ihr Ausgangsbildmaterial vorliegt: Der Weg über ausgedruckte Fotos hin zu einem gut strukturierten Layout ist durch nichts zu ersetzen! Auch wenn es auf den ersten Blick etwas umständlich und langwierig anmuten mag (und kostenintensiver und weniger nachhaltig), der Mensch ist und bleibt analog und



⌘ **Abbildung 2.30**

Keine Methode zur Strukturierung von Fotos ist besser als das reale Auslegen auf einer großen Fläche.

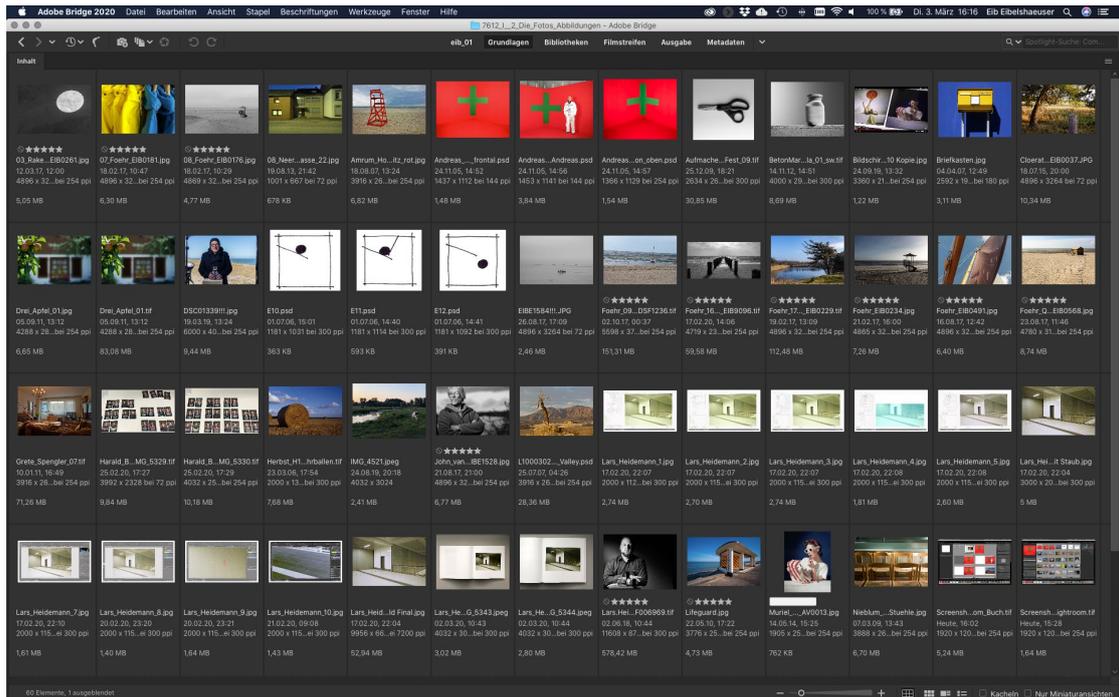


Abbildung 2.31

Oben: Sortiarbeit am Beispiel von Adobe Lightroom. Unten: Sortiarbeit am Beispiel von Adobe Bridge

kann sich nur so einen richtigen Überblick verschaffen. Sie haben aber natürlich die Möglichkeit und sollten sie auch nutzen, von unterschiedlichen Sortierungen jeweils ein Foto mit Ihrem Smartphone zu machen. So können Sie problemlos verschiedene Varianten der Zuordnung ausprobieren und sich dann entscheiden.

Wenn Sie sich nun also durch Ihren Bildbestand oder durch die neu gemachten Fotos hindurchgewühlt haben, kümmern Sie sich im Folgenden um die wichtigen Produktmerkmale Ihres neuen Fotobuches.



« **Abbildung 2.32**

Oben: Bei ähnlichen Motiven kommen Sie ohne großflächige Sortierung nicht zu recht. Unten: Die Doppelseiten sind fürs Erste gelegt. Jetzt beginnt die Feinarbeit durch ständiges Umlegen einzelner Motive mit neuer Zuordnung. Von jedem Stand machen Sie dann ein Smartphonefoto.

LESSONS LEARNED

→ **Sie »machen« nicht das Bild**

Technisch schon, aber Sie können nicht kontrollieren, was die Betrachterin oder der Betrachter aus dem Bild macht. Das Bild »entsteht« im Abgleich mit den gespeicherten Bildern im jeweiligen Kopf.

→ **Stellen Sie die Absicht, die Sie mit Ihren Fotos verfolgen, permanent infrage**

Wie, glauben Sie, wird Ihr Foto wahrgenommen werden? Ist es möglich, Ihr Foto mit einer eindeutigen Aussage zu machen?

→ **Arbeiten Sie nicht gegen richtig und falsch**

Ein Haus ist ein Haus und steht fest auf dem Boden, das ist eine grundlegende visuelle Erfahrung, ebenso wie der Horizont immer waagrecht ist. Positionieren Sie ihn deshalb auch immer waagrecht im Bild.

→ **Beachten Sie alle Wahrnehmungsaspekte**

Licht kommt von oben. Natürliches Licht von unten kommt nicht vor, künstliches Licht von unten finden wir befremdlich. Die Gravitation der Erde gibt Ihnen die Ordnung von unten und oben vor. Nehmen Sie den Menschen mit ins Bild, wenn es auf sichtbare Größenverhältnisse ankommt.

→ **Sehen Sie Ihr Buch als Bühne für Ihre Fotos**

Wählen Sie Ihre Archivbilder und Ihre neu zur Geschichte fotografierten Bilder sorgfältig für diese Bühne aus. In Ihrem Buch ist die Bühne immer eine Doppelseite. Schöpfen Sie Ihre Geschichten aus Ihren Lieblingsthemen, und denken Sie dabei schon früh an Layoutstrukturen. Erarbeiten Sie zuerst eine Stoffsammlung zu Ihrem Buchthema, und entwickeln Sie darüber dann ein Storyboard. Verwenden Sie viel Zeit auf die Sammel- und Sortierarbeit Ihrer Fotos.

PRODUKTMERKMALE EINES FOTOBUCHES

Kein Fotobuch ohne Geschichte war zu lesen, aber ein ebenso wichtiger Hinweis ist: *kein Fotobuch ohne ständige Entscheidungen*, und zwar schon in der Vorbereitung. Im Folgenden wollen wir Ihnen aber keine Zentimeterangaben oder Bindungsarten vorgeben und auch keine Papiersorten diskutieren. Diese Angaben variieren ohnehin von Anbieter zu Anbieter und sind sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Wir möchten Ihnen hingegen gern die Freiheit vermitteln, möglichst herstellerunabhängig an Ihre Idee heranzugehen. Dennoch versuchen wir, Ihnen durch viele unterschiedliche Beispiele eine Orientierung zu bieten, wie sich im einen oder anderen Fall eine Entscheidung auswirken kann.

Was bedeutet eigentlich gestalterisch ein quadratisches Format, was ein Panoramaformat? Wie wirkt ein Hard-, wie ein Softcover? Eignet sich der Digitaldruck oder Fotopapier besser für Sie? Wie beeinflusst ein strukturiertes oder ein gestrichenes Papier die Qualität Ihrer Fotos? Wählen Sie besser ein glänzendes oder doch ein mattes Papier? Und last but not least gehen Sie zu einem Premiumdienstleister, zu einem Discounter oder zu einer der vielen Onlinedruckereien? Vielleicht entscheiden Sie sich auch für eine »richtige« Druckerei?

Wir erörtern Wahlmöglichkeiten und die daraus folgenden Konsequenzen. Wir geben Ihnen schon in diesem Kapitel wichtige Hinweise zu bestimmten Merkmalen Ihres Druckprodukts, sowohl zu den gestalterischen als auch zu den inhaltlichen. In den weiteren Kapiteln gehen wir noch auf die Details ein. Bitte lassen Sie sich nicht verwirren, und gehen Sie Ihr Projekt mit uns zusammen in Ruhe an.

3.1 Text, Farbe und weitere Elemente

Die Beschränkung, ein Fotobuch »nur« mit Fotos zu gestalten, ist, wie erwähnt, natürlich möglich. Aber mit einem Text, einer geschriebenen Geschichte parallel zur visuellen Geschichte, können Sie den Bildern auch über die eigene Erinnerung hinaus Bedeutung und Kontext geben.

Beginnen wir mit dem Beispiel eines, wie wir meinen, hervorragenden Buches über Gewächshäuser, das durch exzellente Fotografie ganz ohne Text auskommt. Eigentlich klingt das zunächst nicht nach einem sehr aufregenden Thema, doch sehen Sie selbst. Es ist zu Beginn des Buches ein kurzer Einleitungstext zu lesen, damit die Betrachter verstehen, in welche Welt sie eintauchen.

» Abbildung 3.1

❶ Kurzer Einleitungstext zum Buchinhalt. ❷ Das Buch beginnt mit eher erwartbaren Motiven von Gewächshäusern. ❸ Schon im ersten Drittel steigt die Spannungskurve durch Einsatz von signalfarbigem und ungewöhnlichen Sichtweisen an. ❹ Ein eher unerwarteter Aspekt – nämlich der Mensch im Gewächshaus – setzt in ruhigen Motiven einen Hingucker. ❺ Unerwartete »Unordnung« in der sehr ordentlichen Umgebung gewerbmäßiger Gewächshäuser, eine sehr sympathische Doppelseite als Störer. ❻ Ungewöhnliche Beleuchtungen zu ungewöhnlichen Zeiten (Foto- und Buchgestaltung: Volker Kesting)



Text – kein Text, wenig oder viel?

Im vorangegangenen gezeigten Beispiel sehen Sie sehr schön, dass man – je nach Thema und fotografischer Qualität – auch ohne Text auskommen kann. Allerdings müssen Sie dann auch mit sehr starken Motiven arbeiten und das über eine Buchlänge gut durchhalten können. Viel oder wenig Text – das ist letztendlich einzig und allein Ihre Entscheidung und dazu noch eine schwierige.

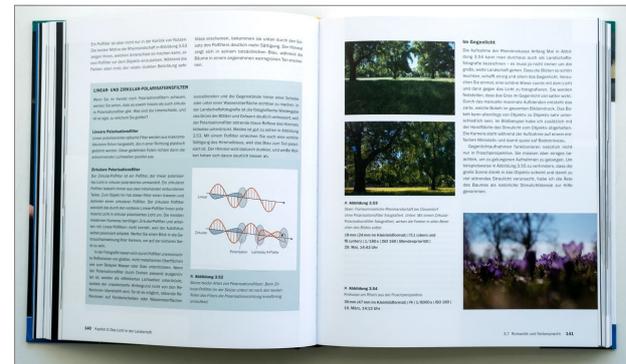
Ein Fotobuch zeigt ja schließlich, wie der Name schon sagt, Fotos und erzählt im besten Fall damit eine Geschichte. Im Fall der Gewächshäuser – ein sehr eindeutiges Thema – ist das Erzählen nicht so schwierig und auch gut nachvollziehbar. Wir können annehmen, dass Bilder von Gewächshäusern im Referenzrahmen der meisten Menschen vorhanden sind. Da Sie aber schon in Abschnitt 2.1 über die Wahrnehmung von Fotos einiges gelernt haben, wissen Sie, dass es nicht so leicht ist, mit Bildern eindeutige Geschichten zu erzählen, insbesondere wenn Sie Motive haben, die weniger eindeutig sind als Gewächshäuser.

Nun ist es ja auch so, dass eben nicht nur die Bilder bestenfalls Geschichten erzählen, sondern das gesamte Buch einen bestimmten Ein- und Ausdruck vermittelt. Es gibt in der Welt der Kommunikation den schönen Merksatz: »Man kann nicht nicht kommunizieren.« Paul Watzlawick, ein österreichischer Psychotherapeut und Philosoph, hat ihn geprägt. Er stellte im Jahr 1969 fünf Grundregeln auf, die die menschliche Kommunikation

erklären, aber auch ihre Paradoxie zeigen. Dieser Satz ist die wohl bekannteste Regel dieser fünf. Jede Kommunikation – natürlich auch die mit Fotos – hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt. Bei einem Fotobuch ist das genauso. So kommunizieren nicht nur Ihre Fotos, sondern auch der Umschlag, die Buchdicke, das Papier, die Größe, natürlich auch der Inhalt. Jeder einzelne Betrachter, jede Leserin Ihres Buches hat dazu auf Basis seiner oder ihrer eigenen Referenzen eine ganz eigene Beziehung. Achten Sie schon während der Fotografie auf ausdrucksstarke und layoutgerechte Fotos, um zusätzlich zum Bildinhalt über die Art der Größe und Anordnung der einzelnen Bilder eine gute Dramaturgie zu erzeugen. Im Sinne der Kommunikation mit allen Elementen eines Fotobuches versuchen Sie, auf der höchsten Qualitätsstufe zu bleiben.

Wie ordnen Sie den Text zu den Fotos an?

Texte – im Fall eines Buchlayouts besser bezeichnet als Textblöcke – sollten Sie in gewisser Weise auch als Bilder betrachten. Ein Textblock füllt eine bestimmte Fläche aus und hat je nach Schriftstärke auch einen bestimmten Grauwert. Den können Sie schön erkennen, wenn Sie Ihre Augen ein wenig zukneifen. Dabei geht die Schärfe aus Ihrer Betrachtung heraus und Sie nehmen den Text als mehr oder weniger als graue Fläche wahr. Sie sollten dabei auch erkennen können, ob ein Text-



⤴ **Abbildung 3.2**

Links: Bewusst unscharf fotografierte Buchdoppelseite, um den Effekt der zugekniffenen Augen zu simulieren. Rechts: Das scharfe Foto als Vergleich zeigt die Wirkung.

block zu kräftig oder zu flau gegenüber der Bildfläche erscheint. Hier kann ein Wechsel der Schriftgröße oder des Schriftschnitts – von halbfett auf leicht oder umgekehrt – einiges bewirken. Wir haben versucht, Ihnen die Wirkung einmal mit einem unscharfen Bild zu simulieren.

In Abbildung 3.2 sehen Sie – natürlich nur annähernd –, welchen Effekt leicht zugekniffene Augen haben können. Dabei fällt auf, dass die drei Fotos auf der rechten Seite sehr dunkel sind, also sehr dominant hervorstechen, aber die Doppelseite optisch nicht zum Kippen bringen. Der Text neben den Fotos auf der rechten Seite kommt dagegen sehr zart daher. Der Text in der farbigen Fläche erscheint dagegen schon etwas stärker, obwohl es derselbe Schriftgrad und Schriftschnitt ist wie auf der rechten Seite. So betrachtet, ergibt sich ein schöner Kontrast zwischen den Fotos und der Schrift. In der scharfen Version zeigt sich, dass die Fotos und die Farbfläche in ihrer »Schwere« nicht so weit voneinander entfernt sind und der Kontrast zur Schrift gar nicht so groß ist.

Welche Schrift und welcher Schriftschnitt?

Bei der Frage nach Schrift und Schriftschnitt gilt wie so oft die Regel »less is more«. Lassen Sie sich nicht zu sehr von Portalen verlocken, wie zum Beispiel »1001 Free Fonts«, die 47 000 Schriften in 24 000 Schriftfamilien anbieten. Es ist großartig, dass es ein so breites Angebot gibt, aber in der Regel sollten Sie mit zwei verschiedenen Schriftarten zurechtkommen: einer Auszeichnungsschrift für die Überschriften und einer Laufschrift für den Fließtext. Unter Umständen ist noch eine dritte Schrift für Bildunterschriften hilfreich. Bildunterschriften sind allerdings eher in »Erklärbüchern« zu finden, wie in diesem hier, als in einem schönen Fotobuch. Aber für die eine oder andere Publikation können sogenannte *BUS* durchaus Sinn ergeben.

Dann können Sie sich für den Fließtext noch zwei verschiedene Schriftschnitte überlegen, wie etwa normal, *kursiv* oder **fett**. Es ist auch nicht ungewöhnlich, mit nur einer Schrift in unterschiedlichen Schnitten in einem Buch auszukommen. In diesem Buch hier sind es allerdings zwei Schriften, eine für Überschriften und eine für den »Rest«.



⤴ **Abbildung 3.3**

Die Hessische/Niedersächsische Allgemeine verwendet eine serifenlose Schrift für die Zwischenüberschriften und eine Serifenschrift für den Fließtext. (Text: Pauline Sickmann)

Dass Sie über verschiedene Magazine oder Tageszeitungen hinweg oft ähnliche Schriften finden, liegt einfach daran, dass es sich um Schriften handelt, die für die meisten Menschen gut lesbar sind und damit eine gute Informationsdichte transportieren können. Häufig ist dabei eine Serifenschrift zu finden, also eine Schrift mit kleinen »Füßchen«, die die einzelnen Buchstaben optisch besser verbinden.

Bedenken Sie aber immer, die Schrift nicht zu klein anzulegen. Eine leichte Schrift in 8 Punkt kann durch unterschiedliche Druckverfahren schnell unleserlich werden. Sie wissen nicht bei jedem Fotobuchanbieter, ob er schwarze Schrift auch mit einer eigenen Farbe, also eigenem Schwarz, druckt. Die Lesbarkeit von schwarzer Schrift, die aus drei Farben zusammengesetzt wurde, geht schnell verloren. Die so gedruckte Schrift kann auch unscharf wirken. Eine gute Größe für den Lauftext ist zwischen 9 und 10 Punkt. Sie können durchaus auch mit Werten dazwischen arbeiten, sodass Ihr gewünschter Text auch in den dafür vorgesehenen Rahmen passt. Die Schrift, die Sie gerade lesen, hat eine Größe von 9,5 Punkt.

Ob die gewählte Schrift zum Thema des Fotobuches passen muss, falls das überhaupt möglich ist, sei dahingestellt. Wir meinen zum Beispiel, dass ein Fotobuch über die eigene Familie nicht zwangsläufig von einer Schreibschrift begleitet werden muss. Da wir als wahrnehmende Menschen Kontraste immer spannend finden, können Sie auch den Kontrast zwischen Bildaussage und Schrift ganz bewusst wagen.

Das Thema (»richtige« oder »passende«) Schrift ist mindestens so komplex wie das Thema Fotos, sodass wir es in Kapitel 13, »Typografie«, noch ausführlich behandeln wollen. Dort erläutern wir auch, welche Schriftarten aus unserer Sicht empfehlenswert sind und welche nicht.

Farbe und andere Designelemente

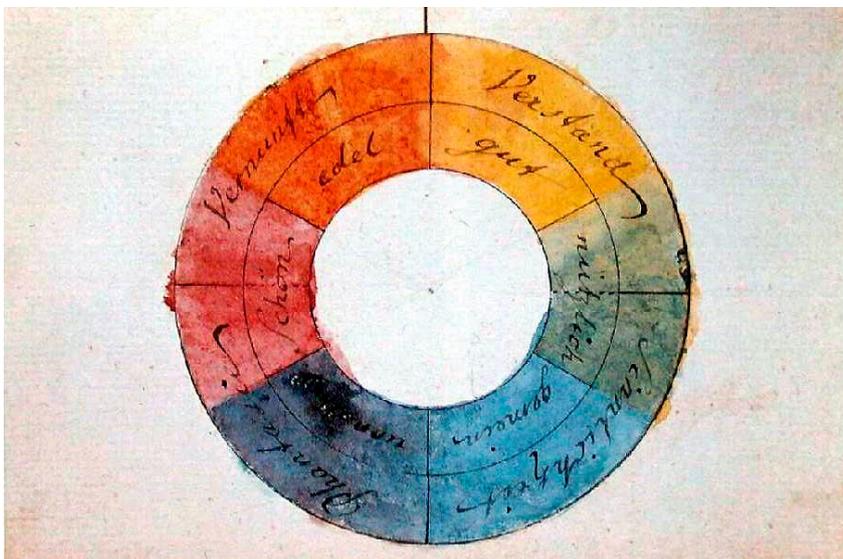
Setzen Sie Farbe gern ein, aber sparsam. Schrift ist per se schwarz bzw. dunkelgrau. Allerdings können Sie gut und gerne einen weiteren Block neben Text- und »Bildblock« einführen, nämlich den Farbblock – besser bezeichnet als Farbfläche. Mit dieser Fläche können Sie besondere Inhalte hervorheben, natürlich auch Text.

Allerdings sind bestimmte Farben beim Menschen mit bestimmten Emotionen verbunden. Vielleicht nicht immer so romantisch, wie Goethe es beschrieben hat, aber ähnlich wie zu Fotos hat jeder Mensch zu Farben

einen individuellen Referenzrahmen; wir können es auch Lieblingsfarbe nennen. Wenn Sie Farbe einsetzen möchten, dann sollten Sie sich für *eine* passende Farbe entscheiden. Mehr dazu lesen Sie in Kapitel 12, »Farbe, Schatten und Vignettierung«. Von farbiger Schrift würden wir aus Gründen der Lesbarkeit in der Regel abraten, einzig für eine Überschrift lässt sich einmal eine Ausnahme machen.

Das Gebot der Sparsamkeit gilt auch für Designelemente. Davon finden Sie in den Programmen der Fotobuchanbieter eine große Auswahl, von der Sie sich nicht bzw. nur in Maßen verführen lassen sollten. Designelemente können Sie aber, wenn Sie sie haben wollen, auch selber herstellen. Wenn Sie etwas zeichnerisch veranlagt sind, ist es nicht schwierig, zum Beispiel den Umriss eines Landes oder einer Region nachzuzeichnen und diesen dann als Schmuckelement einzusetzen.

Oder Sie greifen – schön bei einem Buch über eine Reise – zu einer stilisierten Darstellung der zurückgelegten Reiseroute. Legen Sie sich dafür eine entsprechende Karte auf einen Leuchttisch oder halten Sie sie gegen das Fenster. Dann ziehen Sie mit ruhiger Hand und einem nicht zu dünnen Filzstift Ihre Reiseroute einfach auf einem dünnen Papier oder auf Butterbrotpapier nach. Nach dem Scannen steht Ihnen diese Grafik dann als digitales Bild zur Verfügung.



« **Abbildung 3.4**

Farbkreis zur Symbolisierung des menschlichen Geistes- und Seelenlebens nach Goethe von 1809



⌘ **Abbildung 3.5**

Gezeichneter Umriss von Peru

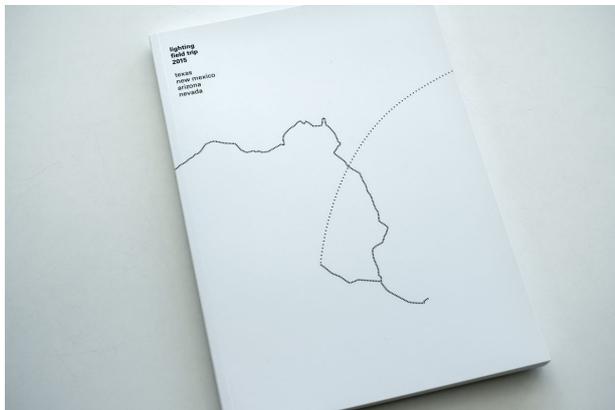
(Foto- und Buchgestaltung: Lién Hessenauer)



⌘ **Abbildung 3.7**

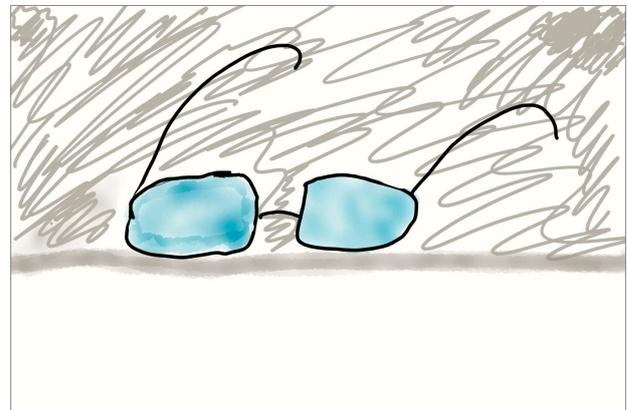
Mutig rote Pfeile »in Fahrtrichtung« quer über das Foto gesetzt

(Foto- und Buchgestaltung: Dennis Zorn und Jonas Möllenbeck)



⌘ **Abbildung 3.6**

Die gefahrene Route ist mit eng gestellten Punkten, die Flugroute mit weiter gestellten Punkten visualisiert, in diesem Fall natürlich nicht mit der Hand, sondern in einem Grafikprogramm gezeichnet. (Foto- und Buchgestaltung: Benjamin Messingschlager)



⌘ **Abbildung 3.8**

Papas Brille, mit dem elektronischen Stift auf dem Tablet in der App »Paper« gezeichnet. Die Zeichnung hat bei 300 dpi eine Verwendungsgröße von 25 cm an der längeren Seite. (Illustration: Lilli Eibelshäuser)

Sie können aber genauso gut und ganz mutig mit passenden Elementen direkt über Ihre Fotos gehen. Aber, auch wenn wir uns wiederholen, bitte immer sehr sparsam und passend. Prüfen Sie immer wieder die Wirkung aller eingesetzten Designelemente. Es wird vor lauter Faszination auch schnell mal zu viel.

Und wenn Sie zu den ganz Mutigen gehören, können Sie hin und wieder die gezeichnete Grafik über die Foto-

grafie dominieren lassen. Denken Sie auch daran, dass Kinder oft ganz außergewöhnliche Zeichnungen und/oder »Grafiken« anfertigen, häufig mit einer ganz eigenen Sicht auf die Dinge. Auch diese sind abfotografiert oder gescannt ein wunderbares Gestaltungselement. Und Sie machen Ihre eigenen Kinder noch dazu sehr stolz.

Sollten Sie über ein Tablet oder ein Grafiktablett am Computer verfügen, so können Sie Ihre Illustrationen



⤴ **Abbildung 3.9**

Frech und gekonnt dominieren hier die stilisiert illustrierten Hamburger in plakativer Farbgebung das eigentliche Foto. (Foto- und Buchgestaltung: Dennis Zorn und Jonas Möllenbeck)

natürlich auch per Zeichenprogramm digital ausführen und als Bild in Ihr Layout einfügen. Auf einem Tablet schlummert ohnehin ein großes Gestaltungspotenzial, insbesondere, wenn Sie noch über einen Stift mit unterschiedlichen Werkzeugspitzen verfügen. Hier sei als Beispiel die App *Paper* von WeTransfer BV genannt, die es aktuell nur für iOS gibt. Die App wird als »immersive Skizzen-App« bezeichnet, weist aber auch ein hohes Potenzial zur Buchgestaltung auf, und zwar von der Idee bis zum Druck. Vergleichbar für Android- und Windows-Tablets ist die App *Bamboo Paper* von Wacom. Überhaupt bietet die App-Welt der Tablets einiges an Möglichkeiten der individuellen Gestaltung für Ihr Fotobuch.

Wenn Sie gerne *ganze* Seiten bemustern möchten, dann können Sie einfach aus verschiedenen Tapetenmusterbüchern gefällige Muster abscannen und diese dann partiell oder über eine ganze Seite abbilden. Wenn Sie nicht über einen Scanner verfügen, können Sie einzelne Seiten auch einfach abfotografieren. Die Seite sollte dabei schön plan liegen, und das Licht sollte weich, gleichmäßig und ohne Reflexe sein, zum Beispiel direkt an einem Fenster. Die direkte Sonne als Lichtquelle



⤴ **Abbildung 3.10**

Ganzseitige Bemusterung in einem Fotobuch (Foto- und Buchgestaltung: Lién Hessenauer)

eignet sich dafür nicht, da sich schnell harte Schatten zeigen.

Oder aber Sie schneiden Papierstreifen aus, legen diese in der gewünschten Form auf die Scheibe Ihres Scanners und machen einen Scan davon. Ähnlich können Sie mit verschiedenen Tapes verfahren, zum Beispiel Washi-Tapes oder Papierklebebändern. Kleben Sie diese in Ihrer gewünschten Verteilung auf ein DIN-A4-Blatt und scannen Sie sie. Beachten Sie bitte in den Einstellungen, dass Sie den Scan als farbiges TIFF und in 300 dpi vornehmen. Damit sind Sie für den späteren Druck auf der sicheren Seite.

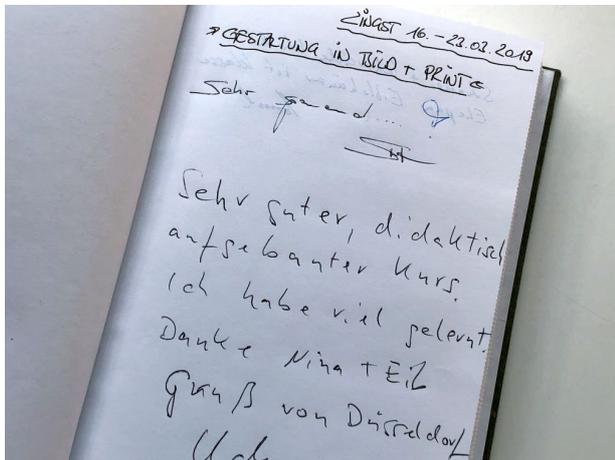
Sie sehen, dass Ihren Ideen und dem folgenden Gestaltungswillen quasi keine Grenzen gesetzt sind. Die Inspiration, die wir Ihnen hier geben, können Sie natürlich auch noch ergänzen, indem Sie zum Beispiel einfach viele, unterschiedliche Zeitschriften durchblättern. Die großen Zeitschriftenläden an Bahnhöfen und Flughäfen sind eine wahre Fundgrube an guten Ideen. Entdecken Sie etwas, basteln Sie es zu Hause nach. Aber bleiben Sie anderen Gestaltern gegenüber fair und übernehmen Sie keine Ideen 1 : 1.

Eintrittskarten oder Notizen als Ergänzung

Wie bereits erwähnt, gehören auf jeden Fall auch außer-gewöhnliche Elemente wie Mitbringsel neben den Fotos und dem Text in ein Fotobuch. In den meisten Fällen ist ein abfotografierter Gegenstand visuell interessanter als ein eingescanntes. Nehmen Sie zum Beispiel eine Eintrittskarte, schön drapiert auf einem entsprechenden Untergrund, einen Schatten werfend, schon hat man ein kleines Stillleben, das sich sehr gut in seine fotografische Umgebung einfügt.

Mit Notizen würden wir ähnlich verfahren. Ein schönes Foto einer handgeschriebenen Notiz ist aus unserer Sicht allemal besser als das eingescannte Papier. Oder ein anderes Beispiel, ein fotografisch reproduziertes Schild oder Zeichen unterstützt eine bestimmte Geschichte ebenfalls besser.

Wir haben ja schon über Ihre Sammelarbeit geschrieben. Das gilt eben auch für »unfotografische« Motive wie Schilder, Texturen, Farben, Formen usw., eben Fundstücke, die Sie en passant, also im Vorbeigehen, entdecken. Wenn Sie ein fleißiger Sammler sind, hilft es Ihnen vielleicht, mit zwei Kameras zu arbeiten: die großen Leitmotive mit Ihrer »großen« Kamera, die kleinen Nebenmotive mit Ihrem Smartphone oder einer kleinen Kamera. So



⤴ **Abbildung 3.11**

Ein handgeschriebener Eintrag in ein Gästebuch. Durch den seitlichen Schatten wirkt das Buch dreidimensional und damit besser als gescannt.

können Sie beim Übertragen der Daten gleich zwei verschiedene Ordner bedienen. Der Ordner »01_Leitmotive« beinhaltet dann die Raws und JPEGs, und der Ordner »02_Nebenmotive« enthält die »gefundenen« Motive.



⤴ **Abbildung 3.12**

Auch solche Motive sollten Sie laufend sammeln. Das sind wunderbare Füller oder Abschnittstrenner für Ihr Fotobuch.



⤴ **Abbildung 3.13**

Zufällig Gefundenes als Nebenmotiv

3.2 Druckformate

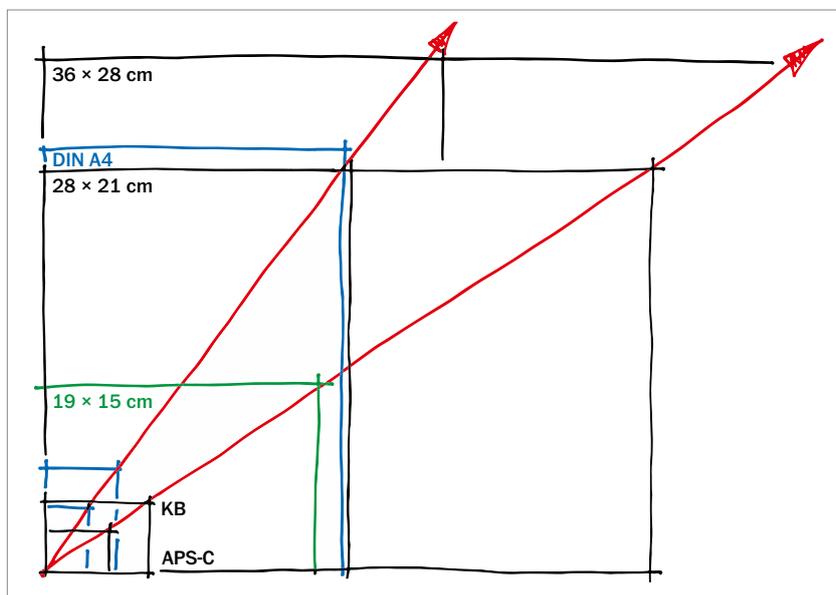
Querformate, Hochformate, Quadrate, Panoramaformate – was für welchen Zweck und in welcher Größe? Und was ist überhaupt zweckmäßig? Was bedeutet das für Fotoauswahl und Präsentation?

Bedenken Sie bitte im Verlauf der Beschäftigung mit dem für Sie und Ihre Geschichte richtigen Format, dass das Format der erste Eindruck ist, den Ihr Druckwerk vermitteln wird. Das Format und damit in Folge auch das Gewicht, entscheiden zum Teil auch darüber, wie gern jemand Ihr Druckprodukt in die Hand nehmen möchte. Der Umgang mit einem großen Buch ist doch eher zurückhaltend und vorsichtig – man möchte schließlich keine Gebrauchsspuren hinterlassen. Wohingegen in einem kleinen Heftchen schnell mal geblättert wird, gerne üblicherweise auch mal von hinten nach vorn, was mit einem Buch eher nicht möglich ist. Man braucht zum Blättern einen Tisch oder die eigenen Oberschenkel. Das kennen Sie aus dem Buchladen.

Ferner sagt die Formatwahl auch etwas über die von der Autorin, dem Autor angestrebte Wertigkeit aus. Stimmt diese äußere Wertigkeit nicht mit der erwarteten inneren Qualität überein, so kommt es schnell zu einer ablehnenden Haltung. Um es deutlich zu formulieren: Schlechte Fotos – sei es aufgrund technischer oder gestalterischer Mängel – werden durch ein hochwertiges Format nicht im Geringssten besser! Deshalb versuchen Sie, das Format dem Inhalt adäquat angemessen und eher zurückhaltend auszuwählen. Ein Hochzeitsbuch braucht eben eine andere Aufmachung als ein Buch über eine Reise.

» Abbildung 3.14

Beispielhafter Vergleich von Sensor- und Buchproportionen



Format

Ob Sie nun Ihr erstes Buch planen oder Ihr nächstes: Sie sollten sich mit den unterschiedlichen Anbietern und ihren Materiallösungen vertraut machen, und zwar in echt! Natürlich nur, soweit es bei der Marktvelfalt sinnvoll möglich ist. Meist sind in Drogeriemärkten diverse Musterbücher zu finden. Der eine oder andere Anbieter versendet auch Musterexemplare. Versuchen Sie, diese zu ergattern. Gegen Bezahlung können Sie immer welche bekommen, oft wird der Preis bei einer späteren Bestellung verrechnet, aber manchmal geht es auch ohne. Dann sollten Sie allerdings schon konkrete Vorstellungen von Format und Papier haben, sodass Sie den Anbieter konkret darauf ansprechen können. Auch wenn die Auswahl auf den ersten Blick sehr umfangreich erscheint, werden Sie im Laufe des Vergleichs merken, dass im Endeffekt doch nur wenige Lösungen für Ihr eigenes Buch infrage kommen.

In »normalen« Druckereien haben Sie alle Möglichkeiten und können sich in Verbindung mit einer konkreten Druckanfrage sogenannte *Blindmuster* anfertigen lassen – Bücher im richtigen Format, mit dem gewünschten Umfang und der entsprechenden Bindung, nur eben »blind«, ohne Inhalt. Sobald Sie hier allerdings von Standarddruckgrößen abweichen, wird es ziemlich schnell teuer.



⤴ **Abbildung 3.15**

Die Mitte des kleinen DIN-A6-Heftchens wird von zwei Heftklammern beansprucht. In diesem Beispiel ist das noch nicht einmal schön ausgeführt, weil für ein DIN-A6-Heftchen sehr groß und unsauber ausgerichtet. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)

Auch ist diese Lösung nichts für Klein- oder Kleinstauflagen. Auf diese kleinen Stückzahlen haben sich nun mal die Fotobuchdruckereien spezialisiert. Bei einer »normalen« Druckerei können Sie durchaus von einer Mindestauflage von 500 bis 1 000 Stück ausgehen.

Bedenken Sie auch, dass die angebotenen Buchformate meist mehr mit dem wirtschaftlichen Herstellungsprozess (Stichwort »Druckbogeneffizienz«) als mit an Aufnahmeformate angepassten Formaten zu tun hat. So haben die meisten Smartphones ein Seitenverhältnis von 3:4, Digitalkameras hingegen eher 3:2, was dem analogen Kleinbildformat und einem Vollformatsensor entspricht. Bietet ein Hersteller zum Beispiel ein Buchformat von 21 × 28 cm an, was dem Seitenverhältnis 3:4 entspricht, können Sie Bilder Ihrer Digitalkamera – APS-C oder Vollformat – dabei nicht ohne Verluste oder nur mit Rand vollformatig abbilden. Wieder ein anderer Fotobuchhersteller bietet seine Bücher in DIN-Formaten an, was mit den gängigsten Kameraformaten auch nicht recht zusammengehen will.

In der Skizze in Abbildung 3.14 sehen Sie beispielhaft einige Seitenverhältnisse. Links unten sehen Sie im Hoch- und einmal im Querformat einen APS-C- (blau) und einen Vollformatsensor (schwarz), der dem Kleinbildformat (KB) entspricht. Das schwarze Buchformat 21 × 28 cm entspricht beiden Sensorproportionen sowohl im Hoch- als auch im Querformat. Selbst im aufgeschlagenen Buchformat behält es die Sensorproportionen bei. Das kleine grüne Büchlein mit 19 × 15 cm entspricht auch den beiden Sensorproportionen, allerdings nicht mit einer Doppelseite. Knapp daneben liegt das DIN-A4-Format mit den Maßen 21 × 29,7 cm. Wohingegen ein großes Buch mit 28 × 36 cm zumindest mit einer Seite den Sensorenproportionen entspricht.

Sie müssen einfach zu Beginn Ihrer Arbeit entscheiden, bei welchem Buchformat sich Ihr Bildformat am besten zeigen lässt. Auch wenn wir uns wiederholen, der Falz bleibt Ihnen immer erhalten – egal, bei welchem Buchformat. Auch bei einem kleinen Heftchen müssen Sie mit dem Falz leben – hier sogar noch mit ein bis zwei Klammern in der Heftmitte.

Aber nicht nur der fotografische und textliche Inhalt entscheidet über das »richtige« Format, sondern natürlich auch die spätere Handhabung der von Ihnen ausgesuchten Zielgruppe. Also wo hätten Sie gerne Ihr Druckwerk vorliegen? Sicher haben Sie schon einmal von dem Begriff *Coffee-Table Book* gehört. Als *Coffee-Table Books* werden im Verlagsgeschäft solche Bücher und Bildbände bezeichnet, die großformatig und mit aufwendigen Fotografien, jedoch mit verhältnismäßig wenig Text ausgestattet sind. Der Begriff wird vor allem in Großbritannien und den Vereinigten Staaten verwendet.

Die Themen, die von *Coffee-Table Books* abgedeckt werden, sind vielfältig. Es kann sich um reine Kunstbände handeln, häufige Inhalte sind auch Landschaftsfotografien, Mode, Design oder Innenarchitektur. Die klassische Platzierung eines solchen Bildbandes ist auf einem Beistelltisch, einem *Coffee-Table*, daher der Name, neben oder vor einer Sitzgelegenheit. Stellenweise liegen die großen Bücher auch nur als Dekoration in einem Raum. Diese großen Bücher sind also nicht für eine häufige Betrachtung gedacht.

Kleine Heftchen sind hingegen leicht und gut zu transportieren, und noch dazu preiswert zu verschicken. Ein kleines Format macht Ihr Druckwerk zu einem Fotobuch, das man immer dabei hat.



➤ **Abbildung 3.16**

Der Größenvergleich eines Coffee-Table-Books mit einer DIN-A6-Broschüre

Cover und Einband

Das Cover oder der Titel ist das »Aushängeschild« Ihres kompletten Buches! Es sollte eines der besten Motive Ihres Themas zeigen und im Inhalt nicht mehr erscheinen, damit es sich nicht doppelt. Dadurch wird die Einmaligkeit des Titelfotos betont. Das Titelfoto muss natürlich zunächst auch mit dem von Ihnen ausgewählten Format korrespondieren. Oder Sie bauen das Foto nicht vollformatig, sondern so wie in unserem Beispiel des Buches von Andreas Jorns in Abbildung 3.23 kleiner ein. Aus unserer Sicht ist das übrigens die beste Wahl für Fotos auf dem Titel. Wir finden, dass dies für viele Themen und Geschichten passt. Dieser Bildeinsatz sieht zurückhaltend, aber wertig aus. Der Fotobuchanbieter posterXXL in München bietet für diese Lösung ein ausgestanztes Fenster im Umschlag an. Das auf der folgenden Seite gedruckte Motiv ist dann durch das Fenster zu sehen.

Ob das gefällt, ist durchaus Ansichtssache, aber für den einen oder anderen Einsatz möglicherweise eine gute Lösung.

Der Titel eines Buches funktioniert in etwa wie ein Plakat. In Sekundenbruchteilen des Betrachtens sollte es Interesse wecken, dazu anregen, das Buch in die Hand zu nehmen. Dabei kommt es stark auf die Eindeutigkeit des Motivs zum Thema an. Es darf auf keinen Fall zu kleinteilig sein und muss dem Inhalt genügend »Luft« bieten, um wirken zu können. Wenn Sie entscheiden, ein Porträt auf das Cover zu nehmen, sollten Sie darauf achten, dass die abgebildete Person den Betrachter anschaut.

Für die Konzeption des Titelbildes müssen Sie vorab festlegen, ob das Motiv »nur« vorne zu sehen sein soll, dann ist es als Hochformat anzulegen, oder als Titel und Rücktitel, dann wäre das Motiv als Querformat anzulegen, wobei dann ein Porträt in der rechten Hälfte des Motivs platziert sein muss.

Wenn Sie ein umfangreiches Buch mit vielen Seiten planen, müssen Sie bei der fotografischen Umsetzung Ihrer Bildidee beachten, dass der Buchrücken auch eine gewisse Dimension annimmt. Je dicker Ihr Buch ist, desto dicker ist auch der Rücken. Damit ergeben sich auch Gestaltungsmöglichkeiten, und je nach Anbieter können Sie unter Umständen auch den Buchrücken beschriften.



➤ **Abbildung 3.17**

Die porträtierte Person schaut in die Kamera und damit natürlich dem Leser in die Augen. (Titelgestaltung Nina Eibelshäuser, Foto: Alexander Basta)



⤴ **Abbildung 3.18**

Ein Beispiel eines für Titel und Rücktitel gut geeigneten Porträts. Die rote Linie markiert den Falz.



⤴ **Abbildung 3.19**

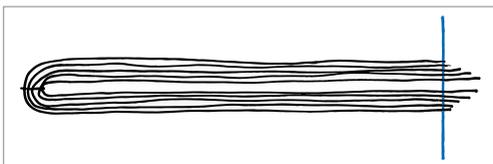
Biegsam wie ein Taschenbuch. Der Titel ist vorgerillt und »knickt« ab. Die Inhaltsseiten lassen sich schön blättern. Allerdings muss man diese festhalten, sonst klappen sie wieder zurück. (Foto- und Buchgestaltung: Harald Bickel)

Ebenso beachtenswert ist, ob Sie ein Buch mit hartem Einband – Hardcover – oder ein Buch mit flexiblem Einband – Softcover – realisieren möchten. Das Softcover ist biegsam wie ein Taschenbuch und o macht es besonders viel Spaß, durch Ihre schönsten Fotogeschichten zu blättern. Je nach Ausführung wird der Buchrücken dicker oder dünner werden und eventuell für eine Lösung mit Titel und Rücktitel nicht geeignet sein.

Bei einer Broschüre oder einem Magazin liegen die Seiten im Hefteinband ineinander und werden von zwei Klammern – einer sogenannten *Rückstichbindung* – gehalten. Dadurch entsteht kein Buchrücken, über den Sie

dann auch das Titelbild nicht laufen lassen können. Bitte beachten Sie im Vorfeld bei Ihrer Planung auch, dass je nach von Ihnen gewählter Version die Seitenanzahl begrenzt ist. Bei unserem Beispiel in Abbildung 3.21 sind es maximal 80 Seiten.

Ferner sollten Sie beachten, dass beim Falzen einer hohen Seitenanzahl ein sogenannter *Bundversatz* entsteht (siehe Skizze in Abbildung 3.20). Die inneren Seiten werden dabei verdrängt und nach außen gedrückt. Damit randnahe Objekte wie Seitenzahlen, Linien oder andere Elemente nicht angeschnitten werden, sollten Sie diese Verdrängung bereits beim Anlegen Ihres Layouts



⤴ **Abbildung 3.20**

Skizze zum Bundversatz

» **Abbildung 3.21**

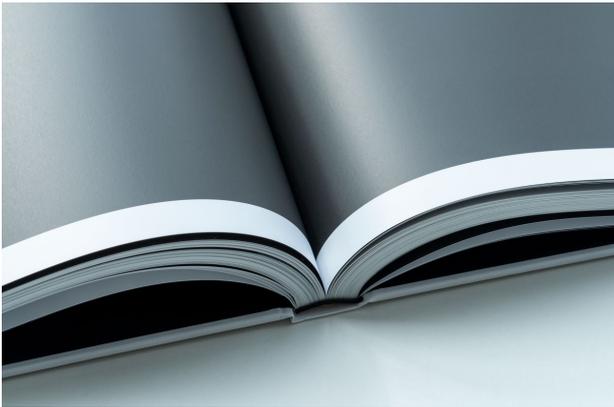
Hier sehen Sie gut die unterschiedlich breiten Seiten. Je weiter die Seiten im Heft liegen, desto weniger breit werden sie.



berücksichtigen. Am besten suchen Sie diesbezüglich nach Hinweisen auf den Webseiten der jeweiligen Druckdienstleister oder fragen konkret an.

Bei einem Buch mit Hardcover liegen die Seiten zumindest in der ungefähren Mitte von allein. Zu Beginn und am Schluss müssen Sie die einzelnen Seiten durchaus mit der Hand während der Betrachtung festhalten, damit die Seiten sich nicht »von allein zublättern«.

Last but not least spielt die Wirkung Ihres Titelfotos für die Wahl des Covers eine entscheidende Rolle.



⤴ **Abbildung 3.22**

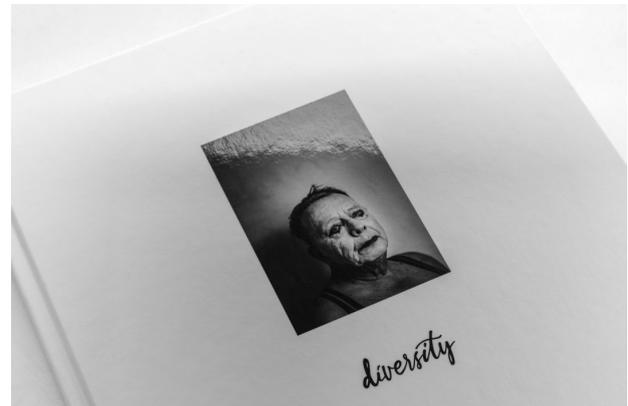
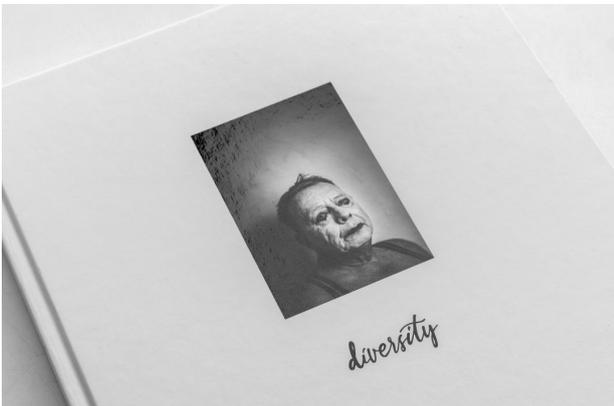
Ein Hardcover mit Fadenbindung, mittig aufgeschlagen
(Foto- und Buchgestaltung: Andreas Jorns)

Hochglanz oder matt? In Abbildung 3.23 sehen Sie ein Fotobuch mit mattem Papier und einem hochglänzend aufgedruckten Motiv. Je nach dem, in welcher Umgebung Sie das Buch nun betrachten, wird das glänzende Motiv zum »Spiegel« des einfallenden Lichts und wirkt dann sehr kontrastarm. Die Tiefen – das Schwarz – gehen fast verloren. Wenn Sie sich jetzt das gesamte Cover in Hochglanz vorstellen, würde von dem Porträt je nach Licht nur noch ein Bruchteil übrig bleiben.

Zum Vergleich haben wir Ihnen in Abbildung 3.23 rechts einmal einen Teil des Fotos abgeschattet. Durch das Wegnehmen der Spiegelung durch eine schwarze Pappe kommt der eigentliche Kontrast der Aufnahme wieder voll zur Geltung. So würde dann das Porträt in einem matten Druck wirken, die Tiefen sind wieder voll vorhanden.

VEREDELUNG NUR MIT HARDCOVER

Übrigens ist eine von Fotobuchherstellern angebotene sogenannte *Veredelung*, wie zum Beispiel Hochglanzlackierung, nur in Verbindung mit einem Hardcover möglich.



⤴ **Abbildung 3.23**

Links: Bei diesem gezeigten Lichteinfall wirkt das hochglänzend gedruckte Porträt flau. Rechts: Mit einer Pappe haben wir die untere Hälfte der Abbildung abgeschattet. (Foto- und Buchgestaltung: Andreas Jorns)

Das nächste Beispiel in Abbildung 3.24 zeigt Ihnen ein über den gesamten Titel gedrucktes Hochglanzfoto. Die Brillanz des Fotos ist ohne Spiegelung deutlich höher als bei einem matten Cover. Aber wie schon erwähnt, spielt für die Wirkung bei der Betrachtung das Umgebungslicht eine entscheidende Rolle.



↗ **Abbildung 3.24**

Das Beispiel zeigt ein Hardcover mit Hochglanzveredelung; weil gut abzuwischen, gut für die Brillanz des Motivs, nur nicht im Gegenlicht. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)

3.3 Papiere

Glänzend oder matt, mit Schutzlack, Fotopapier, strukturiertes Papier – es gibt viele Möglichkeiten. Was eignet sich wofür, worauf muss man achten? Stöbern Sie die Webseiten der Anbieter einmal durch. Der Anbieter PIXUM aus Köln liefert zum Beispiel gegen 5 € Schutzgebühr ein kleines Papiermusterbüchlein.

Papier

Auch das Papier sollte als wichtiger Träger der Bildqualität den Inhalt Ihrer Geschichte adäquat transportieren. Hochglänzendes Papier ist für eine ernste Geschichte möglicherweise nicht der passende Träger. Sie müssen auch berücksichtigen, dass es Papiersorten gibt, auf de-

nen zwar Ihre Fotos brillant zu sehen sind, die aber auch anfällig für Fingerabdrücke sind.

Bei der Wahl des Papiers sollten Sie über das einzelne Bild hinausdenken und auch die zu erzählende Geschichte insgesamt und die (langjährige) Handhabung des Buches bedenken. Überlegen Sie vorab gut, ob Ihre Bilder »laut« oder »leise« daherkommen sollen. Das heißt, tritt die Oberfläche vor den Inhalt der Fotos oder hält sie sich dezent zurück? Auch hier gilt wie häufig in der Gestaltung – weniger ist mehr. Die Geschichten sollten von den Inhalten der Fotos erzählt werden und nicht von einer Papieroberfläche.

Digitaldruckpapier

Digitaldruckpapier gibt es von den meisten Anbietern in zwei Qualitäten: einmal als samtig-mattes, angenehm unaufdringliches Material und zum anderen als hochglanzveredeltes Papier. Das matte Papier zeigt eher weiche Kontraste und »duftige« Farben. Die Hochglanzveredelung hingegen bringt die Farben Ihrer Fotos eher zum Leuchten. Das veredelte Papier ist auch prädestiniert für brillante Schwarzweißfotos. Diese Wirkung entsteht auch durch den Einsatz einer UV-Schutz-Lackierung. Die Lackierung macht das Papier zudem in gewisser Weise unempfindlich gegenüber Feuchtigkeit – in die Badewanne können Sie das Buch trotzdem nicht mitnehmen.

Jede Papierart ist je nach Fotobuchanbieter auf eine bestimmte Seitenzahl begrenzt, da häufig eine Papiergrammatur von mindestens 170 g/m² angeboten wird. So wird ein Durchscheinen der Fotos von der Rückseite vermieden.

Fotopapier

Die Seiten eines Fotobuches mit Fotopapier – manchmal auch Premiumpapier genannt – sind nicht gedruckt, sondern fotografisch belichtet und mit besonderen Verfahren entwickelt. Das heißt, der Eindruck eines »echten« Fotos bleibt bestehen. In Verbindung mit der Lay-Flat-Bindung, wie in Abbildung 3.25 zu sehen, hat man den Eindruck eines »echten« Fotoalbums. Einige Anbieter sprechen daher auch von Echtfotopapier, das zum Beispiel von den



« Abbildung 3.25

In dieser Abbildung sehen Sie schön, wie flach ein Buch aus Fotopapier mit »Lay-Flat-Bindung« liegt. Allerdings sehen Sie auch, dass der Falz durchaus sichtbar bleibt. Beispiel von PIXUM. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)

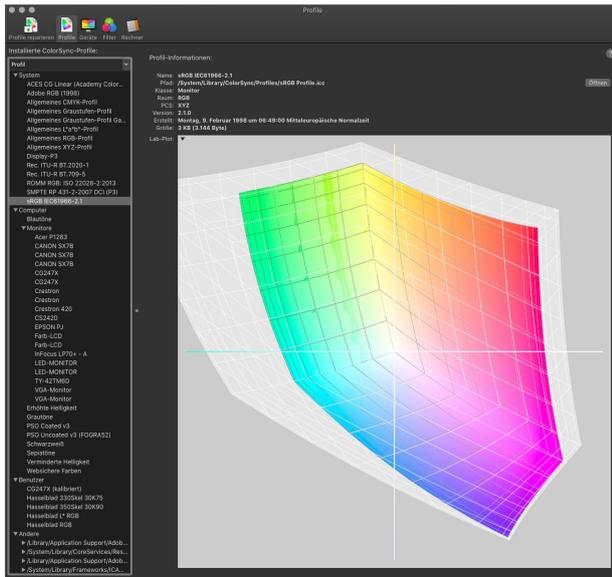
traditionellen Herstellern Kodak oder Fujifilm gefertigt wird. Hierzu müssen Sie wissen, dass sich eine Seite im Endprodukt aus zwei aneinandergeliebten Fotoabzügen zusammensetzt. Das macht die einzelnen Seiten zwar sehr stabil, führt aber oft zwangsweise zu einer Lay-Flat-Bindung und macht das Blättern unter Umständen etwas »steifer«. Lassen Sie sich nicht von Echtfotopapier locken, nur weil Sie ein Fotobuch machen möchten. Es gibt wirklich viele andere fantastische Papiersorten, die entsprechend Ihrer Geschichte vielleicht auch besser in Ihre Gestaltung passen.

Digitaldruckpapier vs Fotopapier in der Produktion

Der Unterschied zwischen Digitaldruckpapier und Echtfotopapier besteht nicht nur im Material, sondern auch in der Art des Produktionsverfahrens. So findet die Verarbeitung des Fotopapiers »wie früher« durch Belichtung der Daten im großen Adobe-RGB-Farbraum – so wie das Foto aus der Kamera kommt – und anschließender Entwicklung statt. Dadurch ergibt sich eine höhere Farbbrillanz gegenüber dem Digitaldruck. Der belichtete »Abzug« einer Buchseite hat oft eine erkennbar höhere Schärfe und zeichnet sich durch eine besondere Schärfentiefe aus.

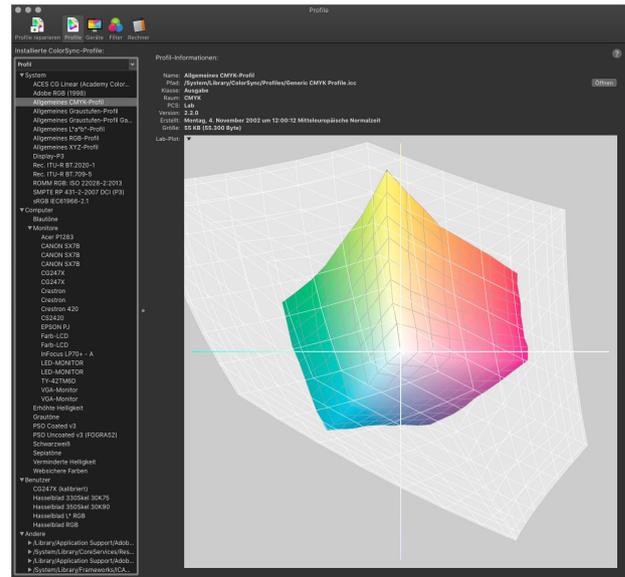
Beim Digitaldruck wird ein dünneres Papier verwendet, auf das die einzelnen Motive im Laserdruckverfahren im deutlich kleineren CMYK-Farbraum – Cyan, Magenta, Yellow und Key für Schwarz – gedruckt werden. Die Bilddaten werden in ihren Farben elektronisch ausgewertet und mittels kleiner Punkte wie in einem Raster auf das Papier übertragen. Beim Digitaldruck werden dann die Seiten beidseitig bedruckt und nicht rückseitig mit dem anderen Motiv verklebt. Im Prinzip, wie Sie es vom klassischen Offsetdruck her kennen.

Grundsätzlich wollen wir Ihnen an dieser Stelle empfehlen, Ihre Bilddaten immer in Adobe RGB und nicht in sRGB zu erstellen. Der sRGB-Farbraum ist in der Regel in den Kameras voreingestellt, weil das der Farbraum ist, in dem Bildschirme, Beamer und kleine Office-Drucker arbeiten. Auch dieser Farbraum ist aber ähnlich wie der CMYK-Farbraum deutlich kleiner als der Adobe-RGB-Farbraum. In Verbindung mit dem Raw-Format kann Ihre Kamera im Adobe-RGB-Farbraum deutlich mehr Dynamik zeigen. Der Wechsel der Farbräume ist leicht in Ihrem Kameramenü umzustellen. Ein Umrechnen von Adobe RGB in sRGB ist immer möglich, der umgekehrte Weg nicht. Dazu müssen Sie wissen, dass die Fotobuchdruckereien aus diesem »Wust« unterschiedlichster Dateien größtmögliche Qualität zum kleinstmöglichen Preis he-



⇧ **Abbildung 3.26**

Die graue Fläche markiert den größeren Adobe-RGB-Farbraum, die farbige den sRGB-Farbraum.



⇧ **Abbildung 3.27**

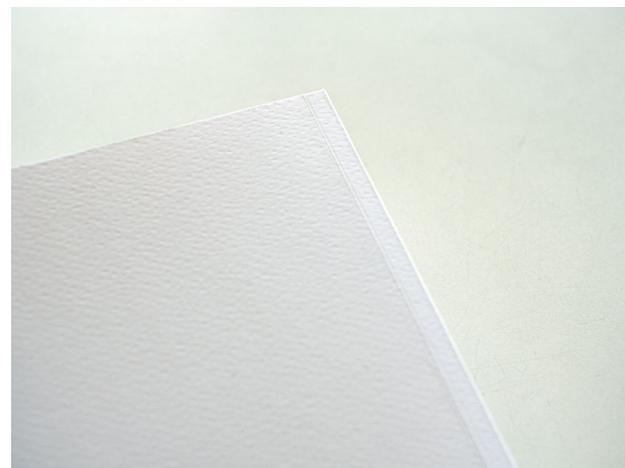
Der graue Bereich markiert den Adobe-RGB-Farbraum, der farbige hingegen den deutlich kleineren CMYK-Farbraum.

rausholen müssen. Deshalb bewegen sich alle auf dem kleinsten, gemeinsamen (Farb-)Nenner – sRGB, Smartphonefotos eingeschlossen. Wir empfehlen unseren Kursteilnehmern aber immer, natürlich das bestmögliche – Adobe RGB in Verbindung mit Raw – aus deren Kameras herauszuholen, schlechter wird es von allein!

Strukturiertes Papier

Die meisten Fotobuchanbieter verzichten auf strukturiertes Papier, vermutlich aus produktionstechnischen Gründen, sicherlich aber mehr aus Sicht der Lagerhaltung unterschiedlicher Papiersorten. Ein guter Grund ist auch, dass die Brillanz Ihrer Fotos auf strukturiertem Papier deutlich geringer ist. Wenn Sie strukturiertes Papier haben wollen, landen Sie in der Regel bei einer »normalen« Druckerei. Bei dem Beispiel des Fotobuches von Andreas Jorns »Diversity« in Abbildung 3.23 nennt sich das Papier des Inhalts »Profibulk 1.1«, hat eine Grammatur von 170 g/m² und wurde bei der Druckerei Siepmann in Hamburg verarbeitet. Sie können strukturiertes Papier

einsetzen, wenn Sie eine sehr wertigen Eindruck Ihres Buches hinterlassen möchten. Denken Sie an hochwertiges Briefpapier.



⇧ **Abbildung 3.28**

Durch Prägung entsteht eine Struktur im Papier. (Foto- und Buchgestaltung: Harald Bickel)

Gestrichenes Papier

Das gestrichene Papier, auch Kunst- oder Bilderdruckpapier genannt, ist ein Papier, bei dem die Oberfläche mit einem Bindemittelauftrag, dem sogenannten *Strich*, veredelt ist. Als Material für den Bindemittelauftrag wird »Streichfarbe« verwendet, deren Hauptbestandteil Kreide, Kaolin, Kasein oder Kunststoffdispersion sein kann. Das Papier bekommt dadurch eine geschlosseneren, glattere und stabilere Oberfläche, wodurch eine hohe Detailwiedergabe – insbesondere bei Schwarzweißfotos – und eine brillantere Erscheinung nach dem Druck erreicht wird. Das Buch in Ihren Händen wurde auf gestrichenem Papier gedruckt. Papier ohne einen Bindemittelauftrag wird als ungestrichenes Papier oder Naturpapier bezeichnet.



⤴ Abbildung 3.29

Ein Magazin mit matt gestrichenem Papier
(Titelgestaltung: Nina Eibelshäuser, Foto: Alexander Basta)

Glänzendes Papier

Der erste Gedanke bei glänzendem Papier geht bei Ihnen sicher in die Richtung Brillanz. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass der visuelle Eindruck der Fotos schärfer und farbiger ist. Insbesondere unter den richtigen Lichtbedingungen. Bei dunklen Motiven – auch in Schwarzweiß – wird es aber stellenweise schwierig, die Tiefe des Motivs zu erkennen. Hier kann unsere Empfeh-

lung nur lauten: Probieren Sie es aus! Verwenden Sie das Papier in einer preiswerten Buchform und fordern Sie es mit Ihren »schwierigsten« Aufnahmen.



⤴ Abbildung 3.30

Die Abbildung zeigt, wie der Glanz, der eine bessere Bildbrillanz bringt, die Tiefe aus der Abbildung nimmt. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)



⤴ Abbildung 3.31

Gegen eine dunkle Fläche gehalten, bekommt die Aufnahme auf glänzendem Papier ihren ursprünglichen Kontrast. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)

Mattes Papier

Die Bezeichnungen der Fotobuchanbieter sind auch bei mattem Papier sehr unterschiedlich. Manche sprechen von seidenmatter Optik, andere von Edelmatt. Inwieweit das matte Papier gut gegen Fingerabdrücke ausgerüstet ist, müssten Sie im Zweifelsfall selbst ausprobieren. Wenn Sie die unterschiedlichen Webseiten durchstöbern, stoßen Sie vielleicht auf die Möglichkeit, Papiermuster anzufordern, womit Sie die unterschiedlichen Wirkungen gut beurteilen können.

Zumindest sind die Papiermuster für Sie ein erstes Hilfsmittel, um zum Beispiel einmal mattes mit edelmattem Papier vergleichen zu können. Das bedeutet jedoch nicht, dass Ihre Daten dann identische Wirkungen haben werden. Also auch hier gilt: in preiswerter Form erst einmal ausprobieren.



Andere Papiersorten

Im Allgemeinen haben Sie bei herkömmlichen Fotobuchanbietern zwar eine große Papierauswahl, jedoch bieten alle – bis auf wenige Ausnahmen – ähnliche Papiersorten an. Entscheiden müssen Sie sich grundsätzlich zwischen Digitaldruck und Echtfotobelichtung. Es kann auch sein, dass Anbieter eine bestimmte Buchart mit einem festgelegten Papier verbinden. Die Papierstärke, angegeben in g/m^2 , spielt eine große Rolle in der Handhabung Ihres Buches. So ist ein Buch mit einem Digitaldruckpapier in 200 g/m^2 oder mehr schon störrisch. Zum Vergleich: Ein »normales« Buch wie das in Ihren Händen hat eine Papierstärke von 135 g/m^2 . Auch hier achten Sie bitte im Vorfeld auf die entsprechende maximale Seitenanzahl, bezogen auf die Papiersorte.



⤴ **Abbildung 3.32**

Das für dieses Magazin verwendete matte Papier fasst sich wunderbar an und bietet nur einen reduzierten Reflex. (Foto- und Buchgestaltung: Lién Hessenauer)

⤵ **Abbildung 3.33**

Unterschiedliche Papiersorten in Postkartenformat. Der Farbkeil zeigt Ihnen die unterschiedlichen Farbwirkungen. Beim direkten Vergleich wird die Oberflächenwirkung noch deutlicher. (mit freundlicher Unterstützung von ©pixum Köln)

Wenn Sie etwas anderes haben möchten, müssen Sie auf »herkömmliche« Druckereien oder Onlinedruckereien zurückgreifen. Die Beschäftigung damit kann hin und wieder von großem Vorteil sein. Entgegen landläufiger Meinung sind diese Druckereien eben nicht viel teurer als die üblichen Fotobuchanbieter. Da lohnt sich schon mal ein Blick in Ihre nähere Umgebung. Das kann Sie auch zu dem Vorteil führen, sich vor Ort beraten zu lassen. So können Sie gegebenenfalls mit Ihren wichtigsten Aufnahmen mit den Fachleuten über das dafür beste Papier sprechen. Auch für die Vorbereitung der Daten, die Druckvorstufe, gibt es dabei wichtige Hinweise, zum Beispiel über die Verwendung eines bestimmten Farbprofils.

ICC-PROFILE

ICC ist die Abkürzung für *International Color Consortium*, einen Zusammenschluss vieler Hersteller von Grafik-, Bildbearbeitungs- und Layoutprogrammen. Das ICC wurde 1993 mit der Absicht gegründet, eine Vereinheitlichung von Farbmanagementsystemen zu erzielen.

Ein ICC-Profil, also ein Farbprofil, ist ein genormter Datensatz, der den Farbraum eines Farbeingabe- oder Farbwiedergabegeräts, zum Beispiel Monitor, Drucker, Scanner usw., beschreibt. Ihre Kamera verfügt in der Regel über zwei Farbräume: sRGB und Adobe RGB. Ziel eines konsequent eingesetzten Farbmanagements ist es, dass eine Vorlage, die mit einem beliebigen Eingabegerät erfasst wurde, an anderen Ausgabegeräten möglichst ähnlich wiedergegeben wird. Farbmanagementsysteme können Geräte wie Scanner, Digitalkameras, Monitore, Drucker sowie Film- und Plattenbelichter aufeinander abstimmen. Die Farbe wird dann am PC schon den Druckbedingungen annähernd entsprechend angezeigt.

» Abbildung 3.34

Screenshot des Profils des Fotobuchanbieters WhiteWall für ein bestimmtes Fujifilm-Fotopapier. Es werden zahlreiche Parameter wie Weißpunkt, Schwarzwert und Gamut angepasst, um schon am Monitor einen Eindruck davon zu vermitteln, wie das Bild auf dem entsprechenden Papier wirkt.

Das Papier und das ICC-Profil

Im Profibereich geht man schon in der Bearbeitung der Bilddaten auf die finale Papiersorte mit einem sogenannten *ICC-Profil* ein. Dieses berücksichtigt auch, dass unterschiedliche Papiersorten die Druckfarbe unterschiedlich aufnehmen und dadurch jeweils andere Wirkungen hinterlassen.

Der (kalibrierte) Bildschirm

Machen Sie sich im Zusammenhang mit ICC-Profilen unbedingt bewusst, dass Ihr Bildschirm die entscheidende Schnittstelle zwischen Ihren Bilddaten und der Druck-

Als Beispiel, wie so etwas aussieht, zeigen wir Ihnen hier das ICC-Profil des Anbieters WhiteWall für ein Papier von Fujifilm, das Fujicolor Crystal Archive DP II (220 g/m²), Velvet.

#	Attribut	Daten	Größe	Beschreibung
z	Kopfzeile		128	
1	„desc“	„mluc“	86	Mehrsprachige Profilbeschreibungen
2	„cprt“	„mluc“	72	Mehrsprachige Strings
3	„wtpt“	„XYZ“	20	Medien-Weißpunkt
4	„bkpt“	„XYZ“	20	Medien-Schwarzwert
5	„A2B0“	„mAB“	328.632	Anpassungsart-0, Gerät an PCS-Konverti
6	„A2B1“	„mAB“	328.632	Anpassungsart-1, Gerät an PCS-Konverti
7	„A2B2“	„mAB“	328.632	Anpassungsart-2, Gerät an PCS-Konverti
8	„B2A0“	„mBA“	336.820	Anpassungsart-0, PCS an Geräte-Konver
9	„B2A1“	„mBA“	328.632	Anpassungsart-1, PCS an Geräte-Konvert
10	„B2A2“	„mBA“	328.632	Anpassungsart-2, PCS an Geräte-Konver
11	„gamut“	„mBA“	109.612	PCS an Gamut-Prüftabelle
12	„chad“	„sf32“	44	Matrix zur Chroma-Adaptation
13	„cxF“	„ZXML“	181.939	
14	„gbd0“	„gbd“	115.268	
15	„gbd1“	„gbd“	115.268	
16	„gbd2“	„gbd“	115.268	
17	„gbd3“	„gbd“	115.268	
18	„meta“	„dict“	72	
19	„view“	„view“	36	

Größe: 2,7 MB (2.733.316 Byte)
 Bevorzugte CMM:
 Spezifikationsversion: 4.2.0
 Klasse: Ausgabe
 Raum: RGB
 PCS: Lab
 Erstellt: 27.11.17, 12:54
 Plattform: Apple
 Markierungen: Beste Qualität
 Gerätehersteller:
 Gerätemodell:
 Geräteattribute: 00000000 00000000
 Anpassungsart: Fotografisch
 PCS-Lichtart: 0,96420, 1,00000, 0,82491
 Ersteller: „XRCM“
 MD5-Signatur: f915768c 0cb544b1 ab2c1e94 86ea7501

qualität Ihres Fotobuches ist. Nur über Ihren Bildschirm können Sie Helligkeiten und Farben Ihrer Fotos beurteilen und verändern. Und was noch viel wichtiger ist: Sie legen sich am Bildschirm auf bestimmte Werte fest, in der Überzeugung, dass das gedruckte Endergebnis auch genauso, wie Sie es auf dem Bildschirm sehen, später in Ihren Händen liegt. Das ist aber nur bei einem kalibrierten Bildschirm der Fall.

Wir sind sicher, dass Sie sich noch nie – oder schon lange nicht mehr – Gedanken über das Alter Ihres Bildschirms gemacht haben oder dass dieser heimlich, still und leise im Laufe von Jahren des Betriebs allmählich dunkler geworden ist oder sich gar auch noch einen Farbstich »eingehandelt« hat, ohne dass Sie es gemerkt haben. Wenn Sie über zwei Bildschirme verfügen, sollte Ihnen schon aufgefallen sein, dass es zwischen beiden offensichtlich zum Teil deutliche Helligkeits- und Farbunterschiede gibt. Nach welchem sollten Sie denn jetzt gehen? Ohne konkretes Druckergebnis im direkten Vergleich mit Ihrem Bildschirm ist das unmöglich zu entscheiden.

Dieser umfangreiche und komplizierte Bereich des Farbmanagements ist im digitalen Workflow für die Bildqualität verantwortlich. So ist im Laufe der Jahrzehnte in Druckereien die sogenannte *Druckvorstufe* auch immer wichtiger geworden. Da die Druckvorstufe meistens nur noch mit Daten umgehen muss, liegen dort keine Originalfotos als farb- und helligkeitsverbindliche Referenz vor. Um so wichtiger sind gut kalibrierte Bildschirme zu Beurteilung der Daten geworden. Diese Kalibrierung muss bei allen Bildschirmen in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden. Dabei werden die Bildschirme durch ICC-Profile auch auf die jeweiligen Druckmaschinen abgestimmt. Dafür gibt es kryptische Zahlenkolonnen, wie im Screenshot in Abbildung 3.34 zu sehen, die von den Druckereien zu Verfügung gestellt werden. Beim Schreiben eines Buch-PDFs sollten Sie für die Ausgabe des PDF dieses Profil dann aufrufen. Damit wird dann Ihr geschriebenes PDF an die entsprechende Druckvorstufe und an den Druckvorgang angepasst. Es sei auch noch erwähnt, dass ab einem gewissen Alter – meist nicht mehr als zwei bis drei Jahre – die Bildschirme in den Druckereien dann auch erneuert werden.

Die Druckereien der Fotobuchanbieter haben zudem noch die lange Erfahrung mit eintreffenden Bilddaten aus den unterschiedlichsten Quellen und den Wünschen Ihrer Kunden. Die »Mixtur« aus diesen »Zutaten« macht es möglich, dass eine erstaunlich hohe Anzahl von gedruckten Büchern im Jahr Ihre Empfänger zufriedenstellen kann. Eine Statistik spricht von rund 9 Millionen Fotobüchern in einem Jahr in Deutschland. Laut derselben Statistik ging das im Jahr 2007 mit gerade mal 1,5 Millionen Büchern los. Allerdings wird laut Prognose der Verkauf auf hohem Niveau von ca. 9 Millionen über die nächsten Jahre eher stagnieren (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/274381/umfrage/absatz-von-fotobuechern-in-deutschland>). Trotz eines hohen Grades an standardisierten Methoden wird, verbunden mit hohem technischen Know-how, offensichtlich der unterschiedliche Anspruch der Endkunden von den Fotobuchanbietern bedient. Nutzen Sie also diese Möglichkeit, um zu einem preiswerten, aber wertigen Druckwerk zu kommen.

Sollten Sie jedoch einen besonderen Anspruch an Ihr Buch, an Bindung und Umschlag haben, dann führt Ihr Weg wohl zu den (Online-)Druckereien.

3.4 Bindung und Umschlag

Fadenheftung oder Klebebindung? Mit Leporellobindung oder mittigem Falz? Matt oder glänzend? Gepolstert oder mit Schutzumschlag? Die Bindung und der Umschlag haben auf jeden Fall – neben dem praktischen Nutzen – auch immer einen gestalterischen Aspekt.

Klassische Buchbindung

Die klassische Buchbindung verwendet hochwertigen Leim, um die Innenseiten und die Vorsatzblätter miteinander zu verbinden. Die Falzlagen der Innenseiten werden in den Druckereien vorab noch vernäht. Diese schon über viele Jahrzehnte – eher Jahrhunderte – perfektionierte Buchbindung bietet immer noch das höchste Maß an Stabilität und Lebensdauer. Wenn Sie also beabsichtigen, ein Buch zu machen, das durch viele Hände gehen

und viele Jahre überdauern soll, dann ist das sicher diese Fadenbindung die Bindung Ihrer Wahl.

Unterschiedliche Fadenbindungen, auch mit sichtbarem, eventuell sogar farbigem Faden, geben Ihrem Buch eine besondere Note. Der sichtbare, dicke weiße Faden in Abbildung 3.36 sieht zwar schön aus, das Buch lässt sich allerdings sehr schwer blättern und die Seiten bleiben nicht geöffnet. Das ist allerdings auch keine herkömmliche Fadenheftung, sondern eine gestalterische.



⤴ **Abbildung 3.35**

Klassische Buchbindung, bei der Seitenlagen miteinander vernäht und verleimt werden (Foto- und Buchgestaltung: Andreas Jorns)



⤴ **Abbildung 3.36**

Dekorative Fadenheftung für eine Diplomarbeit. Allerdings lässt sich das schwere Papier in Verbindung mit der Fadenheftung schwer blättern. (Grafik und Buchgestaltung: Thomas Golenia)

Im gezeigten Beispiel liegt es natürlich auch an der übigen Papierdicke des Umschlags mit 350 g/m² und der Inhaltsseiten mit 150 g/m². Wählen Sie für ein dünneres Papier diese ausdrucksstarke Bindung, so lässt sich das Buch auch wieder besser blättern.

Dieses Buchbeispiel zeigt schön, dass Sie alle Aspekte eines Buches verbunden miteinander betrachten müssen und diese Aspekte natürlich auch immer als Gestaltungselement einsetzen können. Jede einzelne Entscheidung bei der Ausstattung zieht eine entsprechende Konsequenz nach sich.

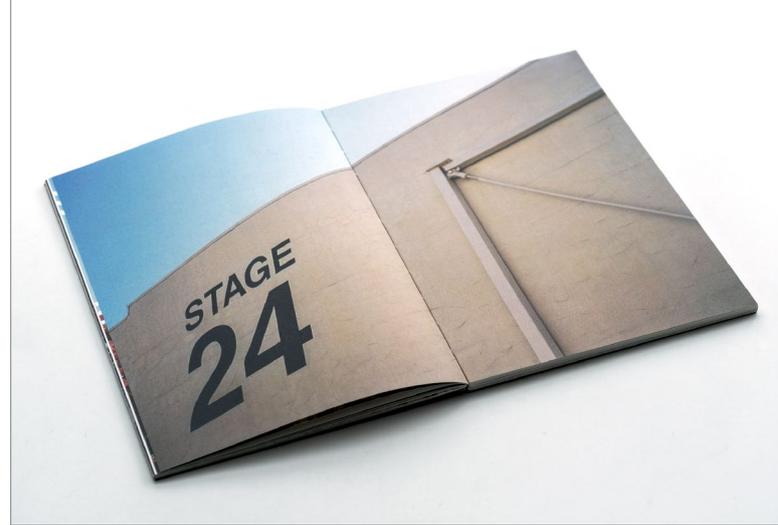
Bei den üblichen Fotobuchanbietern können und sollten Sie sich auch nach den Empfehlungen richten. Fadenbindungen werden hier selten – weil teurer – angeboten.

Das Büchlein mit Fadenbindung und offenem Rücken in Abbildung 3.37 sieht auf den ersten Blick etwas »unordentlich« aus. Die Bindung hat aber den Vorteil, dass das Buch aufgeschlagen plan liegen bleibt.

Bei der Verarbeitung eines Buches mit offener Fadenbindung werden die Druckbogen zu Falzlagen gedruckt und mit einem Faden vernäht. Anschließend wird die Broschüre am Buchrücken fadengeheftet. Dabei haben Sie die Möglichkeit, den hochwertigen Heftfaden aus unterschiedlichen Farben zu wählen.

Die offene Fadenbindung kann dann mit Softcover- oder Hardcoverumschlägen verarbeitet werden oder





⤴ **Abbildung 3.37**

Buch mit Fadenbindung und offenem Rücken. (Foto- und Buchgestaltung: Dennis Zorn und Jonas Möllenbeck)

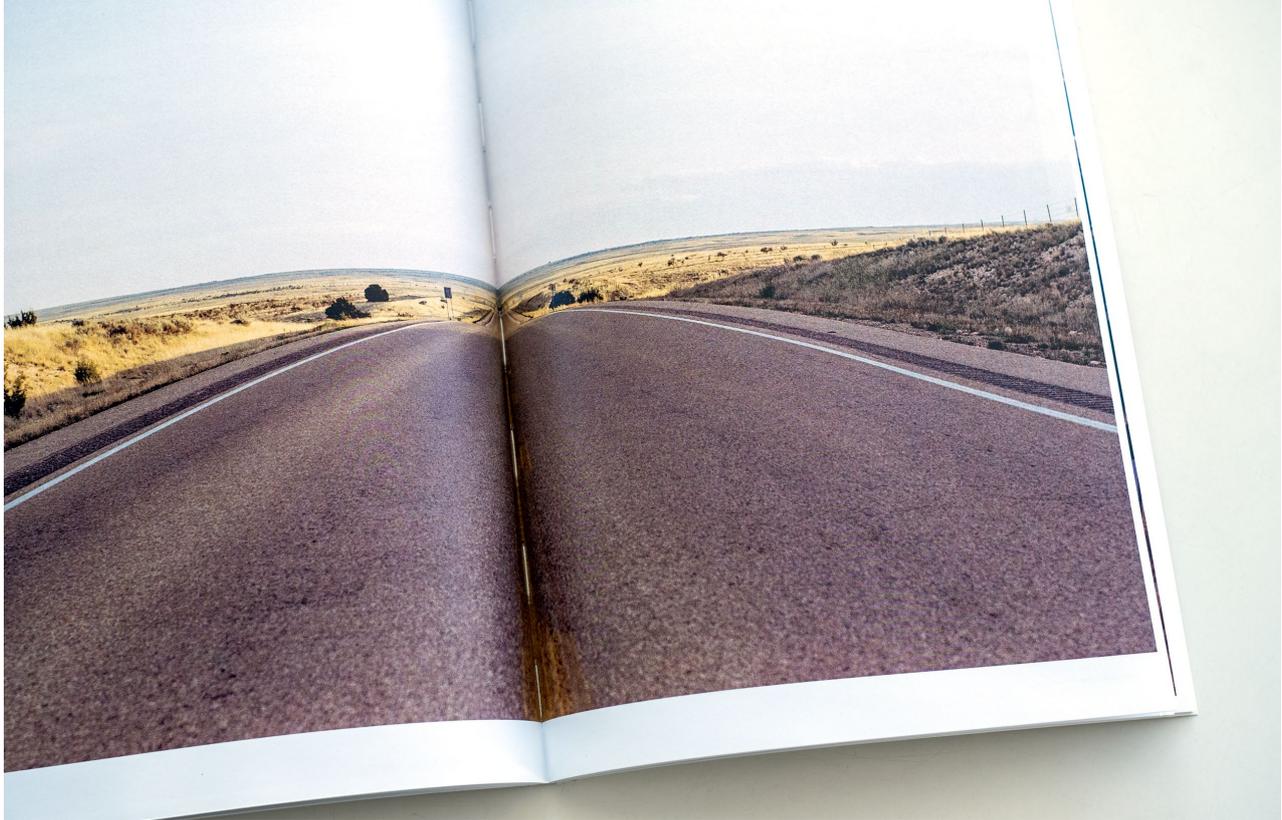


⤴ **Abbildung 3.38**

Ein bewusst gewählter, roter Faden setzt einen schönen Akzent. Bei diesem Buch gibt es je Falzlage viermal einen sichtbaren Faden. (Foto- und Buchgestaltung: Dennis Zorn und Jonas Möllenbeck)

einfach ohne Umschlag gefertigt werden. Der Buchrücken bleibt bei all diesen Möglichkeiten der Fadenbindung offen. In unserem Beispiel in Abbildung 3.38 rechts sehen Sie vier sogenannte *Falzlagen*, die jeweils in der Mitte innen den Faden zeigen. Dieser sichtbare Faden kann (und muss) mit in die Bildauswahl einbezogen wer-

den. Mit einer offenen, handgebundenen Fadenbindung können Sie Ihrem Druckwerk bis ca. 280 Seiten eine edle Note verleihen. Ein auffällige, aber natürlich nicht ganz preiswerte Verarbeitung, die auch nicht für eine größere Auflage geeignet ist.



⤴ **Abbildung 3.39**

*Magazin mit Softcover und klassischer Fadenheftung
(Foto- und Buchgestaltung: Benjamin Messingschlager)*

Bei Onlinedruckereien können Sie meist nur auf bestimmte, vorgegebene Papierverarbeitungskombinationen zurückgreifen. Wenn Sie mit einer herkömmlichen Druckerei zusammenarbeiten, können und sollten Sie sich beraten lassen. Übrigens, der Besuch einer Druckerei oder Buchbinderei ist auch ohne direkten Bindeauftrag immer ein faszinierendes Erlebnis, das Sie sich unbedingt bei einem »Tag der offenen Tür« einmal gönnen sollten.

Klebebindung

Die Klebebindung wird in der Regel in Verbindung mit einem Softcover angewendet. Im Verlauf der Buchproduktion werden die »Rohbogen«, also die einzelnen, mit Bildern bedruckten Seiten, gesammelt, beschnitten und der offene Buchrücken mit der Klebebindung gefestigt.

Die mit Kalt- oder Heißleim durchgeführte Bindeart hat sich gegenüber der haltbareren Fadenheftung wegen der günstigeren Herstellung durchgesetzt. Während sich beim fadengehefteten Buch das Buch meistens flach aufschlagen lässt, muss auf diesen Vorteil bei der Klebebindung verzichtet werden, weil der verklebte Bereich eine größere Fläche einnimmt. Öffnet man das klebegebundene Buch zu weit, so »bricht« man ihm unter Umständen den »Rücken«. Ein so gebundenes Buch bleibt auch schlecht von selber liegen. Ferner besteht im Laufe der Jahre die Gefahr, dass sich einzelnen Seiten aus der Leimschicht lösen.

Klebebindungen sind auch in Kombination mit einem Hardcover zu finden und durch die Stabilität des Kartonumschlags dann länger haltbar. Die Gefahr, einem Buch mit Hardcover den Rücken zu brechen, ist deutlich geringer.



⤴ **Abbildung 3.40**

*Klebebindung bei einem umfangreichen Magazin mit Softcover
(Foto- und Buchgestaltung: Lién Hessenauer)*



⤴ **Abbildung 3.41**

*Klebebindung bei einem Buch mit Hardcover. Sie sehen hier gut, wie der Inhalt mit den grauen Vorsatzblättern verklebt ist.
(Foto- und Buchgestaltung: Gabriel Richter)*

Leporello oder Lay-Flat-Bindung

Die Leporello- oder Lay-Flat-Bindung scheint bei den meisten Fotobuchanbietern und deren Kunden beliebt zu sein, weil der Falz nur unauffällig in Erscheinung tritt. Dadurch geht in der Mitte Ihrer Aufnahme kein Inhalt verloren. Diese Bindeart wird häufig in Verbindung mit Echtfotopapier angeboten. Dabei werden dann die einseitig belichteten Aufnahmen gegeneinander vollflächig geklebt.

Der oder das Leporello – man nennt es auch »Faltbuch« –, ist ein faltbares Heft in Form eines langen Papier- oder Fotopapierstreifens, der sozusagen »ziehharmonikaartig« zusammengelegt und dann an den Rückseiten verklebt wird. Diese Bindeart wird von den Fotobuchanbietern gerne für das Zeigen von Panoramaaufnahmen empfohlen.



⤴ **Abbildung 3.42**

Lay-Flat- bzw. Leporellobindung. Links unten sehen Sie schön, wie die Rückseiten der einzelnen Bilder verklebt sind, um die Seiten zu bilden. (Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)



⤴ **Abbildung 3.43**

*Echtfotopapier in Leporellobindung
(Foto- und Buchgestaltung: Sarah Gritzan)*

Canon-HD-FlatSpread-Bindung

Die Canon-HD-FlatSpread-Bindung ist eine Besonderheit. Hinter dem Produktnamen steckt ein Spezialverfahren der Firma Canon, besser gesagt des Herstellers »Fotobuch« in Österreich. Dabei wird ein sehr starker Klebestreifen in das Blatt eingearbeitet. Dieser minimiert die Wölbung der Seiten und macht das Buch dadurch stabil. Das beidseitig bedruckte Papier wird mit bis zu 100 Seiten anschließend so gebunden, dass die Seiten beim Aufschlagen nahezu flach nebeneinander liegen. Die Seiten liegen weniger flach als bei der sonst üblichen Lay-Flat-Bindung, machen aber beim Betrachten des Buches einen »gebundeneren« Eindruck.

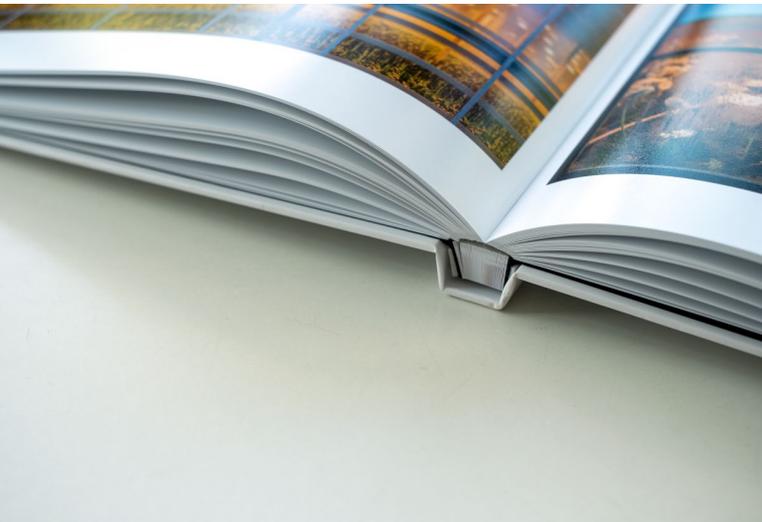
Heft oder Magazin mit Rückstichbindung

Hin und wieder wird die Rückstichbindung auch Rückstichdrahtheftung genannt. Das ist eine preiswerte Bindung, bei der in der Heftmitte Drahtklammern von außen nach innen durchgestochen und im Inneren dann gebogen werden. Diese Drahtheftung wird meist für dünne Hefte und Broschüren genutzt. Beim Umfang der zu hef-

tenden Drucksachen ist jedoch eine Grenze durch die Heftstärke gesetzt. Während bei Illustrierten mit niedrigen Papiergrammaturen noch 200 Seiten möglich sind, verringert sich die mögliche Seitenzahl bei höheren Grammaturen deutlich. Wenn Sie diese Heftung planen, sollten Sie sich beim Fotobuchanbieter Ihrer Wahl genau informieren.

Schraubbindung

Die Schraubbindung erinnert ein wenig an eine historische Kladde, einen richtig »dicken Schinken«, natürlich dann mit üppigem Ledereinband und möglicherweise noch mit Prägung in Gold! Auch das bekommt man teilweise von den Fotobuchanbietern geliefert. Dabei werden die Seiten des Fotobuches an der Rückseite etwas länger gelassen, damit die Fotos auch nach dem Verschrauben komplett sichtbar sind. Die Schraubbindung macht das Fotobuch dann zu einem »repräsentativen Werk«, das gerne für offizielle oder feierliche Anlässe genommen wird.



⤴ **Abbildung 3.44**

Ein Canon HDBook mit HD-FlatSpread-Bindung
(Foto- und Buchgestaltung: Volker Kesting)



⤴ **Abbildung 3.45**

Ein 80-seitiges Magazin mit Rückstichbindung



⤴ **Abbildung 3.46**

Musterbroschüre für Druckmaterialien mit einer Schraubbindung

Spiralbindung

Die Spiralbindung lässt das Fotobuch absolut flach liegen, allerdings mit einer sehr dominanten Spirale anstelle eines Falzes. Der Vorteil ist, dass Sie die Seiten komplett umschlagen können. Möglicherweise ist das eine schöne Art, ein Reisetagebuch binden zu lassen.



⤴ **Abbildung 3.47**

Bei nicht zu vielen Seiten ist die Spiralbindung eine praktische Bindeart. Zwischen der letzten Seite und dem Umschlag befindet sich die »Nahtstelle« der Spiralbindung.

Wenn es nicht zu groß ist, können Sie das Buch auch halbaufgeschlagen vor sich auf Ihren Schreibtisch stellen und jede Woche ein anderes Bilderpaar zeigen, dann vielleicht am besten in Postkartengröße. Der Anbieter Snapfish zum Beispiel bietet die Spiralbindung für ein individuell gestaltetes Notizbuch an.

Das richtige Druckwerk für mich

Denken Sie an ein Fotobuch, haben Sie bestimmt *ein typisches Buch* eines der herkömmlichen Fotobuchanbieter vor Augen. Dabei gibt es über ein »normales« Fotobuch hinaus noch viele andere Möglichkeiten, den eigenen Fotos eine Bühne zu bieten.

Was ist denn zum Beispiel mit einem gedruckten Portfolio mit einzelnen Themenkapiteln, die die Qualität Ihrer fotografischen Leistung über unterschiedliche Bereiche zeigen? Nicht so dick wie ein Buch, aber vielleicht hin und wieder zum Verschenken.

Oder eine Art Magazin, mit dem Sie sich einem ganz bestimmten Thema fotografisch genähert haben, eine Reportage über Seenotretter als Beispiel? Oder ein Bericht über Ihre Straßennachbarschaft oder einen Verein, 40 Seiten im Umfang und drahtgeheftet? Oder Sie machen eine Serie von kleinen DIN-A6-Heftchen mit viel



leicht je 16 Seiten zu unterschiedlichen Themen: »Meine schwarzweißen Highlights«, gefolgt von »Meine farbigen Highlights«.

Es sind Ihre Fotos, die eine Geschichte erzählen sollen, nicht das Druckwerk. Das Druckwerk kann und soll die Qualität Ihrer Geschichte zwar unterstützen, es soll aber nie Selbstzweck sein. Ein Fotobuch ist keine Ausstellung oder die haptische Erscheinung Ihres Archivs, sondern ein Medium, das Sie und andere im Laufe der Zeit immer wieder zur Hand nehmen können. Es weckt Erinnerungen, es gibt textliche Informationen, es kann auch dazu anregen, in ein bestimmtes Thema mit neuem Blick, vielleicht mit verbesserter Herangehensweise noch einmal einzutauchen.

3.5 Fotobuchanbieter im Vergleich

Schön ist natürlich, wenn bei dem Fotobuchanbieter Ihrer Wahl alles auf Anhieb klappt und Sie zufrieden sind. Dann sollten Sie bei diesem Hersteller bleiben und ohne guten Grund keine Experimente machen. Bedenken Sie, dass im Laufe der Jahre eine Sammlung von Büchern in gleicher Erscheinungsweise einen Seriencharakter bekommt – wenn Sie produktiv sind. Auch das zeichnet Sie als Bildautor dann aus. Und denken Sie nicht, das ist doch langweilig, immer die gleiche Buchform zu wählen. Nein, es sind Ihre neuen Bilder, die sich verändern, besser daherkommen und wieder eine neue Geschichte erzählen.

Leisten Sie sich eine anfängliche Findungsphase und stellen Sie zwei bis drei Dienstleister auf die Probe. Wenn Sie dann das richtige Format, bestückt mit dem richtigen Papier, umhüllt vom richtigen Cover ausfindig gemacht haben, bleiben Sie dabei und verfeinern Sie die Gestaltung konzentriert von Buch zu Buch.

Es gibt zahlreiche Anbieter von Fotobüchern. Wir haben hier, im November 2020, eine Auswahl der bekanntesten zusammengestellt – ganz neutral in alphabetischer Reihenfolge. Die Beschreibungen der einzelnen Anbieter konzentrieren sich auf die aus unserer Sicht spezifischen Angebote der Firmen und sollen Ihnen

eine Hilfestellung bieten, »Ihren« Anbieter ausfindig zu machen. Bedenken Sie, dass sich die Angebote ändern können und informieren Sie sich auch aktuell auf den Webseiten der Fotobuchanbieter.

albelli | Köln und Amsterdam

2011 wurde albelli unter dem Unternehmensnamen albumprinter als Teil von Cimpress gegründet und begann mit dem Verkauf von Fotobüchern in den Niederlanden. 2017 wurde albelli vom niederländischen Private-Equity-Investor Gilde Buy Out Partners übernommen. Es gibt ein großes Angebot an Themenfotobüchern mit entsprechendem Layoutvorschlag, in das nur Bilder eingefügt werden müssen, und es gibt die üblichen Einband- und Papieroptionen. Ein Blog und eine Fotobuchgalerie bieten Anregungen. Die Downloadsoftware gibt es für PC und Mac, zudem gibt es einen Onlinegestalter mit Onlinespeichermöglichkeit und dem sogenannten *Smart-Assistent*.

<https://www.albelli.de>

ALDI Foto | Essen

ALDI Foto bietet die Online- und Offlinegestaltung für Windows und Mac. Die Produktauswahl auf der Website gelingt einfach durch Anklicken. Die Produktpalette ist recht groß.

<https://www.aldifotos.de>

Bindit GbR | Hamburg

Bindit bezeichnet sich selbst als deutsche Qualitätsmarke für Premiumfotobücher und Buchbinderprodukte für Privatkunden, Firmen und Profifotografen. Die Website bietet die Möglichkeit des Downloads von Farbprofilen mit anschließendem *Profi-Upload*. Das Unternehmen betont den handwerklichen Schwerpunkt und den persönlichen Service. Ausdruck dessen sind zum einen die Vorschau eines individuell geprägten Buchtitels und zum anderen die Möglichkeit des Self-Publishings über den Anbieter.

<https://bindit.de>

Blurb | San Francisco in den USA

Blurb zeigt auf seiner Website schöne Buchbeispiele. Herstellbar sind Fotobücher, Taschenbücher, Zeitschriften und E-Books. Unter dem Namen *Bookify* finden Sie den Onlinedesigner, die Downloadsoftware unter dem Namen *BookWright*. Eine App für Smartphones ist ebenfalls zu erhalten. Eine Upload-Möglichkeit von PDFs besteht aus Adobe Lightroom, Photoshop oder InDesign. Auch ein Druck on demand wird angeboten. Blurb hat eine der umfangreichsten Produkt- und Servicepaletten.
<https://www.blurb.de>

Canon HDBook | Krefeld

Canon HDBook arbeitet mit *photobuch-online.com* und *photobook.at* zusammen (identisch). Die schöne, informative Website bietet eine spezielle HD-FlatSpread-Bindung. Die Fotobuchgestaltung erfordert eine Weiterleitung auf den Produzenten *photobook.at*.
<https://www.canon.de/hdbook>

CEWE FOTOBUCH | Oldenburg

Wohl der bekannteste Anbieter in Deutschland mit Sitz in Oldenburg ist CEWE, nach eigenem Bekunden Technologie- und Marktführer im Fotofinishing. CEWE bietet über verschiedene Händler eine Gratissoftware zur Fotobuchgestaltung an. Sie finden auf der Website eine gute Papierbeschreibung mit entsprechenden Fotos, um die Papieroberflächen ganz ordentlich beurteilen zu können. Der Anbieter wirbt mit Auszeichnungen einiger Nachhaltigkeitssiegel. Die übersichtliche Website führt Sie durch unterschiedlichste Angebote, weit über ein Fotobuch hinaus. Sie finden auch sogenannte »Inspirationen« für Fotoerinnerungen. Zur Unternehmensgruppe gehören noch die Vertriebsplattformen SAXOPRINT, LASERLINE und viaprinto.
<https://www.cewe.de>

Cinebook | Berlin

Cinebook ist eine Marke der easyDruck GmbH Berlin. Die Website bietet derzeit nur eine Softwaredownload-Mög-

lichkeit, die Upload-Möglichkeit eines PDFs über Vorlagen von Adobe InDesign, Lightroom und Photoshop ist angekündigt. Geplant ist ein Layoutservice. Kostenlos wird das sogenannte *CINEBOOK Digital* angeboten. Dieses kann jederzeit später gedruckt werden. Angeboten werden auch die handwerklichen Buchbindearbeiten in eigener Manufaktur.

<https://www.cinebook.de>

Colorland | Zaczernie in Polen

Colorland bietet eine große Auswahl an Fotobuchimpressionen mit vorgefertigten Schablonen. Die Fotobuchgestaltung ist nur online mit Schablonen möglich. Inhaber ist die Cyfrowa Foto SP in Polen.

<https://www.colorland.com/de>

Fotobook | Innsbruck in Österreich

Ist eine Marke des Printcenter Lamprechter GmbH. Von vier deutschen Fotografie-Magazinen im Test wurde die »Manufaktur« mit »sehr gut« ausgezeichnet. Der Anbieter hat eine übersichtliche und informative Website. Die Buchgestaltung kann online, über ein Programm oder aus einer App heraus bewerkstelligt werden. Dazu gibt es für alle Angebote eine Schritt-für-Schritt-Anleitung.

<https://fotobook.at>

Fotofabrik.de | Niederlande

Fotofabrik.de bzw. *Fotofabriek.nl* ist Teil von Chris Russell.BV. Chris Russell ist ein Full-Service-Werbebüro sowie eine digitale Druckerei und besteht seit 20 Jahren. *Fotofabrik.de* hat ein sehr großes, breit gefächertes Produktangebot vom Fotobuch über Speisekarten und Christbaumkugeln bis hin zu Weinkisten und nach eigenen Angaben das vielfältigste Fotobuchsortiment. Die Website verfügt über eine Downloadsoftware und die Möglichkeit, ein PDF über Adobe InDesign hochzuladen. Außergewöhnlich ist das Angebot eines Kartonbuches mit 1,2 mm dicken Kartonseiten, eigens für Kinder gedacht. Auch das klammergeheftete »Fotoheft« mit bis zu 60 Seiten ist interessant. Die Website bietet eine gut

funktionierende Echtzeit-Chatfunktion mit Mitarbeitern für wichtige Fragen.

<https://www.fotofabrik.de>

Fotokasten | Waiblingen

Das Unternehmen Fotokasten besteht seit 2000 und gehört mit myphotobook zur Deutsche Online Medien GmbH. Die Website bietet eine ordentliche Fotobuchübersicht. Eine Gestaltungssoftware kann heruntergeladen werden, doch auch die Onlinegestaltung ist möglich. Sie werden gut durch die Fotobucherstellung geleitet. Auch kleine Video-Tutorials gibt es.

<https://www.fotokasten.de>

FotoPremio | Lindenberg

Einen Softwaredownload gibt es nur für aktuelle Windows-Rechner, Benutzern von älteren Windows-Versionen und Macs wird der Onlinegestalter empfohlen. Die Gestaltungs-App gibt es für beide Smartphone-Welten. Das nennt sich dann *Ruck-Zuck-Fotobuch*[®] und ist in drei verschiedenen Größen in quadratisch erhältlich. Das Angebot ist sehr breit gefächert.

<https://www.foto-premio.de>

Ifolor AG | Kreuzlingen in der Schweiz

Die Software der Ifolor AG nennt sich ifolor Designer, sie ist für Windows und Mac sowie für IOS 11.4 und Android 5.0 kompatibel. Speziell für die mobile Version der Designer-App wurde das »Booklet« entwickelt. Fotografinnen und Fotografen geben in der Rubrik *Inspiration* Erfahrungen und Tipps weiter. Die Ifolor AG bietet sogar terminierte Webinare inklusive Chatfunktion für individuelle Fragestellungen an.

<https://www.ifolor.ch>

LIDL | Köln und Miami

Die Picanova GmbH besorgt die Fotobuchherstellung für den Handelsriesen LIDL. Die Website bietet eine Downloadsoftware für Windows und Mac sowie zur Inspiration

umfangreiche Designvorlagen. Neben Fotobüchern werden noch viele weitere Angebote aufgestellt.

<https://www.lidl-fotos.de>

Mixbook Photo Co. | Redwood City in Kalifornien

Dieses Angebot ist ausschließlich in Englisch verfügbar. Das Unternehmen Mixbook Photo Co. wurde 2006 gegründet. Sie können sich über Facebook oder per E-Mail registrieren und einloggen. Für den deutschen Markt ist der Anbieter eher uninteressant, weil er mit mindestens 10 € Versandkosten zu teuer ist.

<https://www.mixbook.com>

myFUJIFILM | Bonn

myFUJIFILM ist eine 100%ige FUJIFILM-Tochter und gehört zu ip.labs, einem weltweit agierenden Softwarehersteller. Der Anbieter hat eine große Produktpalette, weit über Fotobücher hinaus. Als Fotopapierhersteller bietet myFUJIFILM logischerweise ergiebige Informationen über Papier und Fotopapier. Bücher können über einen Onlinegestaltungseditor oder über eine Downloadsoftware gemacht werden. In der Onlineversion werden die Bilder und die Gestaltung automatisch zwischengespeichert und sind für 30 Tage verfügbar. Das setzt eine schnelle und stabile Internetverbindung voraus. Die Anleitung zur Installation der Software ist ordentlich. Eine kostenlose App für iOS und Android steht zur Verfügung und ist über die myFUJIFILM-Cloud jederzeit bearbeitbar.

<https://www.myfujifilm.de>

Myphotobook | Berlin

Myphotobook bietet auf seiner Website eine gute Übersicht an verschiedenen Bindungen und Formaten im Vergleich. Die Spiralbindung ist im Angebot enthalten. Seit 2004 mit einem ersten Fotobuch am Markt, gibt es seit 2012 das Angebot eines Echtfotobuches mit dem Fujifilm-Fotopapier Fujicolor-Crystal-Archive-Album-Paper, einem Silberhalogenid-Fotopapier für Farbfotos mit 250 g/m². Ansonsten wird ein Bilderdruckpapier mit

einer Grammatik von 170 g/m² verwendet. Gute didaktische Hinweise bietet die Website, wenn auch etwas versteckt. Angeboten werden auch sogenannte *Scrapbooks*, eine Kombination aus Fotoalbum und analogen Dekoelementen wie Stickern, Dekopapier, Washi-Tape oder auch selbstgemalten Bildern.

<https://www.myphotobook.de>

Photobox | Sartrouville in Frankreich

Zu Photobox gehören *hofmann.es* und posterXXL. Als Besonderheit hat Photobox ein teures »Fotobuch-Deluxe« mit gepolstertem Cover und 90 Seiten im Startpreis im Angebot, gedruckt auf Premiumpapier mit 260 g/m² in kostenloser Einsteckhülle. Das »Fotoheft-Retro« wird als ideales Reisetagebuch angepriesen. Ferner gibt es Bücher mit verschiedenen Fensterstanzungen auf dem Cover und ein Angebot von Büchern in acht verschiedenen Pantone-Farben.

<https://www.photobox.de>

PIXUM – Diginet GmbH | Köln

Das Unternehmen PIXUM besteht seit 20 Jahren. Es bietet eine umfangreiche Einführung in die Handhabung der eigenen Software zum Download für Firefox und Chrome, verfügbar für iOS, Windows und Linux. Eine App für iOS und Android zum Gestalten eines Fotobuches auf dem Smartphone ist ebenfalls verfügbar. Darin befindet sich die Funktion *Magic Books*, die quasi automatisiert einen Fotobuchentwurf auf Basis der Fotos im Gerätespeicher zusammenstellt. Aus der App heraus besteht auch die Möglichkeit, gegen geringen Aufpreis im Vergleich zum gedruckten Buch ein »E-Book« zu bestellen, das als PDF oder im EPub-Format geliefert wird.

<https://www.pixum.de>

posterXXL | München

posterXXL ist eine Tochtergesellschaft der PhotoBox Group und besteht seit dem Jahr 2004. posterXXL bietet verschiedene Themenwelten wie »Jahresrückblick« oder »Geburtstag« zur Inspiration an. Die Software ist sowohl

für Windows als auch macOS verfügbar. Außerdem gibt es unter dem Namen *Fotobuch Quick & Easy* auch eine Möglichkeit, mit dem Smartphone zum Beispiel ein Buch mit 24 Seiten im Format 20 × 20 cm zu gestalten. Zu jedem Buchprodukt gibt es ein informatives Datenblatt als PDF.

<https://www.posterxxl.de>

Saal Digital | Siegen

Häufiger Testsieger ist Saal Digital in Siegen. Hier gibt es ausschließlich Bücher in Lay-Flat-Bindung, dafür aber mit einer großen Auswahl an Umschlägen. Die Website ist übersichtlich. Sie haben die Möglichkeit, über die Saal-Designsoftware oder mit einem PDF-Upload zu arbeiten. Dabei können Sie Plug-ins für Adobe Photoshop und InDesign als Dateivorlagen herunterladen. Ferner bietet Saal nach einem PDF-Upload einen Softproof mit ICC-Profilen an. Es sind Geschenkboxen verfügbar. Ein Buch lässt sich gegen Aufpreis auch ohne Barcode und Herstellerlogo bestellen.

<https://www.saal-digital.de>

Snapfish DE GmbH | München und San Francisco

Ein sehr umfangreiches Angebot, das auch deutlich über Fotobücher hinausgeht, bietet Snapfish. Allerdings ist der amerikanische Markt in den Produkten zu spüren, alles ist sehr bunt und ein wenig kitschig, auch wenn Snapfish ebenso auf dem europäischen und asiatischen Markt vertreten ist. Interessant sind ein Notizbuch mit Spiralbindung und die Möglichkeit, die Coverseite zu gestalten. Die Onlinesoftware ist einfach zu bedienen.

<https://www.snapfish.de>

Vistaprint | Venlo in den Niederlanden

Vistaprint gehört zur irischen Cimprest Group, die ihren Sitz in Dundalk hat. Gegründet wurde das Unternehmen, das eigentlich für Visitenkarten bekannt ist, 1995 von Robert Keane. Heute sind sehr viele Produkte im Angebot, Fotobücher sind nur ein kleiner Teil davon. Die

Buchgestaltung ist über einen Editor oder online möglich. Leider gibt es keine Möglichkeit, sich vorher alle Bücher und die Verarbeitungen einmal anzuschauen. Man wird gleich durch die Erstellung geführt. Beim Onlinegestalten ist eine Anmeldung erforderlich. Es gibt keinerlei spezielle Angebote.

<https://www.vistaprint.de>

WhiteWall | Frechen

WhiteWall wurde im Jahr 2007 gegründet und hat nach eigenem Bekunden mit 180 Mitarbeitern rund 21 000 Kunden. Die international größte Galerie für Fotografie, LUMAS, lässt seit vielen Jahren alle Editionen bei WhiteWall abziehen, rahmen und versiegeln. So gesehen scheint der Bereich der Fotobücher nur eine Nebenrolle zu spielen. Die Gestaltung ist online, über Downloadsoftware und über Adobe InDesign und PDF möglich. Für die anspruchsvollen Kunden bietet die Seite detaillierte Informationen zu ICC-Profilen, Softproofing und Anforderungen an die Bilddatei an. Auf der sehr übersichtlichen, aufgeräumten Website mit strukturierten Informationen finden Sie sich gut zurecht.

<https://www.whitewall.com/de>

Sonstige Anbieter

Nicht vergessen werden sollen die vielen Onlinedruckereien, die durchaus gute Preise für kleine Auflagen und guten Service bieten. Als Beispiel sei die Druckerei *Online-druck.biz* in Krumbach genannt. Bei diesen unterschiedlichsten Anbietern sind durchaus einmal andere Bindungen möglich, wie zum Beispiel in Abbildung 3.36 oder Abbildung 3.37.

Darüber hinaus gibt es, ohne Anspruch auf Vollständigkeit:

- ALLESDRUCKER.de
- Aufkleber-fabrik.de
- DieDruckerei.DE
- Druckdiscount24.de
- Flyeralarm.com
- Pixartprinting.de
- Print24.com
- Saxoprint.de
- Sedruck.de
- Typographus.de
- Wir-machen-Druck.de

So, wir haben es bis hierhin gemeinsam durch den Teil I des Buches geschafft, haben besprochen, wie Sie eine Geschichte finden, erzählen und für wen Sie diese erzählen wollen. Wir haben Ihnen Zielgruppen nähergebracht und dafür unterschiedliche Erscheinungsformen von Büchern identifiziert. Sie sollten also jetzt in der Lage sein, die Art Ihres Buches relativ zielgerichtet festlegen zu können.

Natürlich haben wir uns lange zusammen mit dem Thema Fotos auseinandergesetzt, Sie haben unser Kanaldeckelprinzip kennengelernt und wir hoffen, dass wir Sie zu einer zukünftig intensiven Sammelarbeit anregen konnten. Ein auf Ihr finales Produkt – Ihr Fotobuch – angelegtes Vorgehen müsste Ihnen jetzt vertrauter sein und es dürfte Ihnen viel leichter fallen, mit Ihrer fotografischen Arbeit umzugehen.

Wir hoffen, wir konnten Ihnen auch die wichtigsten Produktmerkmale und die damit zusammenhängenden Konsequenzen eines Fotobuches vor Augen führen. Formate, Papiere, Bindung und Umschlag, all das haben Sie kennengelernt, um es in den folgenden beiden Buchteilen gut einschätzen zu können. Sie sollten sich jetzt nach unserem Workshop im Wirrwarr der verschiedensten Anbieter nicht mehr so verloren fühlen und gut mit Wissen bestückt einen jeweils zu Ihrem Druckprojekt passenden Anbieter herausfiltern können.

Und schlussendlich haben wir Ihnen eine Liste der momentan bekanntesten Fotobuchanbieter zusammengestellt. Lassen Sie uns hier noch anmerken, dass es nicht leicht ist, die Fotobuchanbieter so richtig voneinander zu unterscheiden. Mit Blick auf Produktmerkmale und Qualität. Es gibt z.B. nicht wirklich den Unterschied zwischen einem Discounter und einem Premium-Anbieter.

In den folgenden beiden Buchteilen wollen wir mit Ihnen in der Reihenfolge die beiden Bereiche »fotografische Gestaltung« und »Buchgestaltung« intensiv beleuchten. Wir führen Sie an die Fähigkeit heran, Ihre eigenen Bilder so objektiv wie möglich beurteilen und auswählen zu können. Wir versuchen zu erläutern, wie man Bilder bewusst betrachtet und was die Elemente für gute Bilder sind. Und am Ende des folgenden Teils II werden Sie wissen, wie Sie Bilder am besten hinsichtlich der in Teil III zu besprechende Fotobuchgestaltung auswählen.

LESSONS LEARNED

→ **Kein Fotobuch ohne Entscheidung**

Entscheiden Sie früh die Rahmenbedingungen für Ihr Fotobuch. Entscheiden Sie so, als würden Sie viele Bücher machen wollen.

→ **Ein Fotobuch kann mehr bieten als »nur« Fotos**

Denken Sie bei Ihrer Vorbereitung natürlich an Fotos, aber auch an Überschriften, Fließtext, Bildunterschriften und andere Designelemente, zum Beispiel Farbflächen. Machen Sie sich schon Gedanken über Ihre Lieblingsschriften. Setzen Sie Farbe sparsam ein. Sammeln Sie fotografisch auch Eintrittskarten, Quittungen, Notizen und anderes als Ergänzung zu Ihren Fotos.

→ **Die Form der Formate**

Das Format hat unmittelbar mit Handhabung zu tun. Entscheiden Sie, wo Sie Ihr Buch überwiegend geblättert haben wollen.

→ **Das Cover**

Das Cover ist das Aushängeschild Ihres Fotobuches. Entscheiden Sie sich für ein Motiv nur auf dem Titel oder für eines auf dem Titel und dem Rücktitel.

→ **Die Papiere**

Papiersorte und Papierstärke (Grammatur) sind das Maß aller Dinge für die Wirkung Ihrer Fotos.

→ **Bindung und Umschlag**

Die Bindung und der Umschlag sind neben dem Papier für den Eindruck, die Handhabung und die Lebensdauer des Fotobuches entscheidend.

→ **Der Bildschirm**

Seien Sie sich bewusst, dass Sie gedruckt nicht immer das bekommen, was Sie vorher auf Ihrem Bildschirm gesehen haben. Wenn es geht, machen Sie einen Probedruck und vergleichen diesen mit Ihrem Bildschirm. Wenn Sie es professionell haben wollen, machen Sie sich über ICC-Profile schlau und kalibrieren Sie Ihren Bildschirm.

→ **Die Anbieter**

Die Qual der Wahl erwartet Sie beim Fotobuchanbieter. Unser Tipp: Lassen Sie ein paar Probebücher (Dummys) anfertigen und bleiben Sie dann bei dem Anbieter, dessen Ergebnisse Ihnen am besten gefallen haben.

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 Modulor	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