

NEU!

**DAS MAGAZIN FÜR
PROFI-FOTOGRAFEN**

TEST: PARTY-SETS FÜR PROFESSIONALS
Mobile Blitzanlagen - 10 Produkte im Direktvergleich

Frühjahr
2016

fotoPRO

fotoPRO

ERFOLGS-TIPPS

Mythos Honorar

Wie 2016 zu
Ihrem besten
Jahr wird

AKADEMIE

BILDSTIL

So entwickeln Sie Ihren
individuellen Look

**Porträt-
Fotografie**

NEUES LICHT

Setzen Sie sich von der Konkurrenz ab!

+

**DURCHBRUCH IN
HOLLYWOOD:
MARTIN HÄUSLER**
**DSLM-KAMERAS
FÜR PROFESSIONALS**
**SOCIAL MEDIA:
INSTAGRAM FÜRS
BUSINESS**

EIN SPECIAL VON

CHIP

9,95 EUR

ÖSTERREICH / BENELUX: 11,50 EUR

SCHWEIZ: 19,50 SFR

0 1



4 190174 709956

VIDEO: BELEUCHTUNG - SCHNELL & EINFACH IM GRIFF

WILLKOMMEN

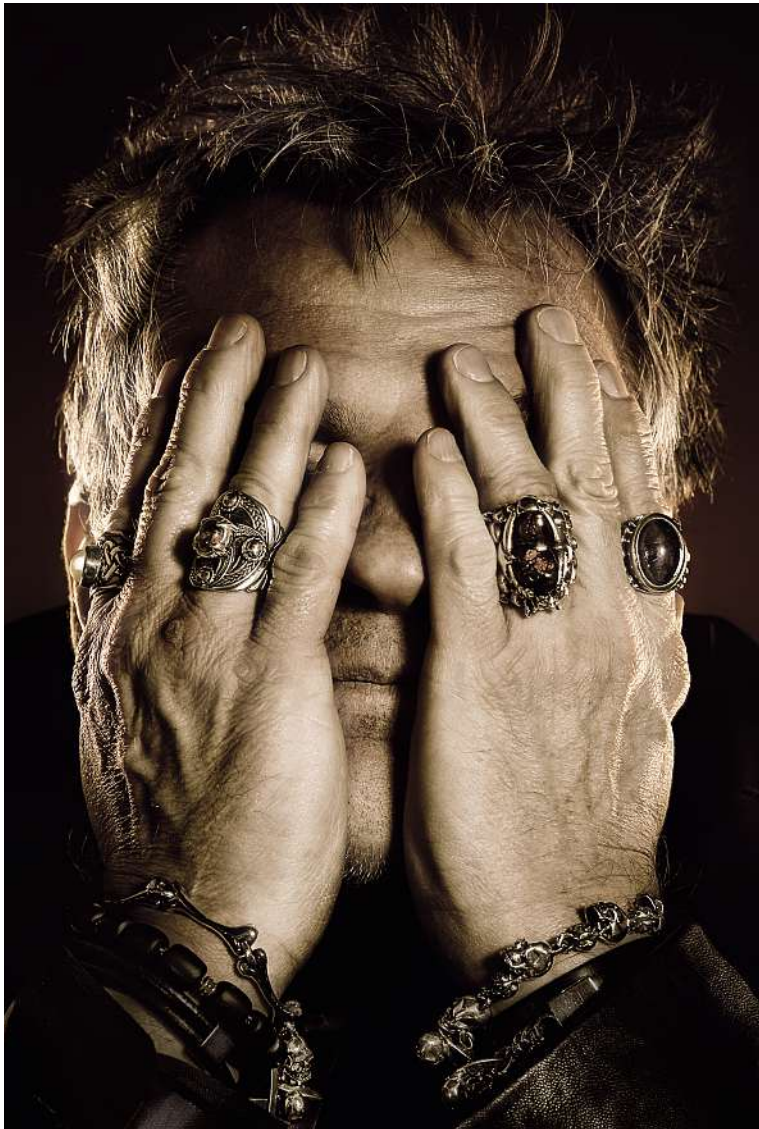


FOTO: MARTIN HÄUSLER

Von Heidelberg nach Hollywood.

Martin Häusler hat geschafft, wovon viele träumen: Der Fotograf aus Heidelberg hat in Hollywood erfolgreich Wurzeln geschlagen. Mehrmals im Jahr pendelt er zwischen Europa und den USA und porträtiert die Stars der Film- und Musikbranche. Zum Beispiel den Rocksänger und Schauspieler Meat Loaf („Bat Out of Hell“), dessen Hände das Cover dieser Ausgabe schmücken. Mehr dazu ab Seite 16.

martinhausler.com

Liebe Leserin, lieber Leser,

» mit dem Magazin fotoPRO haben wir wohl eine echte Lücke in der Medienlandschaft gefüllt: Mit Fotografie Erfolg haben, das ist das angesagte Thema. Und weil fotoPRO bei Ihnen so gut ankommt, werden wir in diesem Jahr die Erscheinungsweise verdoppeln und jetzt viermal zu Ihnen kommen. Apropos zu Ihnen kommen: Für nur 39,80 Euro pro Jahr erhalten Sie Ihre fotoPRO ab sofort im Abo direkt nach Hause. Wie das geht? Ganz einfach: Besuchen Sie die Seite fotoPRO-magazin.de und mit nur wenigen Klicks ist alles erledigt. Ihrem Erfolg mit Fotografie steht damit nichts mehr im Wege.

Nach den doch – vorsichtig ausgedrückt – etwas verhaltenen Neuheitenpräsentationen der Hersteller in den vergangenen zwölf Monaten sieht es für das photokina-Jahr 2016 schon ganz anders aus: Nikon, Fujifilm, Olympus und Canon haben bereits mit ausgesprochen interessanten Kameras vorgelegt (siehe diese Ausgabe). Die anderen Fotofirmen werden folgen. Die Trends liegen auf der Hand: edle Materialien, starkes Design, immer besserer Bedienkomfort und vor allem echte Leistungsschübe in Sachen Geschwindigkeit (Prozessorleistung), Präzision (Objektivbau plus Autofokus) und Connectivity (die Bilddaten der Kamera werden sofort auf das eigene Smartphone übertragen). Schauen Sie sich zu letzterem Thema einmal die Nikon D500 näher an und in Sachen Geschwindigkeit vor allem die Canon EOS-1D X Mark II.

Aber – wie Sie wissen – für den Erfolg mit Fotografie sind Produkte nur die Basis. Vom Konzept über eine Strategie zur Praxis, das sind die Erfolgsschritte. In dieser Ausgabe zeigen wir Ihnen anhand überzeugender Beispiele, wie das funktioniert. Wir würden uns freuen, wenn Sie die ein oder andere Idee aufgreifen, um fotografische Leidenschaft mit Erfolg zu verbinden. Holen Sie das Beste aus sich heraus! «

Florian Schuster
Wolfgang Heinen



Florian Schuster und **Wolfgang Heinen**, Fotoexperten, Blattmacher, Journalisten, sind die beiden Köpfe hinter fotoPRO.

AUSGABE 01/2016

FOTOGRAFIE

016 PORTFOLIO: MARTIN HÄUSLER

TITEL Ein Fotografenleben in Glanz und Glamour: Martin Häusler hatte schon viele Größen Hollywoods vor der Linse.

046 PROJEKT: MEERWÖLFE

Christian Stemper porträtierte griechische Fischer für sein Projekt „Lupimaris“.

070 PORTFOLIO: ALEXIA SINCLAIR

Detailverliebt und erfolgreich: Alexia Sinclair fotografiert historische Traumwelten.



AKADEMIE

026 NEUES LICHT FÜRS STUDIO

TITEL Mit diesen Studio-Setups gelangen Ihnen zeitgemäße Porträtaufnahmen.

034 EIGENE BILDSPRACHE

TITEL Der eigene Stil prägt einen Fotografen. Markus Henttonen hat seinen gefunden.

038 PERSPEKTIVE BABYBOOM

Yvonne Grimmeis berichtet von ihren Dos and Don'ts der Neugeborenenfotografie.

043 DER BERATERFOTOGRAF

Wie Fotografen ihre Kunden gewinnbringend beraten. Die Kolumne von Uli Kreifels.

ABONNIEREN SIE fotoPRO!

Ihnen gefällt fotoPRO? Ab sofort können Sie das Magazin für Profi-Fotografen abonnieren. Weitere Informationen zum Abo auf Seite 84.



FOTOS: CHRISTIAN AFFONSO GAVINHA (FASHION), YVONNE GRIMMEIS (BABY), MARTIN HÄUSLER (MEAT LOAF), MARKUS HENTTONEN (PAAR), TIMO KRISTEN (HOCHZEIT), CHRISTIAN STEMPEL (BOOT)

BUSINESS

052 EXPERTENRUNDE

Wie treibe ich mein eigenes Business voran? Unsere Experten geben wertvolle Ratschläge für mehr Erfolg im Alltagsgeschäft. Tipps vom Locationscout und Hair&Make-up-Artist.

056 FOTOGRAFEN-AGENTUREN

„Ich fotografiere, du verhandelst.“ Die Vertretung über eine professionelle Agentur kann viele Vorteile bringen. Doch wie findet man den richtigen Repräsentanten?

062 NEUE HOCHZEITS-STRATEGIE

Mit der „Zwei-Stunden-Hochzeit“ neue Umsatzquellen erschließen: Jean-Luc Benazet hat den Nerv der Kunden getroffen.

066 INSTAGRAM FÜRS BUSINESS

TITEL Wie Sie das soziale Netzwerk für Ihr Marketing nutzen und neue Kunden gewinnen.

069 MYTHOS HONORAR

TITEL Warum tun sich Fotografen oft so schwer, wenn es um das Thema Geld geht? fotoPRO-Kolumnist Christian Ahrens hat eine Lösung für die nächste Honorarverhandlung.

WORKFLOW

078 DIE GRENZEN VON PHOTOSHOP

Wie viel Postproduktion verträgt ein Bild? Zwei Digital Artists verraten, wo sie Grenzen setzen und wie Fotografen davon profitieren können.

086 EFFEKTIVE BILDAUSWAHL

Pessimist oder Optimist? Zwei Methoden zur schnellen Filtern in Lightroom.

090 DER PERFEKTE RAHMEN

Hochwertiger Rahmen, zufriedene Kunden. Ein Überblick über den aktuellen Rahmenmarkt.

VIDEO

094 DEN DREH RAUS BEIM LICHT

TITEL Was braucht es zum professionellen Ausleuchten einer Videosequenz? Zwei Kameramänner erklären, wie viel Lichttechnik filmende Fotografen wirklich benötigen.

098 O-TON: IMMER GUT ZUHÖREN

Ohne perfekte Audio-Aufnahme ist auch das schönste Video nur halb so gut. Mit dieser Aufnahmetechnik gelingen starke O-Töne.



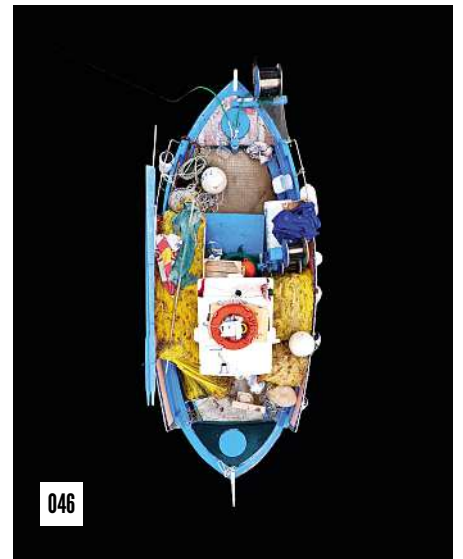
056

„Fotografen erzielen genau die Honorare, die ihrem jeweiligen Konzept von Geld und Erfolg entsprechen.“

Christian Ahrens, Fotograf und fotoPRO-Kolumnist. Mehr auf Seite 69!



052



046



038

TEST & TECHNIK

102 NEUE PROFI-FLAGGSCHIFFE

Canon EOS-1D X Mark II, Nikon D5 und Fujifilm X-Pro2 im Profil.

108 SPIEGELLOSE FÜR PROFIS

TITEL Alternativen zur Spiegelreflexkamera? Diese aktuellen DSLMs sind dem Profialtag gewachsen. Ein Marktüberblick aus der Sicht von Berufsfotografen.



118 LICHTSTARKE ZOOM-DUOS

Blende 2,8 sollte es schon sein. Wir haben die lichtstarken Zoom-Duos der größten Hersteller im Testlabor unter die Lupe genommen.

122 PORTYS: LICHT TO GO

TITEL Zehn Blitzanlagen für unterwegs im Test: Broncolor, Elinchrom, Hensel, Phottix, Priolite, Profoto und Walimex im Direktvergleich.

MYTHOS HONORAR

Warum tun sich Fotografen beim Thema Geld oft so schwer? Ganz einfach, sagt Christian Ahrens, weil sie die falsche Haltung zum Wert ihrer Arbeit haben.

TEXT CHRISTIAN AHRENS

Bei kaum einem Thema gibt es so viele Geheimnisse und sind so viele Fragen offen wie beim Geld. Das gilt auch und vor allem für Fotografenhonorare. Wie viel kann ich für meine Arbeit verlangen? Was nimmt mein Mitbewerber? Wie viel ist mein Kunde zu zahlen bereit? Fragen über Fragen, auf die auch gestandene Fotografen oft keine Antwort wissen. Woran liegt das? Warum gibt es so wenig Transparenz? Warum ist das Thema so angstbesetzt? Zeit, sich das Phänomen einmal genauer anzuschauen.

Es geht um Geld. Und damit um ein Thema, das extrem emotional besetzt ist. Um Geld ranken sich irrationale Mythen, Glaubenssätze und Hoffnungen. Geld wird oft moralisch bewertet. Wer kennt nicht Sätze wie „Geld stinkt“, „Eher kommt ein Reicher in den Himmel als ein Kamel durch ein Nadelöhr“ und so weiter. Um Geld ranken sich Werturteile genauso wie der soziale Status und das Selbstwertgefühl der Menschen. Man kann sich beim Thema Geld aus der Verantwortung stellen („Ich bin arm, aber glücklich“), wie auch überzogene Hoffnungen darauf projizieren („Wenn ich viel Geld hätte, wäre ich alle Sorgen los.“).

Symbolischer Wert

Was ist Geld? Geld ist eine geniale Erfindung. Durch Geld und durch Preise werden Produkte oder Dienstleistungen symbolisch bewertet. Geld ermöglicht den Austausch von Waren und Werten zwischen völlig verschiedenen Marktteilnehmern. Deshalb müssen wir an der Tankstelle nicht mit Fotos bezahlen. Deshalb gehört es aber auch zu unserer Verantwortung, einen angemessenen Wert festzulegen.

In Kollegenkreisen beobachte ich einen verbreiteten Marktpessimismus: Viele Kollegen gehen davon aus, dass mit Fotografie keine guten Honorare mehr zu erzielen sind. Oft höre ich Sätze wie „Die Preise stehen unter Druck.“ oder „Das zahlt heute keiner mehr.“ Aus Angst, einen Job nicht zu bekommen, werden Angebote gemacht, die

an Selbstaubeutung grenzen. Ich wage mal eine steile These:

Alle Fotografen erzielen genau die Honorare, die ihrem aktuellen Konzept von Geld und Erfolg entsprechen.

Oha! Ein heißes Eisen! Da rührt sich Widerspruch. Was soll denn das heißen? Dass wir selbst dran schuld sind, wenn es nicht so gut läuft? Das stimmt doch nicht! Der Markt und die Preise sind doch wirklich unter Druck! Daran kann man doch nichts ändern!

Ich glaube, man kann. Denn wann geht es Fotografen wirtschaftlich gut? Ganz einfach: Wenn sie häufig genug zu einem angemessenen Honorar gebucht werden. Und damit sind wir wieder beim Honorar – und mehr noch: Wir sind beim Wert unserer Arbeit und wir sind bei der Qualität unseres unternehmerischen Handelns.

Spätestens wenn wir um ein Angebot gebeten werden, gilt es. Der Kunde hat einen Bedarf und möchte seine Wünsche erfüllt sehen. Wir Fotografen müssen nun festlegen, wie viel Zeit und Aufwand in diesem Projekt steckt und was diese Arbeit wert ist. Und wie erfolgreich können wir das kommunizieren? Sicherlich, es gibt vielleicht so etwas Ähnliches wie „marktübliche“ Preise. Das ist aber lediglich der Durchschnitt der Mitbewerber um uns herum, die in irgendeiner Weise vergleichbar unterwegs sind. Kann oder muss das automatisch auch unser Preis sein? Nein, und zwar in beide Richtungen. Nehmen wir an, der „Marktdurchschnittspreis“ für einen Tag Businessporträts läge bei 1.200 Euro. Eigentlich müsste also jeder Fotograf, der in diesem Bereich mitbietet, den Zuschlag bekommen. Doch dem ist nicht so. Es kann sein, dass der Job mit 500 Euro vergeben wird – es kann aber auch sein, dass der Auftrag an den Fotografen geht, der



Christian Ahrens ist Industrie- und Technologiefotograf und Teil des Fotografen-Teams Ahrens+Steinbach Projekte. Eines seiner Lebensziele lautet, für das Thema Geld immer bessere, richtigere und erfreulichere Konzepte zu entwickeln und zu leben. ahrens-steinbach-projekte.de

1.800 Euro verlangt und noch zusätzlich 250 Euro für einen Assistenten. Man erzielt immer das Honorar, das man fühlt und lebt. Der begabte und enthusiastische Berufseinsteiger, der gerade ausgemerzt hat oder von der Fachhochschule kommt, hat bei den 1.200 Euro vielleicht echte Probleme, sie glaubwürdig zu kommunizieren. Der solide Mitbewerber, der seit 20 Jahren anständige Arbeit abliefert, wird das Honorar möglicherweise erzielen. Vielleicht entscheidet sich der Kunde aber auch für den Fotografen mit dem gewissen Extra, der einen wesentlich höheren Preis verlangt.

Bin ich Durchschnitt?

Nicht der Marktpreis entscheidet, sondern die Haltung des Fotografen zu seinem Wert. Hierzu müssen einige Fragen ehrlich beantwortet werden. Zum Beispiel: Wie viel Geld benötige ich in meiner Lebenssituation eigentlich? Welche Einstellung habe ich zu Geld? Wie gut bin ich? Biete ich etwas Besonderes oder liefere ich Mainstream? Wenn ich in schwierigen Märkten unterwegs bin, was tue ich, um das zu ändern? Wie gut ist meine Kommunikation? Wo sind meine Traumkunden und warum rede ich nicht mit ihnen?

Es gibt keinen festgelegten Markt. Wenn wir über Honorare verhandeln, drücken wir in unserem Preis unseren Wert als Fotografen aus. Diesen Wert zu bestimmen, zu verändern oder Märkte und Kunden zu finden, in denen das möglich ist, liegt nach wie vor in unserer Hand. ■

„Meine These: Fotografen erzielen exakt die Honorare, die ihrem aktuellen Konzept von Geld und Erfolg entsprechen.“