mitp EDITION PROFIFOTO
MAGAZIN FÜR FOTOKULTUR UND -TECHNIK

FOTO-STORYTELLING

WORKSHOP FÜR FOTOS, DIE GESCHICHTEN ERZÄHLEN



FINN BEALES

Hinweis des Verlages zum Urheberrecht und Digitalen Rechtemanagement (DRM)

Liebe Leserinnen und Leser,

dieses E-Book, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Mit dem Kauf räumen wir Ihnen das Recht ein, die Inhalte im Rahmen des geltenden Urheberrechts zu nutzen. Jede Verwertung außerhalb dieser Grenzen ist ohne unsere Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Je nachdem wo Sie Ihr E-Book gekauft haben, kann dieser Shop das E-Book vor Missbrauch durch ein digitales Rechtemanagement schützen. Häufig erfolgt dies in Form eines nicht sichtbaren digitalen Wasserzeichens, das dann individuell pro Nutzer signiert ist. Angaben zu diesem DRM finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Anbieter.

Beim Kauf des E-Books in unserem Verlagsshop ist Ihr E-Book DRM-frei.

Viele Grüße und viel Spaß beim Lesen,

Ihr mitp-Verlagsteam

mitp

Neuerscheinungen, Praxistipps, Gratiskapitel,
Einblicke in den Verlagsalltag –
gibt es alles bei uns auf Instagram und Facebook



instagram.com/mitp_verlag



facebook.com/mitp.verlag

Foto-Storytelling

Workshop für Fotos, die Geschichten erzählen



Foto-Storytelling

Workshop für Fotos, die Geschichten erzählen

FINN BEALES

Vorwort von **Alex Strohl**

mitp
EDITION PROFIFOTO
MAGAZIN FÜR FOTOKULTUR UND -TECHNIK

Für meine Familie

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Bei der Herstellung des Werkes haben wir uns zukunftsbewusst für umweltverträgliche und wiederverwertbare Materialien entschieden.
Der Inhalt ist auf elementar chlorfreiem Papier gedruckt.

ISBN 978-3-7475-0301-0

eISBN 978-3-7475-0302-7
1. Auflage 2021

www.mitp.de
E-Mail: mitp-verlag@sigloch.de
Telefon: +49 7953 / 7189 - 079
Telefax: +49 7953 / 7189 - 082

© 2021 mitp Verlags GmbH & Co. KG

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Übersetzung der englischen Originalausgabe:
Finn Beales, The Photography Storytelling Workshop

First published in the UK in 2020 by White Lion Publishing, an imprint of The Quarto Group.
The Old Brewery, 6 Blundell Street
London, N7 9BH,
United Kingdom
T (0)20 7700 6700
www.QuartoKnows.com

Text and photographs © 2020 Finn Beales
Finn Beales has asserted his moral right to be identified as the author of this work.
All rights reserved.

Printed in China

Übersetzung: Claudia Koch
Lektorat: Katja Völpel
Sprachkorrektorat: Petra Heubach-Erdmann
Covergestaltung: Christian Kalkert
Satz: Ulrich Borstelmann



Inhalt

6 Vorwort
8 Einführung
11 Die Macht der Bilder
13 Die Fantasie anregen
14 Wo fangen wir an?
17 Was Sie brauchen
18 Ausrüstung: DSLR oder spiegellos
20 Ausrüstung: Phone-Apps
21 **Übung / Bildbearbeitung auf dem Smartphone**

22 Storytelling 1x1

24 Was ist eine Story?
26 Ort
28 Darsteller
30 Ereignis
32 Umweltporträts
34 **Projekt / Ein Umgebungsporträt aufnehmen**
38 Die Art der Aufnahme
40 Typen: Extreme Totale & Totale
42 Typen: Halbtotale & Halbnah
44 Typen: Nahaufnahme & Cutaway
46 **Projekt / Ein Motiv, zehn Fotos**
50 Ein Grundgerüst aufnehmen
52 **Projekt / Alltagskino**

56 **Schritt 1: Pitch**

58 Website
60 Instagram
64 Die richtigen Fragen stellen
66 Der kreative Anruf
68 **Projekt / Den Job aufbereiten**
72 Preisgestaltung
74 Das Angebot verkaufen

76 **Schritt 2: Vorbereiten**

78 Ein Moodboard entwickeln
80 Moodboards für Farbe
84 Farbpaletten kombinieren
86 Die eigene Farbpalette für die Bearbeitung entwickeln
86 **Übung / Die Farbabstufung**
88 **Projekt / Bearbeiten wie ein Maler**
90 Location-Recce
92 Mission Control

96 **Schritt 3: Aufnahme**

98 Die Motive treffen
100 Das Licht sehen
102 Arten von Sonnenlicht
104 **Projekt / Mysterien fotografieren: Silhouetten**
108 Kameraeinstellungen
110 Aufnahmen mit Festbrennweiten (Prime)
112 **Übung / Handyporträts**
114 Aufnahmetechnik: Rembrandt
115 **Übung / Rembrandt-Beleuchtung**
116 Aufnahmetechnik: Catchlights
117 **Übung / Mit Catchlights experimentieren**
118 Aufnahmetechnik: 50 & Stitch (Brenizer-Methode)
119 **Übung / Stitching**
120 Aufnahmetechnik: Schwenken für Anfänger
121 **Übung / Schwenken mit einem Smartphone**
122 **Projekt / In Bewegung bleiben: Bewegungsunschärfe**
126 Aufnahmetechnik: Kamerafahrt
127 **Übung / Kamerafahrt**
128 Aufnahmetechnik: Cineastisch
130 **Projekt / Traumszenen mit Lens Flares (Blendenflecken)**
134 Aufnahmetechnik: Unsauberer Vordergrund

136 **Schritt 4: Bearbeiten**

138 Zeit sparen: Ihre Bilder organisieren
140 Eine Auswahl treffen
142 Sammlungen in Lightroom
143 **Übung / Sammlungen anlegen**
144 Farbkorrekturen: Grundkorrekturen
148 **Projekt / Fotografieren mit Film, um die Farbe zu beeinflussen**
150 Filmkörnung und Effekte
150 **Übung / Lichtlecks hinzufügen**
152 Die Story zusammenbauen
158 Backup, Backup, Backup

162 **Schritt 5: Liefern**

164 Dateiformate
166 Schärfen
168 **Projekt / Finalisieren**
172 Ausgewählte Bilder liefern

174 **Index**
176 **Keine Ziellinie**



Vorwort

von Alex Strohl

Ich habe als Grafikdesign-Student angefangen und bin an der Universität zur Fotografie gekommen. Einer meiner Kurse, »Einführung in die Fotografie«, wurde von einem Veteranen der Dokumentarfotografie geleitet, der uns ermutigte, Filmkameras zu benutzen, und uns eine Reihe von Techniken der alten Schule beibrachte, darunter auch, wie man vom Negativ zum Abzug gelangt und wie man abwedelt und nachbelichtet, wie es Ansel Adams berühmterweise tat. Diese neue Welt war aufregend, und ich folgte nur meiner Neugierde, ohne einen klaren Plan in Sicht, bis ich irgendwie damit endete, Werbekampagnen für einige der größten Marken der Welt zu fotografieren und mir eine Nische in der wettbewerbsorientierten Welt der Abenteuerfotografie zu erobern. Nie hätte ich mir vorstellen können, dass ich ein erfolgreiches Fotostudio mit einem Vollzeitteam in den Wäldern von Montana leiten würde.

Unter den talentierten Menschen, die ich auf dieser Reise getroffen habe, ist Finn derjenige, der mich dazu inspiriert hat, Geschichten in meiner Arbeit zu verwenden. Dies wiederum veranlasste mich, einen Workshop zu veranstalten, der sich auf einen Ansatz des visuellen Geschichtenerzählens konzentriert. Nach Abschluss der Dreharbeiten war ich richtig heiß darauf, nach Hause zu kommen und ihn auf eine ganz neue Art und Weise zu betrachten – seinen Prozess zu verfolgen und nach Geschichten im Alltag zu suchen. Seine Methode zum Aufbau einer Erzählung unter Verwendung der drei wichtigen Komponenten: 1. Charakter, 2. Ort, 3. Ereignis (das in diesem Buch behandelt wird) hat mich ermutigt, meine eigene Herangehensweise an meine fotografischen Projekte zu überdenken.

Finn und ich gehören zu einer neuen Generation von Kreativen, die ihre Karrieren aus dem Leben an abgelegenen Orten aufgebaut haben. Mit dem Aufkommen des Internets und insbesondere der sozialen Medien sind die Zeiten vorbei, in denen Fotografen in Paris, New York oder einer anderen Großstadt ansässig sein mussten, um es zu »schaffen«. Die Zeiten, in denen man, wenn man Fotograf werden wollte, ein Praktikum bei einer Lokalzeitung machen musste, sind vorbei. Alles, was man braucht, ist eine Kamera, ein Telefon und einen Internetzugang. Und ein paar verdammt gute Geschichten zum Erzählen. Das ist aufregend, weil es die Kontrolle wieder in die Hände der Kreativen legt. Es hat den Weg bereitet, da wir alle die gleichen Werkzeuge haben und nur die Geschichten und Ideen den Unterschied ausmachen. Das sieht man an Finns Fotografien im ganzen Buch, so wie er seine heimatliche Umgebung in Wales als Kulisse für seine Aufnahmen nutzt.

Finn und ich sind beide Seiltänzer, sind manchmal heruntergefallen, aber immer wieder aufgestiegen und haben weitergemacht. Er war mutig und hat seinen eigenen Weg gewählt, und als Ergebnis ist er ein Weltklasse-Fotograf geworden, der jede seiner Leistungen verdient hat. Dieses Buch erzählt von den Praktiken, die ihm geholfen haben, dorthin zu gelangen, zusammen mit dem Wissen von den unzähligen Projekten für alle Marken, die man sich erträumen kann. Es gibt nur eine Handvoll Leute, die dieses Buch schreiben könnten, und Finn steht ganz oben auf dieser Liste.

Einführung

Unsere Welt ist heute überflutet von Bildern, aber was bringt die Menschen dazu, nicht weiterzuscrollen oder vorbeizugehen? Was bringt sie dazu, sich an ein Bild oder die Arbeit eines Fotografen zu erinnern? Meiner Meinung nach sind es die Geschichten, die sie erzählen. Geschichten sind die eigentlichen »Influencer«. Von Märchen und Legenden über religiöse Texte bis hin zu politischen Kampagnen – es sind die Geschichten, die uns fesseln, und die Emotionen, die sie hervorrufen, die die Botschaften nachhaltig machen. Das Ziel dieses Buches ist es, Ihnen dabei zu helfen, langlebige Fotos zu schaffen, die Dorothea Lange als »second lookers« bezeichnete. Dabei wird ein bewährter Ansatz verwendet, der die Geschichte in den Mittelpunkt stellt.

So lesen Sie dieses Buch

Wir beginnen mit den Grundlagen, einschließlich der Ausrüstung, die Sie benötigen, und der Essenz eines großartigen Fotos. Dann untersuchen wir das Handwerk des Storrytellings und wie es auf die Fotografie übertragen werden kann. Von da an folgt das Buch dem Prozess der Erstellung einer Fotostory. Ich berichte über das Pitching für die Arbeit und die Vorbereitung, das eigentliche Shooting, den Schnitt und die endgültige Zusammenstellung Ihrer Bilder. In jedem Abschnitt finden Sie Schritt-für-Schritt-Übungen, die grundlegende Techniken und Projekte illustrieren, um Ihre Kreativität herauszufordern und Ihre Fähigkeiten zu erweitern. Außerdem finden Sie Tipps, kreative Texte und zahlreiche Beispiele aus der Praxis.

Der Workshop

Dieses Buch wurde von einer Fotostory inspiriert, die ich für eine Firma namens Cool & Vintage mit Sitz in Portugal erstellt habe. Cool & Vintage hat sich auf die Restaurierung von Oldtimer-Land-Rovern spezialisiert, aber betrachten Sie dies nicht als ein Automobil-Shooting. Ich möchte Ihnen zeigen, wie man ein Produkt (z. B. ein Auto) in eine umfassendere Geschichte einbaut, die für eine unterhaltsamere Bildgeschichte sorgt.

Mit dem Aufstieg des Influencer-Marketings ist dies bei der Entwicklung von Markeninhalten für Plattformen wie Instagram besonders nützlich. Unkompliziertes Product Placement ist für mich ein fauler Weg, um etwas zu vermarkten. Es ist viel besser, eine Geschichte um ein Produkt herum aufzubauen und dabei das Publikum zu unterhalten

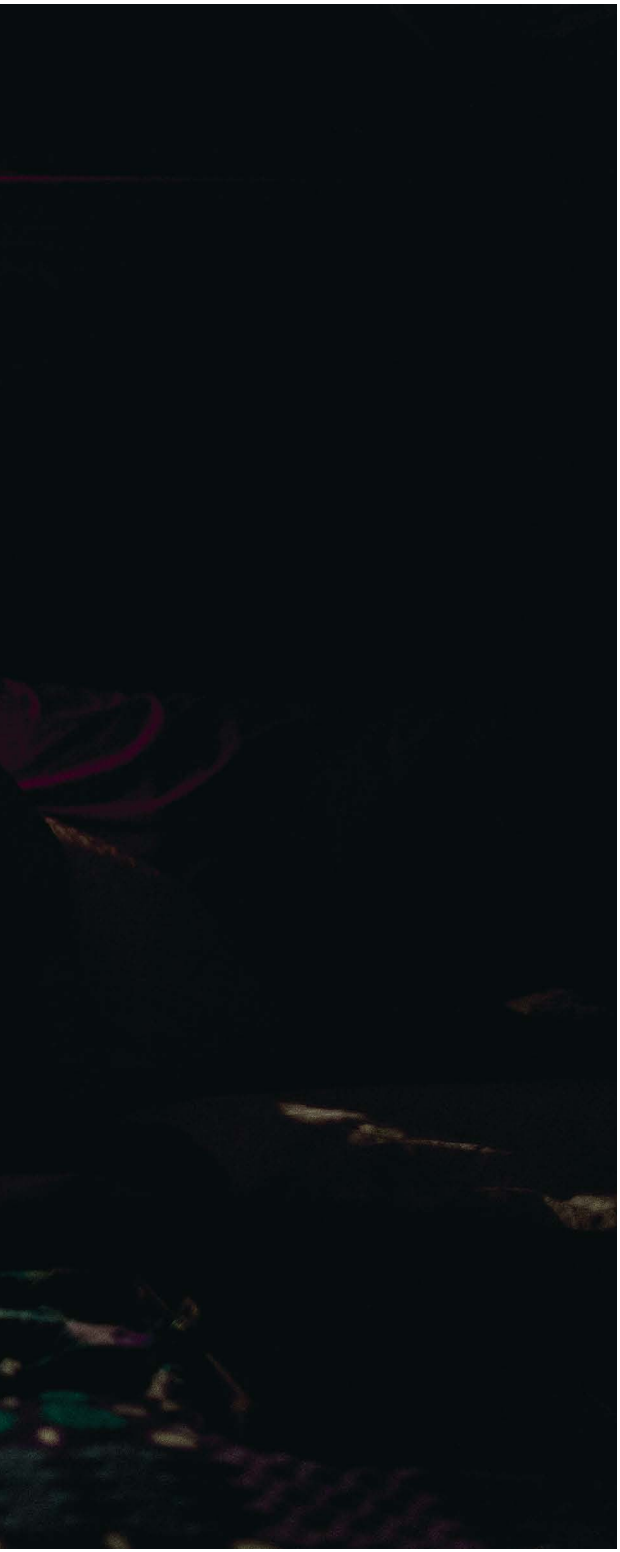
In diesem Workshop werden wir also pitchen, vorbereiten, aufnehmen, schneiden und liefern.

Am Ende dieses Buches werden Sie in der Lage sein, sich um Aufträge zu bewerben, sie zu gewinnen und ein Shooting von Anfang bis Ende durchzuführen. Wir werden uns mit der Vorbereitung des Shootings befassen, einschließlich der Arbeit mit Moodboards und Call-Sheets, der Regie von Models und der Postproduktion und Bearbeitung. Wir werden sogar das heikle Thema der Preisgestaltung Ihrer Arbeit ansprechen.









DIE MACHT DER BILDER

Was ich an der Fotografie gegenüber anderen Medien am meisten liebe, ist, dass immer etwas der Fantasie des Betrachters überlassen bleibt. Ich vergleiche das mit dem Unterschied zwischen einem Film und einem Buch: Ich mag beides, aber manchmal bin ich enttäuscht, wenn ich mir einen Film anschaue, nachdem ich dieselbe Geschichte gelesen habe. Vermutlich weil ein Buch es mir erlaubt, meine eigene Vorstellungskraft einzubringen. Die Geschichte fühlt sich reicher an, weil mein Geist auf einer tieferen Ebene arbeitet. Dasselbe empfinde ich bei Fotos.

Was lesen meine Kinder hier? Wo sind sie?

Diese Fragen stellen Sie einem Fremden, der das Bild anschaut, um sein Interesse zu wecken.

Fotografien lassen Lücken in der Erzählung, die der Betrachter mit seiner eigenen Fantasie füllen kann. Es bleibt immer etwas unbeantwortet; es gibt keine verbale Kommunikation, keine Geräusche oder Musik, die Atmosphäre schaffen. Diese Gefühle müssen allein in den Bildern vorhanden sein, und das Foto sollte gerade genug aussagen, um den Wunsch nach mehr Wissen zu aktivieren. Das kann von der Beleuchtung herrühren oder vielleicht von einer Nahaufnahme des Gesichts oder der Hände einer Person. Ein Bild sollte ein intuitives Bauchgefühl hervorrufen – es mag keine rationale Erklärung dafür geben, aber Sie wissen, wann Sie es spüren.

TIPP

/ Stellen Sie Ihrem Publikum Fragen und legen Sie Ihr Bild so an, dass es der Fantasie des Zuschauers etwas übrig lässt. Verraten Sie nicht zu viel.

Foto für Forest *von Sian Tucker. Veröffentlichung: Kyle Books.*

DIE FANTASIE ANREGEN

Fotografien, die Lücken in der Erzählung lassen, erlauben es dem Betrachter, sie mit seiner eigenen Vorstellungskraft zu füllen. Aber wie erschaffen Sie solche Bilder?

1 STELLEN SIE IHREM PUBLIKUM EINE FRAGE

Es ist schön, etwas nicht zu wissen. Das aktiviert den Geist. Gestalten Sie Ihre Bilder auf eine Weise, die dem Publikum eine Frage stellt und es in Ihre Arbeit mit einbezieht.

Nehmen Sie dieses Bild: Es gibt hier eine Geschichte, aber sie ist nicht offensichtlich. Was schaut mein Sohn an? Warum steht er auf so viel Treibholz? Ist er in Gefahr? Legen Sie Ihre Aufnahmen so an, dass die Personen im Bild auf etwas außerhalb des Bildausschnitts blicken, um das Bild interessanter zu machen.

2 DER GRUND, AUF DEN AUSLÖSER ZU DRÜCKEN

Wenn Sie ein Foto machen, bewahren Sie im Wesentlichen eine Erinnerung. Ihre eigenen Erinnerungen sind der Grund, um den Auslöser zu betätigen. Denken Sie an Ihre eigene Kindheit: lustige Zeiten, traurige Zeiten, aufregende Zeiten und so weiter

Ein weiteres Bild von H. hier. Radfahren zu lernen ist für die meisten Menschen eine starke Erinnerung … die Freiheit, die Geschwindigkeit und der Nervenkitzel der Erkundung auf zwei Rädern. Als ich das T-Shirt von H. sah, das mit Schlamm aus seinem BMX bespritzt war, weckte das eine Flut von Erinnerungen aus meiner eigenen Kindheit. Ich wollte diese Erinnerung bewahren. Ich hatte einen Grund, auf den Auslöser zu drücken.

3 DAS VERSTÄNDNIS VON EMOTION NEU DEFINIEREN

Emotion ist nicht nur lachen oder weinen. Es ist ein instinktives Gefühl, das mit dem menschlichen Zustand zusammenhängt. Denken Sie darüber genauso nach wie über die Umgebung, in der Sie arbeiten. Motivieren Sie Ihre Motive, etwas zu tun, mit dem sich Ihr Publikum identifizieren kann.

Nehmen Sie sich die Beispiele meiner Tochter, die Haselnüsse sammelt – vor allem das erste Bild. Ich habe ein schönes Porträt von ihr stehend mit dem Korb, das ich hätte nehmen können, aber ich wollte dieses. Sie bückt sich, den Korb am Arm, um eine Nuss vom Waldboden aufzulesen – ein Bild über die menschliche Existenz und nicht nur ein Mädchen im Wald. Es hat mehr Emotionen. Das Publikum kann es nachempfinden.

WO FANGEN WIR AN?

Den Anfang zu finden, kann schwierig sein. Es gibt eine Million Möglichkeiten, sich herauszureden – und zu sagen, dass es ein Werk bereits gibt, ist eine einfache Ausrede. Aber jeder Mensch ist anders, das heißt, jeder hat eine andere Einstellung, auch wenn die fotografierten Personen die gleichen sind.

FOLGEN SIE IHREN INTERESSEN

Sie sollten nicht auf das schauen, was populär ist, und es einfach wiederholen. Das sehe ich immer wieder bei Plattformen wie Instagram, die von der Popularität getrieben sind. Einem Trend zu folgen, ist ein Rezept für leere Kunst, und indem man dem Trend nachjagt, wird man beeinflusst, anstatt der Influencer zu sein. Wenn Sie sich von der Masse abheben wollen, müssen Sie an Ihrer Erzählweise feilen und Ihrem Herzen folgen.

Was die Motive für Ihre Fotografien betrifft, so wissen nur Sie, was Sie neugierig macht, was Ihr Interesse weckt, was Sie zum Fotografieren aus dem Haus lockt. Ich kann Ihnen Techniken beibringen, mit denen Sie Ihre Fähigkeiten zum Geschichtenerzählen verbessern können, aber ich kann Sie nicht zu jemandem machen, der Sie nicht sind. Ich kann das nicht genug betonen.

ERZÄHLEN SIE LOKALE GESCHICHTEN

So inspirierend es auch sein mag, endlose Ströme epischer, ortsbezogener Bilder auf Plattformen wie Instagram anzuschauen – es kann Ihren kreativen Prozess behindern. Wenn es Ihnen so geht, schließen Sie die App für eine Woche. Lassen Sie sich davon nicht beeinflussen. Machen Sie langsam und nehmen Sie Ihre eigene Umgebung wahr. Sie werden erstaunt sein, was Ihnen in den Sinn kommt, wenn Sie nicht abgelenkt sind.

Sie müssen nicht an exotische Orte reisen, um großartige Fotos zu machen. Einige meiner Lieblingsbilder (und übrigens auch die beliebtesten Bilder auf Instagram) habe ich zu Hause gemacht. Der Einsatz von Licht, die Motive und die daraus abgeleiteten Geschichten erledigen die Arbeit. Diese Bilder hätten überall fotografiert werden können.

George Tice, der berühmte amerikanische Fotograf, der für seine Dokumentarfotos über das Alltagsleben in seiner Heimatstadt in New Jersey geschätzt wurde, sagte:

»Als ich mit meinem Projekt weiter vorankam, wurde mir klar, dass es wirklich unwichtig war, wo ich fotografierte. Der jeweilige Ort bot einfach nur einen Vorwand, um Werke zu produzieren … man kann nur das sehen, was man bereit ist zu sehen – was den eigenen Geist zu dieser bestimmten Zeit widerspiegelt.«

Technologien ändern sich, Trends ändern sich, Moden ändern sich, aber die Grundlagen des guten Geschichtenerzählens sind seit Jahrtausenden gleich.

TIPP

/ Vertrauen Sie Ihren Instinkten und folgen Sie Ihrem Bauchgefühl. Machen Sie Arbeit, die Sie interessiert, und schauen Sie, ob das Ergebnis passt. Wenn die Gründe stimmen, wird sie sich wahrscheinlich durchsetzen.