

## 2. Das sind die richtigen Motive für Ihr Portfolio

Ich kann Ihnen an dieser Stelle kein Patentrezept geben, denn würde ich hier schreiben: „Fotografieren Sie eine Gewürzgurke von der Seite“, macht das wahrscheinlich jeder Leser, und der Markt wird mit Tausenden ähnlicher Bilder überschwemmt. Aus dem vermeintlichen Geheimtipp wird dann ein Foto, das sich nicht besonders verkauft.



Ich werde Ihnen hier vielmehr Anregungen und Hilfestellungen bieten und Sie dazu bringen, den richtigen Weg zu finden. Eins kann ich allerdings schon vorweg verraten, Fotos mit Menschen verkaufen sich mit am besten.

Denken Sie bei Ihren Fotos an eine möglichst vielseitige Nutzbarkeit. Wenn beispielsweise deutsche Texte als Beiwerk (also nicht als Hauptbestandteil des Bilds) zu lesen sind, werden dieser Bilder kaum im fremdsprachigen Ausland gekauft werden. Denken Sie besser international.

Behalten Sie im Kopf, was ein Stock-Foto ist. Das ist ein Bild, das auf Vorrat produziert und in ein Archiv eingestellt wird. Von dem Moment an wartet es auf seine Nutzung. Geben Sie dem Motiv genug Raum, damit der Benutzer auch noch den Ausschnitt sinnvoll verändern kann oder Platz hat, Text in das Bild zu integrieren. Dies gilt nicht für isolierte Objekte, diese sollten möglichst formatfüllend abgebildet werden.

Einige Bildagenturen bieten auch Wunschlisten oder Listen mit unerwünschten Motiven an. Diese Listen beziehen sich aber immer auf die jeweilige Agentur, also auf deren Bildbestand und dem, was deren Kunden suchen. Dem Einsteiger kön-

### Hoch- oder Querformat?

Der Computerbildschirm und der Fernseher sind Querformate. Die Kamera liegt ergonomisch so in der Hand, dass man intuitiv ein Querformat macht. Allerdings haben Zeitschriften und Magazine meist Hochformate. Daher sollten Sie möglichst alle Ihre Motive als Hoch- und als Querformat aufnehmen.

nen diese Liste gute Tipps geben. Daher werden exemplarisch einige Wünsche ausgewählter Agenturen in den Bereichen „Stand Juli 2009“ erwähnt.

## 2.1 Diese Themen werden gesucht

Es gibt bei den meisten Agenturen Bildkategorien, in die die Motive einsortiert werden. Leider sind diese nicht immer ganz einheitlich. Sie erhalten in den nachfolgenden Abschnitten einen Eindruck davon, wie vielseitig Ihr Portfolio sein kann, wenn Sie alle Kategorien füllen.

Viele Bildagenturen haben auch Toplisten ihrer Bestseller oder für die meistverwendeten Suchbegriffe (Keywords oder Tags), z. B. die Bildagentur Fotolia (<http://de.fotolia.com/Info/Tags/Sorted>).

Andere Bildagenturen haben diese Informationen erst im Mitgliedsbereich.

### 1. Architektur



© Pjorg



© fabiomax – Fotolia.com

<b>Das sind die am häufigsten vorkommenden Bildmotive:</b>	Wahrzeichen (oftmals Bauwerke wie z. B. Fernsehturm, Kirchen, Brücken oder altertümliche Bauwerke wie z. B. Pyramiden, Kolosseum etc.) Ein- und Mehrfamilienhäuser Hochhäuser moderne Architektur Architekturdetails (Strukturen, Licht und Schattenspiel) Innenarchitektur (moderne Küchen und Wohnzimmer etc.) Treppenhäuser
<b>Welche Themen sind gefragt?</b>	Modernisierungsbedarf Ökologie und Nachhaltigkeit (Passivhäuser) Neubau(-gebiet) Städtebau Stilrichtungen Konstruktion Architekturepochen (u. a. Details wie Säulen und Verzierungen) Sanierung und Bau
<b>Was wird konkret gesucht? **</b>	Stadtansichten bei Nacht symbolische Orte wie z. B. Wallstreet, Freiheitsstatue, Brandenburger Tor, Skylines (Frankfurt a. M.)
<b>Was ist rechtlich zu beachten?</b>	Property-Release – innerhalb von Gebäuden, auf nicht öffentlichen Plätzen etc. (s. Kapitel 10.4) keine Logos und Markenzeichen (s. Kapitel 2.7 ff.) beachten Sie die Tipps in den Kapiteln 5 und 7
<b>Erfolgschance*</b>	☺
* Bewertung in absteigender Reihenfolge: ☺☺☺, ☺☺, ☺, ☹	
** Nach Angaben von z. B. Moodboard und Adpic – Stand Juli 2009	

Für die bekannten Architekturwahrzeichen wie z. B. Kölner Dom, Empire State Building, Eiffelturm etc. gibt es eine Nachfrage. Man kann dabei primär von Nutzungen für Postkarten oder Reiseinformationen ausgehen. Allerdings ist nicht alles erlaubt, genauere Details zu rechtlichen Informationen finden Sie ab Kapitel 2.7 ff.

Denken Sie aber auch an Nutzungen für Bauunternehmen, Bausparkassen und deren Publikationen: ein idyllisches Einfamilienhaus mit Garten z. B. als Altersvorsorge, moderne Architektur, diverse Baustile und Strukturen oder eine mächtige Brücke mitten in grüner Natur.

Bevor Sie jetzt anfangen, den Kölner Dom zu fotografieren, schauen Sie am besten erst einmal bei den Bildagenturen nach, wie viele Bilder es da schon gibt und welche Qualität und Bildgröße diese haben. Dies gilt auch für alle anderen Bereiche.

Motiv	Digitalstock.de	Fotolia.de	iStockphoto.com
Dom zu Köln	197	397/178	307/>100
Empire State Building	32	181/125	827/>1000
Einfamilienhaus	692	1208/784	5049/>2400
Dorfkirche	99	146/4	1/0
Stand Juli 2009			

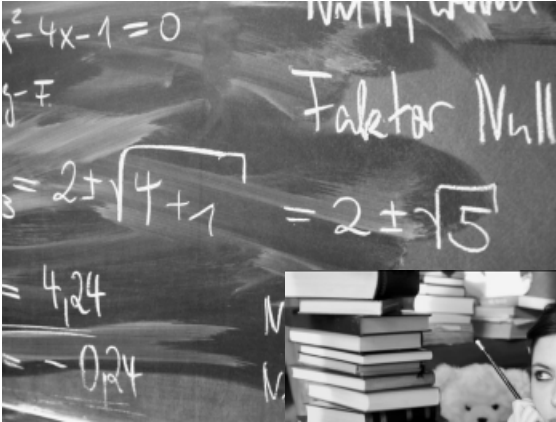
Die erste Zahl gibt die Treffer an, der zweite Wert die Anzahl der Verkäufe des bestverkauften Bilds (der zweite Wert ist für Digitalstock nicht bekannt).

Je mehr Fotos es bereits gibt, desto schwieriger ist es, sich bei einem Motiv zu positionieren. Der Bildsucher sortiert häufig nach Verkaufszahl, denn in der Regel sind diese Bilder auch die besseren.

Das Empire State Building hat nach dieser Recherche die besten Verkaufschancen in allen drei Agenturen. Bei Digitalstock gibt es nur sehr wenige Bilder zur Auswahl, allerdings ist Digitalstock eine deutsche Agentur und hat auch nur den deutschsprachigen Markt im Fokus. Bei Fotolia und iStockphoto ist das Verhältnis Bildanzahl/Verkäufe relativ gut. Bei iStockphoto wird es aber schon schwieriger, gefunden zu werden, da es schon viele Bilder zu diesem Thema gibt.

Bei vielen Architekturmotiven ist es sinnvoll, diese auch in die Kategorie Reise/Geografie einzusortieren. Und nicht jedes Motiv wird sich gut verkaufen, denn der Bedarf nach Dorfkirchen ist nur begrenzt.

## 2. Bildung



© Sulamith – Fotolia.com



© diego cervo – Fotolia.com

<p><b>Das sind die am häufigsten vorkommenden Bildmotive:</b></p>	<p>Tafel (mit und ohne Inhalt wie z. B. Formeln, jemand schreibt etwas auf)          Klassenzimmer          Hörsaal          Lernsituationen (Einzelpersonen, Gruppen mit Computern oder klassisch mit Büchern)          Bibliothek (Bücherregale)          Diplom, Zeugnis</p>
<p><b>Welche Themen sind gefragt?</b></p>	<p>Ausbildung          Weiterbildung          Lernen im Alter          Anstrengung, Überforderung, („qualmender“ Kopf)          Spaß am Lernen</p>

<b>Was wird konkret gesucht? **</b>	Schulkinder: erster Schultag, in der Schule, während des Unterrichts, bei den Hausaufgaben, Leistungsdruck, Konflikte auf dem Schulhof etc. Kinder und Medien: z. B. lernend am PC Ausbildungsmotive mit Menschen aller Altersgruppen US-Highschool-Außengelände
<b>Was ist rechtlich zu beachten?</b>	Model-Release – bei Personen (s. Kapitel 10.3) Property-Release – innerhalb von Gebäuden, Sportanlagen (s. Kapitel 10.4) keine Logos und Markenzeichen (s. Kapitel 2.7 ff.) beachten Sie die Tipps in den Kapiteln 5 und 7
<b>Erfolgschance*</b>	☺
* Bewertung in absteigender Reihenfolge: ☺☺☺, ☺☺, ☺, ☹ ** Nach Angaben von z. B. Moodboard, Panthermedia und Sodapix – Stand Juli 2009	

Hier können Sie kreativ werden, denn Bildung ist abstrakt. Es können symbolhafte Darstellungen wie z. B. Bibliotheken oder Lexika genau so wie der Prozess des Lernens in der Schule oder Universität mit und ohne Personen, mit Computer, Block oder Tafel gezeigt werden. Die Etappen von der Einschulung bis zum Dokortitel und die berufliche Weiterbildung oder das Lernen im Alter (z. B. Internet) sind möglich.

### 3. Beruf

Zum einen ist hier Business gefragt, also erfolgreiche Mitarbeiter (Manager) in typischen Situationen wie Meetings, Vertragsabschlüssen, Büroarbeit etc., aber auch Peppiges, z. B. Banker mit Aktenkoffer auf dem Skateboard oder in die Luft springend. Die Zeit, in der Banker Geld zum Fenster hinauswerfen, ist leider gerade vorbei.

Daneben gibt es Hunderte von Berufsbildern, vom Arzt bis zum Zauberer. Und es sind nicht immer Personen nötig, um einen Beruf darzustellen. Die Handwerksberufe haben meist Wappen, die typische Werkzeuge zeigen. Der Dachdecker z. B. hat ein Dachdeckerbeil, einen Schieferhammer und einen Zirkel.

Schauen Sie einfach mal in Publikationen der IHK, der Berufsgenossenschaften und Krankenkassen. Dort finden Sie viele Motive und Themen wie Sicherheit am Arbeitsplatz, Berufskrankheiten etc.