



Simone Naumann und Jana Münz

BILDER DIE VERKAUFEN

*Produkte für Dawanda und ebay
verkaufsfördernd fotografieren*

Simone Naumann und Jana Mainz

BILDER DIE VERKAUFEN

*Produkte für Dawanda und ebay
verkaufsfördernd fotografieren*



Simone Naumann und Jana Münz

BILDER DIE VERKAUFEN

*Produkte für Dawanda und ebay
verkaufsfördernd fotografieren*

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Hinweis: Alle Angaben in diesem Buch wurden vom Autor mit größter Sorgfalt erarbeitet bzw. zusammengestellt und unter Einschaltung wirksamer Kontrollmaßnahmen reproduziert. Trotzdem sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Der Verlag und der Autor sehen sich deshalb gezwungen, darauf hinzuweisen, dass sie weder eine Garantie noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Angaben zurückgehen, übernehmen können. Für die Mitteilung etwaiger Fehler sind Verlag und Autor jederzeit dankbar. Internetadressen oder Versionsnummern stellen den bei Redaktionsschluss verfügbaren Informationsstand dar. Verlag und Autor übernehmen keinerlei Verantwortung oder Haftung für Veränderungen, die sich aus nicht von ihnen zu vertretenden Umständen ergeben. Evtl. beigefügte oder zum Download angebotene Dateien und Informationen dienen ausschließlich der nicht gewerblichen Nutzung. Eine gewerbliche Nutzung ist nur mit Zustimmung des Lizenzinhabers möglich.

© 2015 Franzis Verlag GmbH, 85540 Haar bei München

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Das Erstellen und Verbreiten von Kopien auf Papier, auf Datenträgern oder im Internet, insbesondere als PDF, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags gestattet und wird widrigenfalls strafrechtlich verfolgt.

Die meisten Produktbezeichnungen von Hard- und Software sowie Firmennamen und Firmenlogos, die in diesem Werk genannt werden, sind in der Regel gleichzeitig auch eingetragene Warenzeichen und sollten als solche betrachtet werden. Der Verlag folgt bei den Produktbezeichnungen im Wesentlichen den Schreibweisen der Hersteller.

Autorinnen: Simone Naumann, Jana Mänz

Herausgeber: Ulrich Dorn

Programmleitung, Idee & Konzeption: Jörg Schulz

Covergestaltung: Manuel Blex

Satz: G&U Language & Publishing Services GmbH, Flensburg

Druck: FIRMENGRUPPE APPL, aprinta druck GmbH, Wemding

Printed in Germany

ISBN 978-3-645-60338-6



Vorwort

Als professionelle Produktfotografin und leidenschaftliche Onlineshop-Stöberin sehe ich im Internet täglich, was passiert, wenn Handwerker, Künstler oder kleine Händler ihre Produkte selbst vermarkten wollen. Oftmals heißt da die Devise: »Ich fotografiere es halt irgendwie selbst, das reicht dann schon.« Als Ergebnis zeigt ein solches Produktfoto oft nur mehr oder weniger hell ausgeleuchtete und schnell geknipste Ware vor unvorteilhaftem Hintergrund. Diese Bilder machen aus erklärlichen Gründen keinen Spaß – weder dem Anbieter beim Fotografieren noch seiner Zielgruppe beim Anschauen.

Doch was tun, wenn die Profifotografen honorare für höhere Kundenmargen und große Werbekampagnen ausgelegt sind und man selbst nur ratlos mit der Digidigicam vor dem eigenen Produkt steht?

Das Buch in Ihren Händen ist genau für Sie als kleinen Anbieter mit schmalerelem Werbebudget geschrieben und soll Sie darin unterstützen, Ihr Produkt selbst gekonnt in Szene zu setzen. Ihr Angebot hat die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden und Wettbewerber auf dem Markt verdient, und das Produktbild ist das Porträt Ihres Produkts. Es soll Ihre potenziellen Käufer umwerben und mit ihnen flirten. Ihr Kunde will das Gefühl haben, mit Ihrem Produkt etwas Besonderes entdeckt zu haben, und soll es haben wollen.

Das Produktbild ist das letzte Glied, das Resultat Ihrer gesamten vorhergehenden Arbeit. Alle Ihre Leistungen am Produkt stecken darin: Entwicklung und Qualität sowie Ihre zeitlichen und finanziellen Investitionen. Kein Produkt ist zu schlicht, kein Angebot zu alltäglich für gute Produktfotografien. Wird Aufwand in das Produktfoto investiert, wirkt das Produkt auf dem Markt.

Mit diesem Buch zeigen die Autorinnen kleinen Produzenten, Künstlern, Handwerkern und Händlern wunderbar einen Weg auf, ihr Produkt mit einfachen, aber wirkungsvollen Tricks selbst zu inszenieren und zu vermarkten. Die ausdrucksvolle Präsentation wird für Sie zu einer schönen Aufgabe und hebt Ihr Angebot auf dem Markt sehr bald von dem Ihrer knipsenden Konkurrenten ab. Lassen Sie Ihre Kunden Ihren Stolz, die Qualität und den Wert Ihres Produkts sehen.

Mit den besten Wünschen, Cathrin Schön

Fokus Produkt Fotografie

www.FokusProdukt.ch

**Wir wünschen Ihnen
viel Spaß bei Ihrem Erfolg!**

Inhalt

7 Vorwort

14 Einleitung

16 Interview mit Cathrin Schön, Produktfotografin

24 Ausrüstung für Einsteiger

27 Kamera, Objektiv und Zubehör

27 Welche Kamera?

27 Smartphone

29 Kompaktkamera

30 Bridgekamera

31 Spiegellose Systemkamera

32 Spiegelreflexkamera

33 Objektive für die Produktfotografie

35 Nützliches Fotozubehör

35 Hochwertiges und stabiles Stativ

36 Fernbedienung für die Kamera

36 Langes USB-Kabel für das Tethering

36 Wasserwaage für Stativ oder Kamera

37 Diffusor, Aufheller, Lichtzelt und Blitz

38 Fotolampen und Lichtformer

39 Untergrund und Hintergrund

40 Noch mehr nützliches Zubehör

40 Feste Bestandteile unserer Zubehörbox

41 Tipps für einen Aufnahmeplatz

41 Loslegen mit einfachsten Mitteln

42 Eine kleine Fotoschule

42 JPEG oder RAW? – Bildformat festlegen

43 Bestmögliche Bildqualität einstellen

44 Weißabgleich für stimmige Farben

46 Blende, Belichtungszeit und ISO

- 48 Optimieren Sie Ihren Workflow
- 50 Gute Planung ist die halbe Miete
- 51 Vom Setaufbau bis zum fertigen Bild

52 Tan Kulali, Produktfotograf

60 Welt der Seifen, Düfte und Farben

- 65 Gute Fotos wecken Begehrlichkeiten
- 66 Alles aus Liebe zum Produkt

68 Kuschelige Kissen als Wohnaccessoires

- 68 Setaufbau und Ausleuchtung
- 69 Mit Fern- oder Selbstauslöser
- 74 Schöne, handgemalte Kinderkissen

78 Plüschtiere richtig inszenieren

- 79 Setaufbau 1 und Ausleuchtung
- 80 Zu viel Licht und seine Wirkung
- 81 Arbeitsablauf für Produktfotos
- 82 Setaufbau 2 und Ausleuchtung

84 Filztaschen in diffusem Licht

- 84 Setaufbau und Ausleuchtung
- 88 Fotos für den Onlineshop optimieren
- 89 Was kann man besser machen?

90 Kleidung wirkt luftig kleidsamer

94 Interview mit Etsy

102 Kleider machen Leute

- 102 Auf die genaue Planung kommt es an
- 102 Setaufbau und Ausleuchtung
- 103 Auswirkung unterschiedlicher Perspektiven
- 103 Freisteller auf weißem Hintergrund
- 104 Kleidungsstücke ins rechte Licht rücken

106 Papierwaren bestechen durch feine Details

- 106 Setaufbau und Ausleuchtung
- 111 Spielen Sie mit der Belichtungszeit

112 Origami-Papeterie geschickt inszeniert

- 112 Setaufbau und Ausleuchtung
- 114 Schärfe und Unschärfe als Gestaltungsmittel
- 114 Wie Sie das Auge des Kunden führen
- 115 Den Maßstab mit Requisiten verdeutlichen
- 116 Produkte mit Charme und Witz fotografieren

118 Interview mit mymuesli

122 Pralinen, eine süße Versuchung

- 122 Setaufbau und Ausleuchtung
- 124 Grundlegende Kameraeinstellungen
- 125 Kleine, aber notwendige Retuscharbeiten
- 128 Lebensmittel präsentabel in Szene setzen

130 Porzellan und glänzende Materialien

- 130 Setaufbau und Ausleuchtung
- 133 Ein zweiter Setaufbau
- 134 Das Erdbeer-Milch-Splash-Experiment
- 134 Los geht's mit dem Versuchsaufbau

136 Kerzen in romantischer Weihnachtsdeko

- 136 Bienenwachskerzen in stimmungsvollem Ambiente
- 137 Setaufbau und Ausleuchtung
- 140 Simulation einer weihnachtlichen Schneelandschaft

142 Hakenleisten als Wohnaccessoires

- 142 Setaufbau und Ausleuchtung
- 143 Holz und Metall richtig fotografieren
- 145 Was möchte der Kunde von dem Produkt sehen?
- 146 Darstellung der richtigen Produktgröße
- 147 Details mit Makroaufnahmen hervorheben
- 148 Fotoprojekt im angesagten Vintage-Look

150 Praktische Schlüsselbrettchen aus Holz

- 150 Setaufbau und Ausleuchtung
- 153 Dreidimensionale Wirkung durch Licht und Schatten
- 154 Betonung wichtiger Produktdetails

156 Handgefertigte Möbelstücke aus Holz

- 156 Setaufbau und Ausleuchtung
- 157 Auf die richtige Ausleuchtung kommt es an
- 157 Alles eine Frage der richtigen Perspektive
- 159 Was möchte der Kunde von dem Produkt sehen?
- 161 Schnelle Korrekturen in der Bildbearbeitung
- 162 Photoshop Tutorial: Animation

164 Schmuckstücke richtig ausleuchten

- 165 Setaufbau und Ausleuchtung
- 170 Schmuck freistellen mit Photoshop

172 Edler Schmuck braucht keine Deko

- 172 Setaufbau und Ausleuchtung
- 176 Mit Photoshop die Sterne funkeln lassen

178 Man trägt wieder Hut!

- 178 Setaufbau und Ausleuchtung
- 179 Gestaltung der Produktaufnahme
- 181 Stimmungsbilder ohne großen Zeitaufwand
- 182 Aus Neu mach Alt

184 T-Shirts mit und ohne Model

- 184 Setaufbau und Ausleuchtung
- 186 Auf die richtige Ausleuchtung achten
- 187 Stecknadeln in Lightroom wegre tuschieren
- 189 Zeigen, wie ein T-Shirt am Körper eines Models wirkt
- 190 Setaufbau und Ausleuchtung
- 191 Kameraeinstellungen für die Arbeit ohne Stativ
- 192 Hintergrund, Rauschen und chromatische Aberration
- 193 Was zählt, ist der richtige Bildausschnitt

194 Brautmode in schönem Ambiente

- 195 Setaufbau und Ausleuchtung
- 198 Hochzeitsprodukte in stimmiger Umgebung aufnehmen

200 Taschen als besondere Herausforderung

- 200 Setaufbau und Ausleuchtung
- 201 Größe der Tasche zeigen
- 202 Setaufbau und Ausleuchtung

206 Reproduktion einer Grafik

- 206 Setaufbau und Ausleuchtung
- 208 Millimeterarbeit für den immer gleichen Bildausschnitt

210 Produktfotografie einer Fotografie

- 210 Aufnahmeset für die Holzbilder
- 210 Setaufbau und Ausleuchtung

216 Skulpturen, die Geschichten erzählen

- 216 Setaufbau und Ausleuchtung
- 218 Keramikfiguren mit Lightroom freistellen

220 Bilder mit Lightroom aufhübschen

- 220 Weißabgleich für die präzise Farbwiedergabe
- 221 Bilder auf den perfekten Ausschnitt zuschneiden
- 221 Flecken und andere Verunreinigungen entfernen
- 223 Besondere Produkteigenschaften hervorheben
- 224 Verrauschte Aufnahmen entrauschen
- 225 Unschöne Farbsäume an Objektkanten reduzieren
- 226 Schiefe und kippende Produkte gerade ausrichten
- 228 Dosiertes Nachschärfen optimiert die Bildqualität
- 229 Wasserzeichen als Schutz und als Markenzeichen

234 So werden Sie im Web gefunden

- 234 Auf den richtigen Dateinamen kommt es an
- 235 Meta- und Exif-Daten beschreiben die Bilddatei
- 236 Ergänzen der bestehenden Metadaten
- 236 Ergänzen von Bildtitel und Bildbeschreibung
- 237 Unsicher? – Dann arbeiten Sie mit Keyword-Tools
- 240 Tipps, die man unbedingt beherrsigen sollte

244 Interview mit Sandra Staub, Social-Media-Expertin

250 Die wichtigsten Bildgrößen für Social Media

- 250 Facebook
- 250 Google +
- 250 Twitter
- 251 Dawanda
- 251 Etsy
- 251 Ebay

252 Index

256 Bildnachweis





Einleitung

Sie stellen gern selbst etwas her oder kaufen Produkte für Ihr Gewerbe ein und verkaufen sie im Internet? Oder bieten Sie ab und zu gebrauchte Sachen in einem der Onlineauktionshäuser an?

Ganz gleich, was Sie vorhaben, Sie brauchen immer ein gutes Produktfoto, ein Produktfoto, das die Eigenschaften und die Qualität Ihrer Ware ins rechte Licht rückt, ein Bild, das potenzielle Käufer denken lässt: »Das Produkt muss ich unbedingt haben!« Es ist jedoch nicht damit getan, mit der Kamera das Produkt einfach mal eben so abzuknipsen. Sie müssen sich zunächst genau überlegen, wie das Produkt dargestellt werden soll – vielleicht eher clean und technisch mit weißem Hintergrund oder lieber emotional und verspielt, eingebunden in eine Dekoration. Dabei gibt es kein Patentrezept, nach dem Sie vorgehen müssen. Wichtig ist es nur, sich klarzumachen, dass das Produktfoto neben dem Verkaufstext das Einzige ist, was der Kunde vor einer Entscheidung für oder gegen den Kauf Ihres Produkts zu sehen bekommt. Er kann es nicht fühlen, nicht riechen, nicht schmecken, alle Eigenschaften müssen bildlich transportiert werden. Allein das Foto kann in dem Kunden das Gefühl erzeugen, dass das Produkt seinen Bedürfnissen und Vorstellungen entspricht.

Sie müssen also wissen, wer Ihre Zielgruppe ist und welche Vorlieben, Wünsche sowie welches Budget diese besitzt. Sie müssen ebenso vorab überlegen, was das Besondere an dem Produkt ist, welche Eigenschaften fotografisch besonders herausgestellt werden sollen: Ist es das Material, der Duft, die Qualität? Was ist die Aufgabe des Produkts? Soll es unterhalten, helfen oder einfach nur dekorativ sein?

Alle diese Vorüberlegungen helfen dabei, herauszufinden, wie Ihre Produktfotografie aussehen muss. Der Umgang mit der Kamera, die Platzierung des Lichts und die Art, das Produkt zu komponieren, sind erlernbar, wenn Sie Zeit und Ausdauer investieren. Die Authentizität Ihrer Produktfotos kommt dann von ganz allein.

In diesem Buch geht es nicht um fotografische Professionalität, die viel Zeit und teure Technik erfordert. Es geht vielmehr darum, wie Sie mit geringem Zeitaufwand und ohne große technische Voraussetzungen gute Bilder kreieren können. Anhand vieler verschiedener Produkte aus den unterschiedlichsten Materialien haben wir für Sie praktikable Workshops zusammengestellt. Dabei arbeiteten wir mit sehr einfachen Mitteln, die gut nachvollziehbar sind.

Die Einheit aus einem guten Produkt, einem ansprechenden Foto, einer Produktbeschreibung und dem richtigen Preis bildet zusammen den Faktor, der bestimmt, wie gut sich Ihr Produkt am Ende verkauft. Was gibt es Schöneres, als einen Kunden glücklich zu machen? Fangen wir an!



Ausrüstung

für Einsteiger



Für viele, die mit der Produktfotografie noch ganz am Anfang stehen, stellt sich die Frage nach der richtigen Kamera und dem entsprechenden Zubehör. Vielleicht geht es Ihnen auch so – Sie fragen sich erst einmal: Was brauche ich überhaupt, kann ich das verwenden, was ich habe, und was brauche ich noch? Darum wollen wir kurz ein paar Worte zum Thema Fotoausrüstung verlieren.



NÜTZLICHES FOTOZUBEHÖR

Ohne Hilfsmittel geht es nicht, auch nicht in der Produktfotografie. Wir brauchen das richtige Licht, ein Aufnahmeset und viele kleine Hilfsmittel für die Präsentation der Produkte am Set. Daher haben wir für Sie alle Utensilien, die wir bei den einzelnen Aufnahmesets verwendet haben, hier aufgelistet.

Hochwertiges und stabiles Stativ

Das Verwenden eines Stativs bzw. einer festen Halterung ist für den kreativen Fotografen nicht immer angenehm. Oft ist der Gebrauch sogar richtig lästig und zeitraubend. Bei der Produktfotografie ist ein Stativ allerdings in den meisten Fällen unerlässlich. Selbst wenn Sie noch so genau fokussieren, wackeln Sie hin und her. Kleinste Bewegungen können ein Bild bereits ruinieren, besonders dann, wenn Sie eine längere Belichtungszeit (unter 1/60 Sekunde) oder eine große Brennweite (ab 90 mm und größer) verwenden.

Daher empfehlen wir grundsätzlich, die Kamera auf ein Stativ zu montieren, auch wenn die Lichtverhältnisse exzellent sind und die Fotografie aus der freien Hand problemlos möglich wäre. Sie können so mit mehr Ruhe und Sorgfalt arbeiten. Sie brauchen auch nicht jedes Mal von Neuem über Ihren Kamerastandpunkt nachzudenken, wenn Sie am Arrangement etwas geändert oder Ihre Schärfeeinstellung variiert haben, da Sie Ihren Standpunkt beibehalten.

Außerdem können Sie sorgfältiger fokussieren. Ein weiterer Vorteil der Arbeit mit einem Stativ ist, dass Sie mit Live-View oder Tethering arbeiten können. So können Sie sofort kontrollieren, ob Sie genau genug gearbeitet haben. Ein Stativ ist nicht nur für die Fotografie mit einer DSLR sinnvoll, sondern auch für kompakte Kameras. Gerade bei einer Kompaktkamera kann es sein, dass eine Auslöseverzögerung eingestellt ist, die fast schon garantiert, dass Ihr Bild verwackelt. Das können Sie mit einem Stativ vermeiden.



**Ausrüstung
für Einsteiger**



NICHT BEIM STATIVKAUF SPAREN

Ein Stativ geht nicht kaputt. Sie haben es für die Ewigkeit. Sparen Sie daher beim Kauf nicht. Viele preiswerte Modelle haben mitunter nicht die gewünschte Stabilität, die Sie für Ihre Produktaufnahmen benötigen. Sie brauchen dafür ein festes, stabiles Stativ, das dem Gewicht Ihrer Kamera entspricht und außerdem sicher steht, wenn Sie die Mittelstange umlegen und die Kamera horizontal befestigen.

Ausrüstung für Einsteiger

Für eine Kompaktkamera brauchen Sie selbstverständlich kein riesiges Profistativ, es reicht, wenn Sie z. B. ein Gorillapod, ein Tisch- oder gar ein Flaschenstativ verwenden, das es bereits ab 5 Euro gibt und bequem in der Handtasche mitgenommen werden kann. Dies ist allerdings auch abhängig von Ihrem Produkt.

Wenn Ihr Produkt besser liegend fotografiert werden sollte, benötigen Sie ein robusteres Stativ mit Neiger oder einer extra zu montierenden Reprostange, wie wir sie verwendet haben. Die Höhe des Stativs hängt von der Aufnahmesituation bzw. dem Aufnahmeset ab. Rückenfreundlich und bequem ist eine Stativhöhe ab 1,50 Meter ohne ausgefahrene Mittelsäule.

Fernbedienung für die Kamera

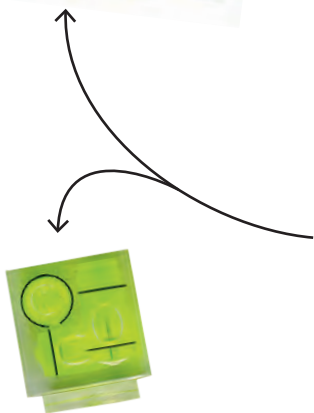
Wenn Sie häufiger Produkte fotografieren, sollten Sie über die Anschaffung einer Fernbedienung für Ihre Kamera nachdenken. Sie ist besonders dann praktisch, wenn die Lichtverhältnisse eine lange Belichtungszeit erfordern. Denken Sie außerdem daran, dass beim Auslösen die Kamera trotz Stativs leicht bewegt wird, was zu Verwacklungen führen kann. Mit dem Fernauslöser verhindern Sie das. Alternativ können Sie auch den Selbstauslöser Ihrer Kamera einschalten oder die Spiegelvorauslösung verwenden. Wo Sie diese genau einstellen können, sagt Ihnen das Handbuch Ihrer Kamera. Verbinden Sie Ihre Kamera direkt mit dem Laptop, können Sie über eine entsprechende Software Ihre Kamera auch vom Laptop aus auslösen. Wir nutzen das Tethering in unserem Bildbearbeitungsprogramm Lightroom.

Langes USB-Kabel für das Tethering

Für das Arbeiten mit Tethering hilft Ihnen ein längeres USB-Kabel (ca. 5 Meter), mit dem Sie Kamera und Laptop/PC verbinden. So können Sie Ihre Kamera direkt über den PC auslösen und die Aufnahme sofort auf Ihrem PC oder Laptop kontrollieren. Das Tethering selbst funktioniert über verschiedene Bildbearbeitungsprogramme, die entweder vom Hersteller Ihrer Kamera mitgeliefert werden oder zusätzlich eingekauft werden müssen. Unsere Empfehlung ist, das Tethering gleich über Lightroom zu steuern, da Sie die Fotos direkt in Lightroom weiterbearbeiten und sich so einen effizienten Workflow einrichten können.

Wasserwaage für Stativ oder Kamera

Viele Stativ sind schon mit einer kleinen Wasserwaage ausgestattet. Wir arbeiten am liebsten mit einer Wasserwaage, die am Blitzschuh der Kamera befestigt wird. Sie ist wichtig zum exakten Justieren der Kamera. Hat Ihr Stativ keine Wasserwaage oder Ihre Kamera keinen Blitzschuh, kaufen Sie sich eine kleine, runde Wasserwaage, beispielsweise eine Wasserwaage mit selbstklebender Dosenlibelle.



Diffusor, Aufheller, Lichtzelt und Blitz

Sie brauchen für Ihre Produktaufnahmen kein Geld für ein aufwendiges, teures Fotostudio auszugeben. Im Gegenteil, wir arbeiten in diesem Buch mit geringstmöglichem Aufwand und ohne teures Zubehör.

Zum wichtigsten Zubehör zählen Fotolampen sowie die Hilfsmittel, mit denen Sie das Licht gestalten können, also Diffusor und Aufheller. Von den klassischen Baustrahlern, die gern von Anfängern verwendet werden, raten wir ab. Zum einen werden sie extrem heiß – es besteht Feuergefahr, wenn Sie zusätzlich mit einem Diffusor arbeiten –, zum anderen erzeugen sie einen unschönen Gelbstich, den Sie in der Nachbearbeitung kaum mehr herausfiltern können. Sollten Sie einen Aufsteckblitz besitzen, können Sie natürlich auch diesen als Lichtquelle einsetzen. Allerdings erfordert das etwas Übung, da Sie diesen Blitz hierbei eher als Aufheller einsetzen sollten, um dunkle Partien im Foto aufzuhellen. Der Blitz darf in diesem Fall Ihr Produkt nicht direkt anblitzen, sondern sollte auf eine Wand oder die Decke gerichtet sein, die das Licht reflektiert.

Wenn wir über Aufheller sprechen, meinen wir sogenannte Reflektoren, mit deren Hilfe wir bestimmte Partien des Motivs heller erscheinen lassen, indirektes Licht sozusagen. Wenn Sie improvisieren müssen, Ihr zu fotografierendes Produkt nicht zu groß ist und Platz auf einem Tisch hat, reicht sogar schon ein einfaches Blatt Papier oder weiße Pappe, das oder die das vorhandene Licht auf Ihr Set zurückwirft.

Im Studio arbeiten wir ausschließlich mit Styropor. Besorgen Sie sich auch ein paar dicke Platten. Sie stehen von allein und brauchen keine Klemmen oder Halterungen.



Es gibt günstige Sets (mit Faltsreflektoren), die neben einem oder mehreren Reflektoren auch einen Diffusor beinhalten. Als Standardausrüstung empfehlen wir Ihnen weiße Styroporplatten aus dem Baumarkt. Sie gehören auch zu unserer Studioausrüstung, die wir jederzeit wieder im Schrank verschwinden lassen können. Hartes Licht, wie z. B. der direkte Schein einer Lampe oder Sonnenlicht, wirft unschöne Schatten. Gerade direktes Sonnenlicht kann beim Fotografieren zu Problemen führen, da es sehr kontrastreich ist.



TIPP!

Eine mit Alufolie überzogene Pappe kann ebenfalls als Reflektor dienen.



Dünne, helle, musterlose Stoffe filtern und streuen das Licht, das zwar etwas abgeschwächt, dafür aber deutlich weicher und schmeichelnder wird. Wenn die Sonne zu stark durch das Fenster scheint, befestigen Sie einfach einen dünnen, weißen Vorhang vor dem Fenster. Lampenlicht können Sie mit einem Diffusor aus dem oben bereits empfohlenen Faltschirmset abmildern oder indem Sie sich einen einfachen Rahmen basteln, auf den Sie einen hellen, durchsichtigen Stoff spannen. Ganz beliebt ist auch Gartenvlies, das Sie relativ preiswert im Pflanzencenter oder im Baumarkt kaufen können.

Je nach Produktgröße können Sie auch mit einem Lichtzelt arbeiten. Der Unterschied zum Diffusor ist, dass das Lichtzelt das gesamte einfallende Licht filtert und somit sehr gleichmäßig verteilt. Damit gelingen Ihnen nahezu schattenfreie Fotos. Zum Fotografieren stülpen Sie Ihr Lichtzelt einfach über Ihre Produkte. Diese Lichtzelte sind oft faltbar, und es gibt sie in verschiedenen Größen. Achten Sie bei der Erstanschaffung des Zubehörs vor allem auf die Größen.

Haben Sie kleine zu fotografierende Produkte wie Schmuck, Seifen etc., reichen kleine Fotolampen, Reflektoren und Diffusoren. Bei der Anschaffung z. B. eines Lichtzelts ist es sehr wichtig, auf die richtige Größe zu achten, denn es reicht nicht, dass Ihr Produkt gerade so darin Platz findet, es muss auch genügend Spielraum an den Seiten lassen. Größere Produkte wie Wohnaccessoires, Möbel etc. verlangen nicht nur einen größeren Setplatz, sondern auch größere Reflektoren und größere oder mehr Tageslichtlampen. Je nach Ausrichtung und Größe Ihres Geschäfts lohnt es sich auf die Dauer gesehen, vorab genau zu überlegen, was Sie wirklich benötigen, und hier etwas mehr Geld auszugeben.

Fotolampen und Lichtformer

Licht gestaltet Ihre Aufnahme und ist damit neben Kamera und Stativ das wichtigste Instrument am Set. Manchmal reicht das vorhandene Licht nicht aus, oder es ist zu viel des Guten. Gerade in den Sommermonaten kann das Licht noch so schön durch Ihr Fenster scheinen, sobald die direkte Sonne Ihren Aufbau bestrahlt, gibt es harte Schatten, oder es werden ausgebrannte Lichtreflexe verursacht.

Zu unserem Kit gehört eine Tageslichtfotolampe mit 60 Watt. Das Licht ist sehr weiß und hell. Ein großer Vorteil ist, dass sich die Lampe nur gering erwärmt und Sie Lichtformer und Folien bedenkenlos dazu nutzen können. Dazu gehört auch eine rechteckige Softbox, die wie ein Schirm relativ einfach aufgespannt wird. Die Innenseite der Box ist silbern beschichtet. Als Diffusor dient lichtdurchlässiges Nylonmaterial, das mit Klettverschlüssen an der Softbox befestigt wird. Sie können mit dieser Ausstattung sehr weiches, diffuses Licht erzeugen, aber auch direktes, hartes Licht.



In diesem Buch arbeiten wir mit Tageslichtlampen, die Sie einzeln, aber auch als Kit kaufen können.

Der Vorteil von Dauerlicht am Set ist, dass Sie sofort das Ergebnis sehen und die Wirkung von Licht und Schatten direkt beeinflussen können. Wir nutzen diese Lampen nicht nur am Set, sondern sie leuchten im Bedarfsfall auch Arbeitsplätze und andere Räumlichkeiten aus.

Untergrund und Hintergrund

Welchen Hintergrund Sie brauchen, bestimmen Sie und Ihr Produkt. Das kann ein einfacher Tisch sein, verschiedene Stoffe, diverse Holzplatten aus dem Baumarkt oder andere Naturmaterialien oder einfach nur farbiges oder weißes Papier. Wichtig ist, dass Hintergründe nicht zu knapp bemessen sind und nicht die ganze Fläche Ihrer Aufnahme abdecken.

Um das zu vermeiden, nutzen Produktfotografen sogenannte Hohlkehlen oder Aufnahmetische. Diese können Sie in den verschiedensten Größen bei sehr vielen Anbietern käuflich erwerben. Im Internet finden Sie auch unterschiedliche Anleitungen zum Selbstbau. Wir bleiben der Idee dieses Buchs jedoch treu und machen es uns so leicht wie möglich, indem wir unsere Hohlkehle aus dickerem Papier recht einfach kreieren.

Wir empfehlen dafür Foto- oder Bastelkarton, erhältlich in diversen Größen und Gewichten.

Bestimmte Produkte, zum Beispiel Schmuck oder Geschirr, wirken sehr gut auf Glas oder Acrylglasplatten in verschiedenen Farben und Stärken. Diese erhalten Sie in Ihrem Baumarkt oder bei diversen Onlineanbietern. Wenn Ihnen die Spiegelung in Ihrer Aufnahme nicht zusagt, raten wir Ihnen zu einer Antireflexglasplatte. Diese erhalten Sie ebenfalls in Ihrem Baumarkt.

Sie merken schon, der erste Weg zur Produktfotografie führt nicht zur Kamera, sondern erst einmal in den Baumarkt. Dort bekommen Sie fast alle Hilfswerkzeuge und Requisiten, die Sie in den unterschiedlichsten Sets brauchen werden.



Noch mehr nützliches Zubehör

Stellen Sie alle Ihre benötigten Hilfsmittel zusammen und bewahren Sie sie am besten an einem Platz auf. Wenn Sie am Set arbeiten, können Sie sich so besser auf Ihre fotografischen Aufgaben konzentrieren und müssen nicht erst in Ihren Räumen nach Ihrem Zubehör suchen. Auf diese Weise müssen Sie Ihre Gedanken und Ihren Workflow nicht unterbrechen.

Feste Bestandteile unserer Zubehörbox

- Schere, Cuttermesser, Kreppklebeband, diverse Pinsel und Stecknadeln.



- Schaschlikspieße aus Holz, mit denen Sie Gegenstände fixieren können. Vor allem sind sie auch ein gutes Werkzeug zum Arrangieren kleinerer Gegenstände, etwa Ketten und Armbänder.

- Haftpaste, Modellier- und Haftmasse für die Produktfotografie. Die Paste ist selbstklebend und leicht wieder ablösbar.



- Druckluftreiniger für Ihre Produkte, Aufnahmetische und vieles mehr. Er entfernt den feinsten Staub, und Sie vermeiden zeitaufwendige Bildnachbearbeitungen.



- Weiße Leinenhandschuhe brauchen Sie, wenn Sie Metall, Schmuck oder Glas fotografieren. Sie vermeiden damit Fett- und Fingerabdrücke auf Ihren Produkten und Aufnahmen.

- Klemmen in verschiedenen Größen sollten immer ein fester Bestandteil Ihres Equipments sein. Sie befestigen damit Ihren Hintergrund und die Aufheller, oder Sie nutzen sie zum Arrangieren Ihrer Produkte. Darum ist es auch vorteilhaft, unterschiedliche Größen in Ihrer Box zu haben - von der Wäscheklammer bis zu den großen Klemmen aus dem Baumarkt.



- Diverse Putzmittel und saubere Lappen bzw. Küchenpapierrollen sollten immer am Aufnahmeset bereitstehen.

Kleider machen Leute

Kinderkleider sind etwas ganz Besonderes. Die verspielten, kleinen Details sowie die verschiedenen hochwertigen Stoffe sollen in ihrer Wertigkeit und Individualität in der Produktfotografie transportiert werden:

Auf die genaue Planung kommt es an

Routinemäßig machen wir uns vorab Gedanken darüber, wie unsere Bilder aussehen sollen. Fragen wie diese wollen beantwortet werden:

- Wie soll unser Produkt fotografiert werden?
- Was wollen wir besonders hervorheben?
- Was möchte der Kunde über das Produkt wissen?
- Welches Licht und welche Kameraausrüstung benötigen wir?

Für den Onlineshop brauchen wir verschiedene Aufnahmen. Zum einen sind das rein sachliche Produktfotos, die die unterschiedlichen Materialien, die Verarbeitung, die vielen Details und vor allem die Größe zeigen. Gleichzeitig möchten wir mit einem ansprechenden Kindermodell zeigen, wie das Kleid getragen aussieht.

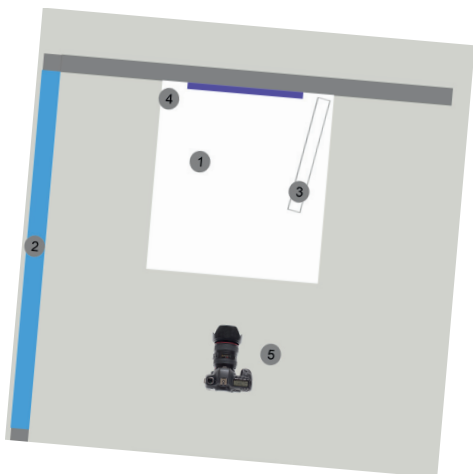
Setaufbau und Ausleuchtung

Mit dem Gedanken im Hinterkopf, dass Sie als Hersteller wenig Zeit für komplizierte Studioaufnahmen haben, zeigen wir ein einfaches und zeitsparendes Aufnahmeset. Sie benötigen lediglich einen weißen Hintergrund (in unserem Beispiel haben wir eine weiße 1,50 m breite Papierrolle verwendet) und Tageslicht: Beachten Sie, dass Sie für Aufnahmen von Kleidern auf Puppen bzw. Kleiderständern mehr Platz zum Fotografieren benötigen.

- 1 Weißes Papier für den Bau einer Hohlkehle.
- 2 Tageslicht (keine direkte Sonne).
- 3 Styropor als Aufheller.
- 4 Produkt.
- 5 Kamera und Stativ.

Für die Gesamtaufnahme des Kleids nahmen wir ein 50-mm-Objektiv, für die Details ein 100-mm-Makroobjektiv.

Ein Stativ benutzen wir nicht nur wegen der längeren Belichtungszeit, sondern auch für die Einstellung der richtigen Kameraperspektive. Wir arbeiten mit einer Brennweite von 50 mm, um größere Verzerrungen in den Aufnahmen zu vermeiden. Die Kamera wurde mithilfe einer Wasserwaage exakt vertikal ausgerichtet.



FOTOÜBUNG

Richten Sie eine Puppe mit Ihrer Kleidung her und fotografieren Sie Ihr Produkt aus unterschiedlichen Perspektiven. Sie sollen dabei das Stativ nicht bewegen, sondern nur die Kamera auf dem Stativkopf. Sehen Sie, welche unterschiedlichen Auswirkungen in der perspektivischen Darstellung minimale Bewegungen haben? Achten Sie dabei auf Licht und Schatten.

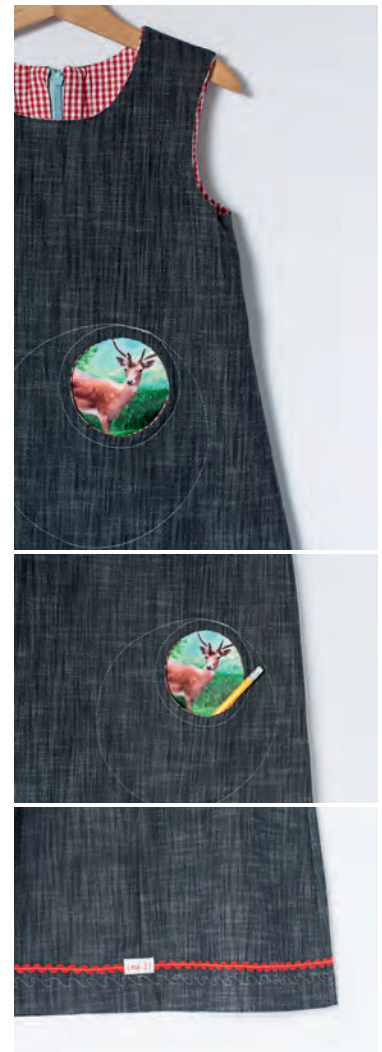
Auswirkung unterschiedlicher Perspektiven

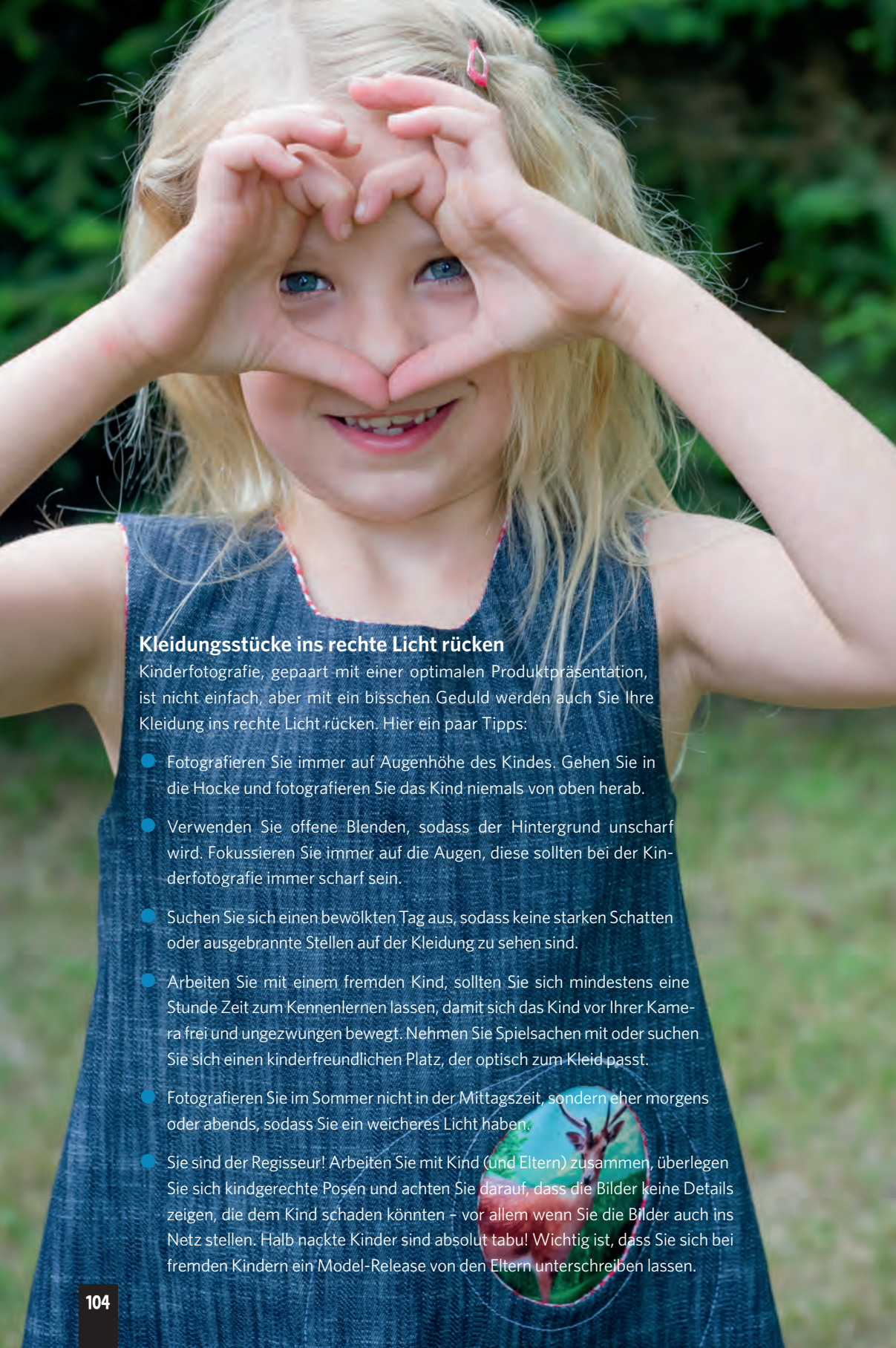
Diese drei Bilder zeigen sehr schön, welche Auswirkungen unterschiedliche Kameraperspektiven haben können. Im Bild links richteten wir die Kamera von unten schräg auf das Kleid, in der mittleren Aufnahme leicht schräg von oben. In der Aufnahme rechts wurde die Kamera exakt vertikal und mit einer Wasserwaage ausgerichtet. Obwohl alle Aufnahmen mit der gleichen Brennweite gemacht wurden, gibt es solche Unterschiede in der Darstellung.



Freisteller auf weißem Hintergrund

Diese Art der Fotografie wird auch Freisteller genannt. Dies sind schattenlose Aufnahmen auf weißem Hintergrund und in der Produktfotografie unabdingbar. Kein störender Hintergrund soll vom Produkt ablenken. Dazu gehören auch Schatten.

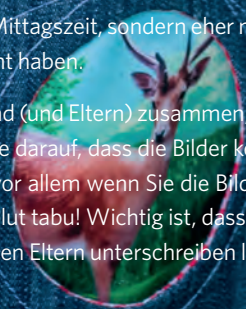




Kleidungsstücke ins rechte Licht rücken

Kinderfotografie, gepaart mit einer optimalen Produktpräsentation, ist nicht einfach, aber mit ein bisschen Geduld werden auch Sie Ihre Kleidung ins rechte Licht rücken. Hier ein paar Tipps:

- Fotografieren Sie immer auf Augenhöhe des Kindes. Gehen Sie in die Hocke und fotografieren Sie das Kind niemals von oben herab.
- Verwenden Sie offene Blenden, sodass der Hintergrund unscharf wird. Fokussieren Sie immer auf die Augen, diese sollten bei der Kinderfotografie immer scharf sein.
- Suchen Sie sich einen bewölkten Tag aus, sodass keine starken Schatten oder ausgebrannte Stellen auf der Kleidung zu sehen sind.
- Arbeiten Sie mit einem fremden Kind, sollten Sie sich mindestens eine Stunde Zeit zum Kennenlernen lassen, damit sich das Kind vor Ihrer Kamera frei und ungezwungen bewegt. Nehmen Sie Spielsachen mit oder suchen Sie sich einen kinderfreundlichen Platz, der optisch zum Kleid passt.
- Fotografieren Sie im Sommer nicht in der Mittagszeit, sondern eher morgens oder abends, sodass Sie ein weiches Licht haben.
- Sie sind der Regisseur! Arbeiten Sie mit Kind (und Eltern) zusammen, überlegen Sie sich kindgerechte Posen und achten Sie darauf, dass die Bilder keine Details zeigen, die dem Kind schaden könnten – vor allem wenn Sie die Bilder auch ins Netz stellen. Halb nackte Kinder sind absolut tabu! Wichtig ist, dass Sie sich bei fremden Kindern ein Model-Release von den Eltern unterschreiben lassen.



Kleider machen Leute



ANGELA MARTENS

MÜNCHEN

www.ma-eins.de

Wo sehen Sie die Schwierigkeiten beim Fotografieren Ihrer Produkte?

Oft ist das Licht nicht ausreichend, um Details zu zeigen, auch ist es schwierig, die Kleidung komplett darzustellen und dann auch noch eine Stimmung einzufangen. Es ist besonders schwer, die Stoffstruktur zu fotografieren, bei Streifenstoffen verschwimmt oft die Oberfläche.

Was möchten Sie auf Ihren Produktfotos zeigen? Wie soll Ihr Produkt gesehen werden?

Mir wäre es wichtig, das Kleidungsstück an einer Person zu sehen und dann Detailaufnahmen.

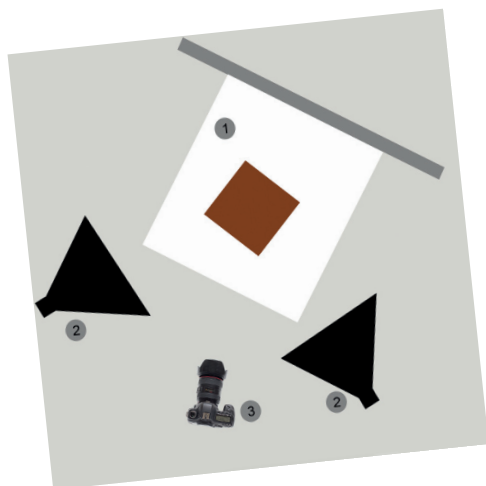


Handgefertigte Möbelstücke aus Holz

Schöne Möbelstücke sind etwas ganz Besonderes, vor allem wenn sie aus besten Hölzern individuell und in Handarbeit angefertigt werden. Ein wunderbares und nachhaltiges Produkt, an dem die Kunden lange Freude haben. Die hochwertige Verarbeitung des Naturstoffs Holz wollen wir in einem Produktfoto dargestellt sehen. Wie geht man bei Möbelstücken vor, und worauf muss man besonders achten?

Setaufbau und Ausleuchtung

Wichtig sind in diesem Fall die Perspektive und die Ausleuchtung. Das Holz hat eine sehr feine Maserung und kann, wie bei diesem Hocker, auch eine unterschiedliche Farbgebung aufweisen. Mit der richtigen Ausleuchtung zeigen wir die Details des Materials und unterstützen die Darstellung der Perspektiven. Die beste Perspektive erreichen wir, wenn das Möbelstück so aufgebaut ist, dass auf dem Foto alle wichtigen Seiten gut zu sehen sind. Auch die Wahl der richtigen Brennweite spielt eine entscheidende Rolle. Außerdem brauchen wir:



1 Weißes Hintergrundpapier für die Hohlkehle.

2 Zwei Tageslichtlampen mit Softbox/Diffusor.

3 Kamera und Stativ.

Wie in Bild 1 zu sehen, klebten wir das Hintergrundpapier mit Kreppklebeband an die Wand und rollten es über dem Fußboden aus. Es arbeitet sich leichter, wenn das Produkt auf einem kleinen Podest steht. Wir schoben dafür einfach eine helle Styroporplatte unter das Papier. Ohne diese Platte könnte es auch passieren, dass der dunkle Bodenbelag durch das Papier scheint und im Bild zu grau wirkt. Schon deshalb ist ein Podest aus Styropor hilfreich.

Unabdingbar ist ein Kamerastativ. Haben Sie den richtigen Bildausschnitt gefunden, stellen Sie das Stativ und die Kamera entsprechend ein. Wir arbeiteten mit ISO 100, einer Brennweite von 100 mm und der Blendenöffnung f/13. Vergessen Sie nicht, die Selbstauslösefunktion in der Kamera zu aktivieren. Dann können Sie damit beginnen, an der Einstellung des Lichts zu arbeiten.

Auf die richtige Ausleuchtung kommt es an

In der sachlichen Produktfotografie sollen drei Seiten sichtbar und unterschiedlich stark ausgeleuchtet sein. Der Profi nutzt dafür eine Blitzanlage, mit der die Lichtstärke regelbar ist. Wir nutzen unsere zwei Lampen und regeln über den Abstand zwischen Lampe und Hocker unsere Lichtstärke. Durch die Softboxen vermeiden wir starke Kontraste und Schatten auf dem Untergrund. Der Abstand regelt die Lichtstärke. Stehen die Lampen zu nah am Hocker, wird die Oberfläche überbelichtet, und die feine Holzstruktur geht auf dem Bild verloren. In unserer Grafik können Sie gut erkennen, wie wir unser Set aufgebaut haben. Die Lampe rechts stellt das Hauptlicht dar und beleuchtet die breite Seite des Hockers. Die Lampe links ist für die Innenseite zuständig. Mit der Höhe dieser Lampe regulieren wir, inwieweit der Querbalken unter der Sitzfläche ausgeleuchtet werden soll. Er soll die dunkelste Seite des Hockers sein.

MIT LICHT EXPERIMENTIEREN

Experimentieren Sie mit dem Licht. Platzieren Sie die Lampen in verschiedenen Winkeln und Höhen um Ihr Produkt herum. Übertreiben Sie ruhig einmal und beobachten Sie, wie sich die Form, das Material sowie die Kontraste und Schatten verändern.



Alles eine Frage der richtigen Perspektive

Neben der Schwierigkeit mit dem richtigen Licht gibt es bei der Fotografie von Möbeln immer wieder Probleme mit der Perspektive und einhergehenden Verzerrungen. Mit einem gut ausgesuchten Aufnahmewinkel und einem Objektiv mit einer geeigneten Brennweite kann man dem entgegenwirken. Um Verzerrungen zu vermeiden, entschieden wir uns hier für ein 100-mm-Makroobjektiv.





100mm Makro | f/13.0 | 1/8 s | ISO 100



Im linken Bild wurde der Hocker mit einem 35-mm-Objektiv aufgenommen. Es ist deutlich zu sehen, dass es an beiden Seitenkanten große Verzerrungen gibt. Der Hocker sieht aus, als sei er unten schmaler als oben. Auch mit einem 50-mm-Objektiv würde man einen ähnlichen unerwünschten Effekt bekommen. Zum Vergleich das Bild rechts: Diese Aufnahme wurde mit einem 100-mm-Makroobjektiv gemacht.

Hier wird schnell deutlich: Alle Seiten des Hockers sind gerade. Gut zu wissen ist auch, dass Objektive oft ganz unterschiedliche Qualitäten aufweisen. Auch bei einem Objektiv mit größerer Brennweite können sich Verzerrungen ergeben, dieses Problem ist jedoch in der Bildbearbeitung gut zu beheben. Diverse Bildbearbeitungsprogramme bieten unterschiedliche Funktionen an, um kleine Verzerrungen zu korrigieren.



MÜNCHEN

www.filmzmoebel-muenchen.de
steinberger-schreinerei-muenchen.de

MARTIN STEINBERGER

Wo siehst du die Schwierigkeiten beim Fotografieren deiner Produkte?

Fehlende technische Ausrüstung und fotografisches Know-how.

Was möchtest du auf deinen Produktfotos zeigen?

Keine Verzerrungen, die Form der Konstruktion, Farbe und Struktur des Materials. Textur und Brillanz der Oberfläche.

Wie soll dein Produkt gesehen werden?

Klar und begehrenswert.

BAUANLEITUNG DOKUMENTIEREN

Wollen Sie Möbel verkaufen, die vom Käufer zu Hause zusammengebaut werden müssen, sollten Sie die einzelnen Schritte des Aufbaus sowie die Einzelteile ebenfalls im Foto festhalten.

Vergleichen Sie die beiden Aufnahmen. Nicht nur das Objektiv wurde gewechselt, auch die Perspektive wurde leicht verändert, um so den Hocker räumlicher darzustellen.

Was möchte der Kunde von dem Produkt sehen?

- Die Form und Größe des Möbelstücks.
- Die Materialart und die Verarbeitung.
- Ein Wohnraumbeispiel.

Die Produktgröße – Gerade bei Möbeln spielen die Maße eine ganz wichtige Rolle für den Kunden. Daher sollte in der Produktbeschreibung Höhe, Tiefe und Breite in Zentimetern und eventuell das Gewicht angegeben werden. Ein fotografisches Beispiel, das die Größen optisch anzeigt, ist notwendig. Da der Hocker nicht nur als Sitzmöbel, sondern auch als Beistelltisch verwendet werden kann, haben wir ein handelsübliches Kaffeegedeck zur Symbolisierung der Größen verwendet. Achten Sie bei der Wahl der Dekoration, die gleichzeitig der Darstellung von Größenverhältnissen dient, darauf, dass sie farblich, funktional und inhaltlich zu dem zu verkaufenden Produkt passt.



Hier haben wir die Steckdosen in der Bildbearbeitung nachträglich entfernt und den Horizont begradigt. Das Möbelstück wurde durch eine Drehung räumlicher dargestellt.

Handgefertigte Möbelstücke aus Holz

Achten Sie bei Wohnraumaufnahmen auf kleine Details wie Flecken an den Wänden, störende Steckdosen, den schiefen Horizont und gleichzeitig auf die Perspektive und Ausrichtung des Möbelstücks.





Details, Details – Möbel im Internet zu verkaufen gehört nicht zu den einfachsten Aufgaben. Normalerweise möchte der Kunde die Möbel ausprobieren. Vor allem bei Sitzmöbeln möchte er sich draufsetzen und die Stabilität testen sowie das Material fühlen.

Um den Kunden online von der Qualität zu überzeugen, brauchen Sie vor allem Produktbilder, die die Verarbeitung und das Material im Detail zeigen. Gehen Sie dafür so dicht wie möglich an das Produkt heran. Achten Sie bei Nahaufnahmen auf Fussel und Flecken. Putzen Sie das Produkt vorab. Bei Nahaufnahmen achten Sie vor allem darauf, dass Sie nicht selbst einen Schatten auf das Produkt werfen.

TIPP

Geben Sie bei den Möbeln unbedingt Lieferzeiten und Lieferkosten direkt in der Produktbeschreibung an. Ein Kunde bricht schnell den Kauf ab, wenn beim Abschluss der Bestellung zum Produktpreis sehr hohe Speditionskosten hinzukommen, die vorab nicht einsehbar waren. Organisieren Sie nach Vertragsabschluss vor allem die Kommunikation zwischen Kunde und Spedition, sodass die Möbel vom Kunden nach Terminvereinbarung in einem tadellosen Zustand entgegengenommen werden können.

Schnelle Korrekturen in der Bildbearbeitung

Sollten Sie die Möbel mit einer Kamera fotografieren, bei der Sie die Verzerrung nicht verhindern können, ist es möglich, diese nachträglich zu bereinigen. Bildbearbeitungsprogramme wie Photoshop oder Lightroom bieten von Haus aus die Funktionen an.



In unserem Beispiel haben wir den Hocker mit einem Smartphone fotografiert. Mithilfe der Funktion *Upright*, die es in Lightroom ab Version 5.x gibt, haben wir die Verzerrungen entfernt. Zusätzlich haben wir den Weißabgleich durchgeführt, das Produkt aufgehellt und leicht nachgeschärft.



**Handgefertigte
Möbelstücke aus Holz**

SMARTPHONE-TIPP

Sie können zwar im Smartphone den Weißabgleich vor dem Fotografieren einstellen, doch bei Aufnahmen mit künstlichem Licht ist das Ergebnis nicht zufriedenstellend, sodass Sie ihn nachträglich in einem Bildbearbeitungsprogramm korrigieren sollten. Sie können dafür Bildbearbeitungs-Apps wie Snapseed oder Photoshop Express verwenden. Da Sie dort aber intuitiv per Drag-and-drop arbeiten, sind die Ergebnisse nicht immer gleich. Achten Sie vor allem bei künstlichem Licht darauf, dass es bei Smartphone-Bildern zu keiner unschönen Streifenbildung (Rolling Shutter Effect) kommt.

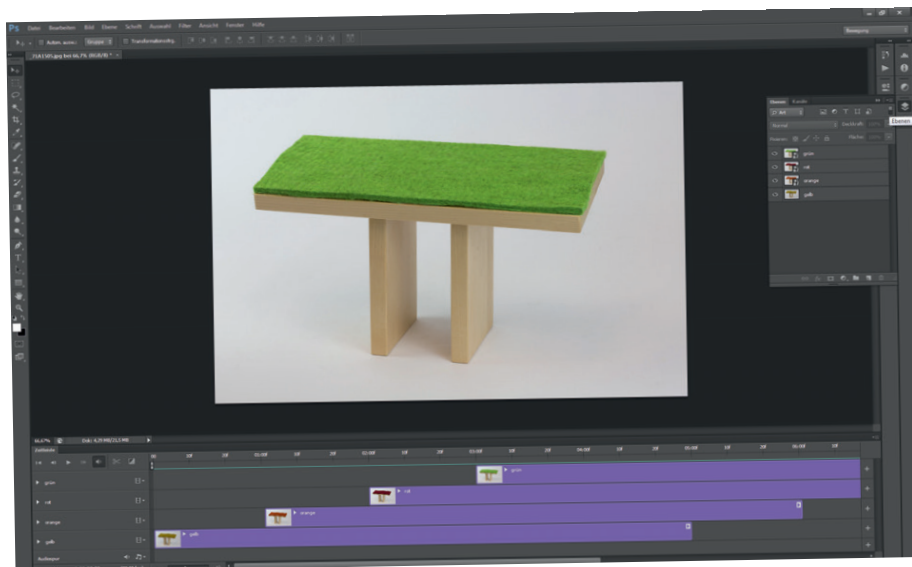


Im Folgenden möchten wir Ihnen zeigen, wie Sie ein Produkt darstellen können, das individualisierbar ist. In diesem Fall geht es um einen Meditationshocker, der mit unterschiedlich farbigen Bezügen bestellt werden kann.

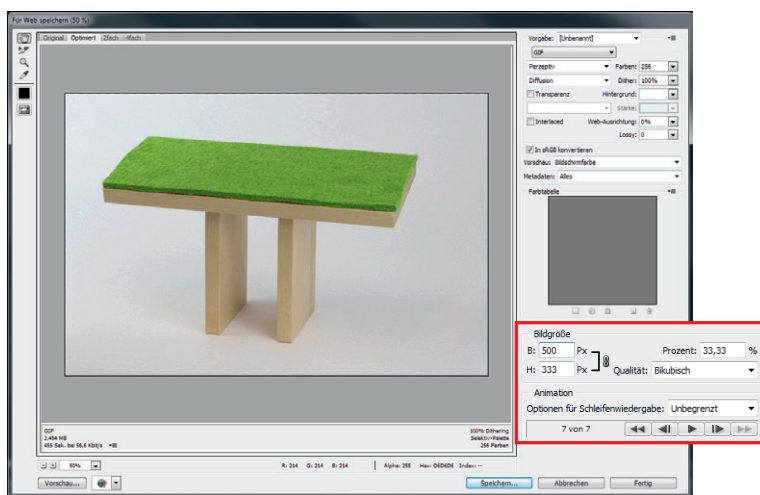
Für die Fotografie haben wir den Standort des Hockers markiert, sodass er bei den Bezugswechseln seinen Standort nicht veränderte. Das Ziel war, mehrere Fotos von den unterschiedlichen Filzauflagen zu machen, sodass wir später eine Animation daraus anfertigen konnten.

Photoshop Tutorial: Animation

Diese Animation können wir als kleine, selbstständig ablaufende Filmdatei im GIF-Format speichern. In Photoshop gibt es dafür die Funktion *Zeitleiste*, mit der Sie festlegen können, in welcher Reihenfolge und wann die nächste Oberflächenfarbe eingeblendet werden soll. Per Drag-and-drop können Sie die Ebenen beliebig ziehen und verschieben und gleichzeitig die Animation abspielen und überprüfen.



Anschließend müssen Sie diese Animation als GIF-Datei speichern. Dazu gehen Sie in der Menüleiste auf *Datei/Für Web speichern* und geben das Ausgabeformat GIF an. Hier können Sie weitere Parameter einstellen, wie die Größe der Animation, wie oft die Animation ablaufen soll (einmal oder unendlich) und ob die Animation Transparenzen enthalten soll. Das bedeutet, wir könnten den Hocker vorher freistellen – sprich den weißen Hintergrund entfernen – und ihn als Animation mit transparentem Hintergrund im Internet veröffentlichen. Das ist dann wichtig, wenn die Hintergrundfarben im Internet nicht weiß sind und sich die Animation optisch anpassen soll.



Handgefertigte Möbelstücke aus Holz



Neben der Individualisierbarkeit spielt bei diesem Produkt die Darstellung der Nutzung eine wichtige Rolle. Ein einfacher Freisteller kann beim Kunden eine andere Größenvorstellung assoziieren. Das Produkt wirkt als Freisteller viel größer, als es in Wirklichkeit ist. Die Tasse zeigt die richtigen Größenverhältnisse, doch ist dieses Accessoires in der Nutzung nicht stimmig, sodass wir uns für eine Darstellung mit einem Model entschieden haben. Mithilfe des Models wird nicht nur die Größe sichtbar, sondern auch, wie der Meditationshocker verwendet werden kann. Um empathische Produktfotos herzustellen, haben wir die Fotos im frühen Morgenlicht in der Natur aufgenommen, einmal auf einer Wiese und einmal im Wald an einem Naturbach.



Index

A

Abbildungsmaßstab 175
Accessoires 63, 144
Adobe Lightroom 220
Aktionsflyer 244
Alleinstellungsmerkmal 237
Ambiente 138
Antireflexglasplatten 164
Assoziationen 17
Aufheller 23, 37, 41, 116
 Styropor 85
Aufnahmeabstand 68
Aufnahmeplatz 41
Aufnahmeset 41
Aufnahmetisch 39
Auge führen 114
Augenhöhe 63, 104
Ausrüstung 25

B

Bastelkarton 39
Baustrahler 37
Begleittext 21
Belichtungszeit 46, 111
Bildausschnitt 20, 193, 208
Bildbeschreibung 236
Bildformat 42
Bildgrößen
 DaWanda 251
 eBay 251
 Etsy 251
 Facebook 250
 Google+ 250
 Twitter 250
Bildkomposition 125
Bildqualität 43
Bildrauschen 192

Bildtitel 236
Blende 46, 104
Blendenreihe 46
Blendenstufen nachbelichten 143
Blitz 37
Bocka, Martina 167
Brautmode 194
 Setaufbau 195
Brennweite 20
 28 mm 34
 50 mm 34
 100 mm 34
Bridgekamera 30
Büschl, Kai 207

C

Carlos, Debbie 101
CD-Hüllen 209
Charme 116
Chromatische Aberration 46, 192
Corporate Design 19
Cuttermesser 40

D

Dateinamen 234
DaWanda 92, 198, 232, 241
 Bildgrößen 251
Dear Golden 100
Dekoration 19, 20
Detailaufnahmen 20
Details hervorheben 147
Diffusor 37, 109, 186
 Wirkung 62
Drapieren 85, 174
Dreidimensionale Wirkung 153

Drittel-Regel 91
Druckluftreiniger 40
DSLR 32
Düfte 60
Duplex-Wasserwaage 185

E

eBay
 Bildgrößen 251
Eberhard, Angela 217
E-Mail-Marketing 244
Emotionale Produkte 21
Erdbeer-Milch-Splash-Experiment 134
Etsy 92, 94-101, 146, 198, 241
 Bildgrößen 251
Exif-Daten 235

F

Facebook 96, 117
 Bildgrößen 250
Farben 44, 61
Fernauslöser 69
Fernbedienung 36
Fibonacci-Spirale 91
Figuren freistellen 218
Filz 84
Filtzaschen 84
 Kleid 91
 Setaufbau 84
Fischer, Andrea 86
Flamme 141
Flyer 66, 244
Folien 38
Foodfoto 118

Fotografie
als Produkt 210
Fotolampen 37
Fotoschule 42
Freistellen 170
Freisteller 82, 103
Frühbeetvlies 197
Fujifilm X-E2 31

G

Gartenvlies 38
Geldbörse 202
Gemagenta 101
Gerahmte Bilder 214
Glänzende Oberflächen 130
Glas 22
Goldener Schnitt 91, 171
Google+
Bildgrößen 250
Gute Produktfotos 245

H

Haftmasse 40
Haftpaste 40, 173
Hakenleisten 142
Setaufbau 142
Handhaltungen 147
Herstellung 65
Hilfsmittel 35
Hintergründe 39, 41
Hintergrundpapier 157
Hipstamatic 27
Hochzeitsprodukte 194, 198
Hohlkehlen 39
Holz 143, 150

Holzbilder 210
Holzböcke 41
Holzstäbchen 167
Holztisch 60
Holzuntergründe 137
Hut 178
Setaufbau 178

I

Instagram 27, 70, 96, 141, 241
ISO-Empfindlichkeit 46

J

JPEG-Format 42

K

Kamera 27
Kamerastativ 157
Kamlah, Christine 179
Keramik 216
Kerzen 136
Setaufbau 137
Keywordplaner 238
Keyword-Tools 237
Kinderkissen 74
Kinderkleider 102
Setaufbau 102
Kinderspielzeug 83
Kissen 68
Setaufbau 68
Kleidung 90, 189
Klemmen 40
Koch, Kristina 196
Kompaktkamera 29

Krafft, Elena 131
Kreppklebeband 40, 157
Kulali, Tan 52

L

Lebensmittel 128
Leinenhandschuhe 40, 167
Licht 108, 153
Lichtformer 38
Lichtzelt 37, 38
Lightroom 220
Aufnahmen entauschen 224
Bildausschnitt 221
Farbsäume reduzieren 225
Flecken entfernen 221
nachscharfen 228
Produkte ausrichten 226
Wasserzeichen 229
Weißabgleich 220
Lineal 208

M

Makroobjektiv 124
Manger, Britta 113
Manuell scharf stellen 207
Marketing 247
Marketingidee 244
Marketingkalender 119
Marketingkonzept 249
Marketingtodsünden 247
Martens, Angela 105
Maßstab 115
verdeutlichen 132
Medaillon 164
Metadaten 235

Metall 22, 143
Mightyvintage 99
Möbel 159
Möbelstücke 156
 Setaufbau 156
Modelliermasse 40
Modellpuppe 178
Model-Release 65, 93
Müller, Katja 144
mymuesli 118

N

Navucko 100

O

Objektive 33
Objektivkorrektur 143
Offlinewerbung 244
Onlineshop 94
Onlinewerbung 244
Origami 112
 Setaufbau 112

P

Papeteriewaren 106
Papier 112
Papierwaren 106
 Setaufbau 106
Pastellfarben 107
Perspektiven 103
Picmonkey 117
Pinsel 40
Pinterest 96, 113, 117, 232, 245
Pinzette 167
Planung 50, 102
Plüschtiere 79

 Setaufbau 79
Porzellan 130
 Setaufbau 130
Pralinen 122
 Setaufbau 122
Produktansichten 88
Produktdetails betonen 154
Produktfotografie 58
Produktgröße 159
Produktionsreportagen 21

R

Ramb, Stefanie 205
Rautenberg, Beatrix 211
RAW-Format 43, 143, 155
Rechtschreibung 238
Redlich, Melanie 107
Reflektoren 37
Reproduktion 206
 Beleuchtung 206
 Setaufbau 206
Requisiten 201
Retuschearbeiten 125

S

Schärfe 114
Schaschlikspieße 40
Schatten 80, 108, 153
Schatzl, Markus 152
Schere 40
Schilling, Ann 83
Schlüsselbrettchen 150
 Setaufbau 150
Schmuck 164, 172
 Setaufbau 165, 172
Schneefall simulieren 140
Schön, Cathrin 23

Schubert, Anja 175
Seifen 60
Selbstaumlöser 69
SEO 95, 234
Shopbetreiber 94
Skulpturen 216
 Setaufbau 216
Smartphone 27
Social Media 96
Social-Media-Präsenz 245
Social-Media-Tools 248
Softbox 109, 186, 197
Spehr, Kerstin 123
Spiegellose Systemkamera 31
Spiegelreflexkamera 32
Spiegelungen 145, 164
Stativ 35, 157
 beschweren 142
Staub, Sandra 245
Stecknadeln 40
 retuschieren 187
Steinberger, Martin 158
Stoffe 38
Streichholz 141
Styroporplatte 69, 108, 201
Suchmaschinenoptimierung 95, 234
Synonymsuche 239

T

Tageslicht 23, 60, 201
Tageslichtset 84
Taschen 200
 Setaufbau 200
Textures 148
The Knit Kid 99
Tischplatte 41

Todsünden
gestalterische 247
kommunikatorische 248
rechtliche 247
T-Shirts
am Model 189
Setaufbau 184
Twitter 96, 241
Bildgrößen 250

U

Überbelichtung 80
Übersetzungshilfen 239
Unschärfe 60, 114
Untergrund 39, 117
USB-Kabel 36
USP 237

V

Versandformalitäten 92
Verwendungsbeispiele 21
Vintage-Look 148
Visitenkarte 244
VSCOCam 27

W

Wasserwaage 36, 185
Weißabgleich 44
Werth, Melanie 75
Witz 116
Workflow optimieren 48

Z

Zollformalitäten 92
Zubehör 35

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen Herstellern bedanken, die uns ihre Produkte für das Buch zur Verfügung gestellt haben. Ebenso geht ein herzliches Dankeschön an die Modells Alisa, Martha und Jana sowie an das Landhaus Plendl in Oberappersdorf und das Fotostudio B2 Gewerbehof Westend, München.

An Dagmar Martin für die richtigen Worte. Karla Coppola und die Herstellungsgemeinschaft Siebenmachen in München für die Bereitstellung von einzigartigen Requisiten.

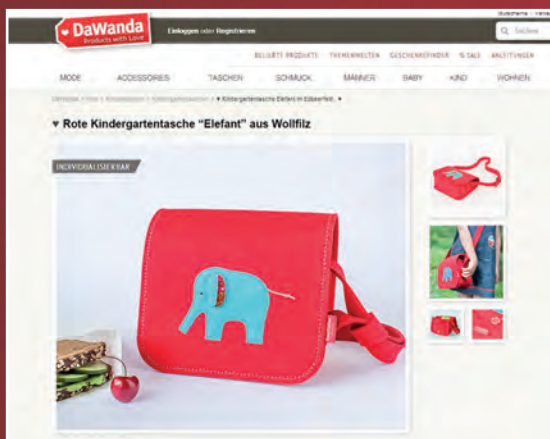
Last but not Least ein Dankeschön für die tatkräftige Unterstützung an die Fotografinnen Katrin Petzoldt in Leipzig (www.katrin.petzoldt.eu) und Beatrix Rautenberg, München, und allen die uns geholfen haben.

Bildnachweis

Die Bilder in diesem Buch wurden von Jana Mänz und Simone Naumann erstellt.

Ausgenommen der Bilder:

- | | |
|-------------------------|---|
| S. 6 Cathrin Schön. | S. 88 Andrea Fischer. |
| S. 14-15 Cathrin Schön. | S. 94-96 Etsy. |
| S. 16-23 Cathrin Schön. | S. 113 Britta Manger. |
| S. 29 Panasonic. | S. 118 Florian Weichselbaumer,
mymuesli (o). |
| S. 30 Canon. | S. 118 Viktor Strasse, mymuesli (u). |
| S. 31 Fujifilm. | S. 119-121 Viktor Strasse, mymuesli. |
| S. 32 Nikon. | S. 152 Markus Schatzl. |
| S. 33 Canon. | S. 175 Rolf Nöhmeier (u). |
| S. 52-57 Tan Kulali. | S. 182-183 Beatrix Rautenberg. |
| S. 70 Myriam Kemper. | S. 245 Elisabeth und Rainer Zola. |



Simone Naumann, Jana Mänz

BILDER DIE VERKAUFEN

*Produkte für Dawanda und ebay
verkaufsfördernd fotografieren*

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Dies gilt im höchsten Maße für den Verkauf von Produkten über Kataloge oder Internetportale wie ebay oder Dawanda, die „Independence-Unternehmen“, Manufakturen, Handwerkern oder Künstlern eine Verkaufsbasis, unabhängig von Vertrieben und Handel, bieten. Ein Foto eines Produkts ist nicht nur eine einfache Abbildung, nein, dieses Foto transportiert die Idee des Anbieters und überzeugt im Idealfall durch Authentizität.

An alle, die etwas „machen“ und anbieten, richtet sich dieses Buch. Es zeigt, wie Sie sich und Ihre Produkte „echt“ rüberbringen, mit dem gesamten Versprechen, mit dem Sie als Unternehmer oder Anbieter Ihren Kunden gewinnen wollen. Die Sprache des Bildes ist da weit bedeutender und schwerwiegender als das einfache Wort.

Simone Naumann und Jana Mänz zeigen Ihnen, wie Sie genau Ihre Bildsprache finden und die fotografische Technik beherrschen. Unsere Autorinnen zeigen Ihnen die notwendigen technischen Voraussetzungen anhand verschiedener Aufnahmesets und gehen auf Schwierigkeiten und Fehler ein, die immer wieder passieren. Ebenso spielen derzeit aktuelle Marketinginstrumente wie Social-Media und Online-Präsentationsmöglichkeiten eine wichtige Rolle. »Bilder, die verkaufen« ist nicht nur ein Produktfotografiebuch, sondern ein Must Have für alle, die als Hersteller, Handwerker oder Künstler erfolgreich verkaufen möchten. Und was gibt es Schöneres, als einen Kunden glücklich zu machen?



Dieses Buch ist auch als E-Book und App erhältlich.

Mehr zum Franzis-Programm, zu Büchern und Software:
www.franzis.de



FRANZIS