Infomaterial zum Seminar für Geschäftskunden

www.architekturfotografie-frankfurt.com

„Online-Marketing funktioniert nicht in meiner Branche! Kein Mensch würde ein Haus auf Ebay kaufen…“

…Weshalb das ein weit verbreiteter Irrtum ist und wie Sie Ihre Immobilie online gezielt akquirieren, vermitteln und erfolgreich Geld verdienen: Ich möchte Ihnen hier einen kurzen Einblick in die Relevanz guter Fotos Ihrer Immobilie im Internet verdeutlichen. Des Weiteren bekommen Sie hier wertvolle Tipps für die praktische Umsetzung schöner Bilder. Ich gebe Ihnen einen Einblick in das bessere und bewusstere Fotografieren.

Ich bin Immobilienfotograf aus Frankfurt und habe Erfahrung im Bereich der Vermarktung. Meinen Kunden helfe ich dabei den Wert Ihrer Immobilie durch atemberaubende Aufnahmen zu steigern und diese an den Kunden zu vermitteln. Zu meinen Kunden zählen überwiegend Manager aus dem Bereich des Immobilien Investments, Immobilienverwaltungen und Privatkunden.

Wenn Sie nach „Architekturfotograf in Frankfurt“ oder etwas in der Art googeln, werden Sie feststellen, dass meine Webseite direkt an erster Stelle kommt, obwohl es im Bereich Frankfurt zahlreiche Mitbewerber in diesem Bereich gibt! Das ist kein Zufall, sondern hängt damit zusammen, dass ich mich mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO) auskenne. Von meinen bisherigen Kunden konnten bisher alle eine Umsatzsteigerung verbuchen, nachdem sie meine Dienstleistung in Anspruch genommen haben. Auf meinem Seminar werde ich Ihnen wertvolle Tipps geben, worauf es bei der Werbung ankommt, damit diese effektiv funktioniert. Je nach Wunsch und Bedarf können die Schwerpunkte zwischen Fotografietechnik & Bildgestaltung, Bildbearbeitung und Wege im Online-Marketing variieren und werden individuell auf Sie abgestimmt.

Inhaltsverzeichnis

Weshalb es sich lohnt online zu werben ... 3
Das kennen Sie bereits: Vergleichsportale ... 3
Die Relevanz der Bilder ... 4
Ihre Webseite ... 5
Online vs. Offline Selbstvermarktung ... 6
Wertsteigerung durch sensationelle Fotos ... 7
Tipps für bessere Fotos – Wie sie selbst schönere Ergebnisse erreichen. ... 8
Die absoluten Grundlagen für die richtige Belichtung ... 8
Motivprogramme und Kameramodi ... 9
Speicherformat ... 10
Methoden der Belichtungsmessung ... 11
Das Histogramm ... 12
ETTR-Expose to the Right ... 14
Die Brennweite ... 16
Standort und Perspektive ... 18
Grundlagen der Bildkomposition ... 19
Anwendungsbeispiele ... 27
Bidbearbeitung ... 30
Buchen Sie mich für ein Seminar ... 31
Falls Sie nun doch lieber einen Fotografen beauftragen möchten, worauf sollten Sie achten? ... 32
Schlusswort ... 36

©2016 PATRICK ZASADA, ARCHITEKTURFOTOGRAFIE FRANKFURT

Alle Rechte vorbehalten

Weshalb es sich lohnt online zu werben

Aus irgendeinem Grund hat sich dies in der Immobilienbranche noch nicht richtig rumgesprochen. Viele Immobilienmakler arbeiten mit Marketing Techniken aus der Steinzeit. Nicht dass altbewährte Techniken nicht mehr funktionieren würden, aber in der Wahrnehmung der Leute gibt es einen Wandel und hier geht es darum mit der Zeit zu gehen um mehr Leute zu erreichen. So war Printwerbung vor 20 Jahren sehr erfolgsversprechend. Heute funktioniert diese immer noch, allerdings nur bei einer relativ schmalen Zielgruppe. Was früher die Zeitung war ist heute das Smartphone. Stellen Sie sich selbst die Fragen: Wie viele Leute zwischen 30 und 40 Jahren habe ich im Laufe der Woche öffentlich eine Zeitung lesen sehen und wie viele davon waren mit ihrem Smartphone beschäftige? Und hätte ich vor 20 Jahren mehr Leute eine Zeitung lesen sehen?

Sie sehen also Online-Marketing wird immer wichtiger, wenn Sie junge Leute erreichen wollen. Denken Sie nur an den 35jährigen Juniorprofessor der sich nun endlich leisten kann für seine Familie ein Haus zu kaufen. Printanzeigen, die Mund-zu-Mund-Propaganda, Plakate oder andere Arten der klassischen Werbung sind nach wie vor effektiv und stellen ein sicheres Standbein dar. Nichtdestotrotz können Sie online wesentlich mehr Menschen erreichen und dazu brauen sie erstklassige Bilder!

Sie würden gerne mehr verkaufen? Kein Problem, der Markt ist vorhanden und bei weitem nicht gesättigt! Weshalb sie es nicht schaffen, könnte damit zusammenhängen, dass nicht genügend Leute mitbekommen, was Sie zu bieten haben. Das Internet bietet einen nahezu unerschöpflichen Markt, alleine 80% der Deutschen sind regelmäßig online. Kein anders Medium bietet Ihnen ein so hohes Potential! Der Traffic, also die Klickrate, stellt im Internet absolut gar kein Problem dar! Woran Sie arbeiten müssen ist einen Betrachter Ihrer Werbung in einen potentiellen Interessenten zu verwandeln. Sie müssen also aus der Masse herausstechen und auf Ihr Angebot aufmerksam machen. Im Fachjargon bezeichnet man das als Optimierung der Conversion Rate.

Das kennen Sie bereits: Vergleichsportale

Sicherlich werben Sie bereits auf Vergleichsportalen. Auf Ihrer eigenen Webseite haben Sie wahrscheinlich nicht genügend Besucher um entsprechende Angebote weit genug verbreiten zu können. Zeitungsinserate, Printwerbung oder die Mundpropaganda sind zwar auch hilfreich, allerdings nur räumlich beschränkt. Was wenn der potentielle Kunde noch gar nicht in Ihrer Stadt wohnt? Webseiten wie Immobilienscout24.de, Immowelt.de, Immonet.de, Immobilien.de oder Booking.com verfügen über den nötigen Traffic um viele Leute erreichen zu können. Nutzen Sie diese Chance! Wie, das tun sie bereits seit Jahren und nur mit mäßigem Erfolg? Doch wie schaffen Sie es sich von der Masse abzuheben, damit sich die Besucher ihres Profils dazu entschließen Sie persönlich zu besuchen?

Der Text: Ein sehr guter und professionell geschriebener Text ist sicherlich wichtig. Orientieren Sie sich einfach daran, was diejenigen schreiben, die sich in Ihrer Preisklasse oder darüber befinden. Zwar sollen Sie nicht abschreiben, aber wie soll man sich von der Masse abheben, wenn man sich an anderen orientiert? Das brauchen Sie an dieser Stelle nicht! Ehrlich gesagt, liest den Text eh keiner so genau. In der Regel wird dieser zu 80% nur nach Stichwörtern überflogen. Außerdem kommt der Text erst an zweiter Stelle, weil dieser erst sichtbar wird nachdem man auf die Anzeige geklickt hat. Doch wie motiviert man den Interessenten auf unsere Anzeige zu klicken und nicht auf die Nachfolgende.

Über den Preis: Viele potentielle Kunden sortieren die Angebote nach dem Preis. Werden Sie also billiger, um in den Suchergebnissen weiter oben angezeigt zu werden (*Ironie*). Natürlich tun Sie das

nicht!!! So denken Amateure. Ändern Sie Ihre Preise auf keinen Fall. Und wenn Sie Ihre Preise ändern müssen, dann gehen Sie eher nach oben.

Würden Sie Ihre Silberhochzeit lieber in einem 500€ Hotel oder einem 35€ Motel verbringen wollen? Sehen Sie, Ihre Zielgruppe möchte vielleicht gar nicht das günstigste Angebot; werben Sie also nicht für die falsche Zielgruppe. Neben dem Text und dem Preis, gibt es aber noch die Bilder…

Die Relevanz der Bilder

Wenn Sie in der realen Offline-Welt werben, erreichen Sie unter Umständen nicht genügend Interessierte. Und online sind alle Immobilieninserate auf den Text und die Preisangabe beschränkt. Die Texte der Konkurrenz sind ohnehin sehr gut geschrieben, werden aber kaum gelesen. Mit dem Preis möchten Sie auch nicht wirklich runter gehen. Die Folge: Sie werden nicht kontaktiert, weil die Fülle an Angeboten zu groß ist. Ein Dilemma. Nun vergessen Sie aber nicht die Macht der Bilder! Bilder fallen wesentlich stärker auf als Worte oder Texte.

Beispiel: *Sie sind in einem großen Betrieb tätig und auf der Suche nach einem neuen Firmensitz, da ihre aktuelle Liegenschaft nicht mehr genug Platz bietet. In 10min haben Sie Feierabend und möchten wenigstens noch schnell einen Anruf tätigen. Welche Anzeige werden Sie spontan als erstes anklicken?*

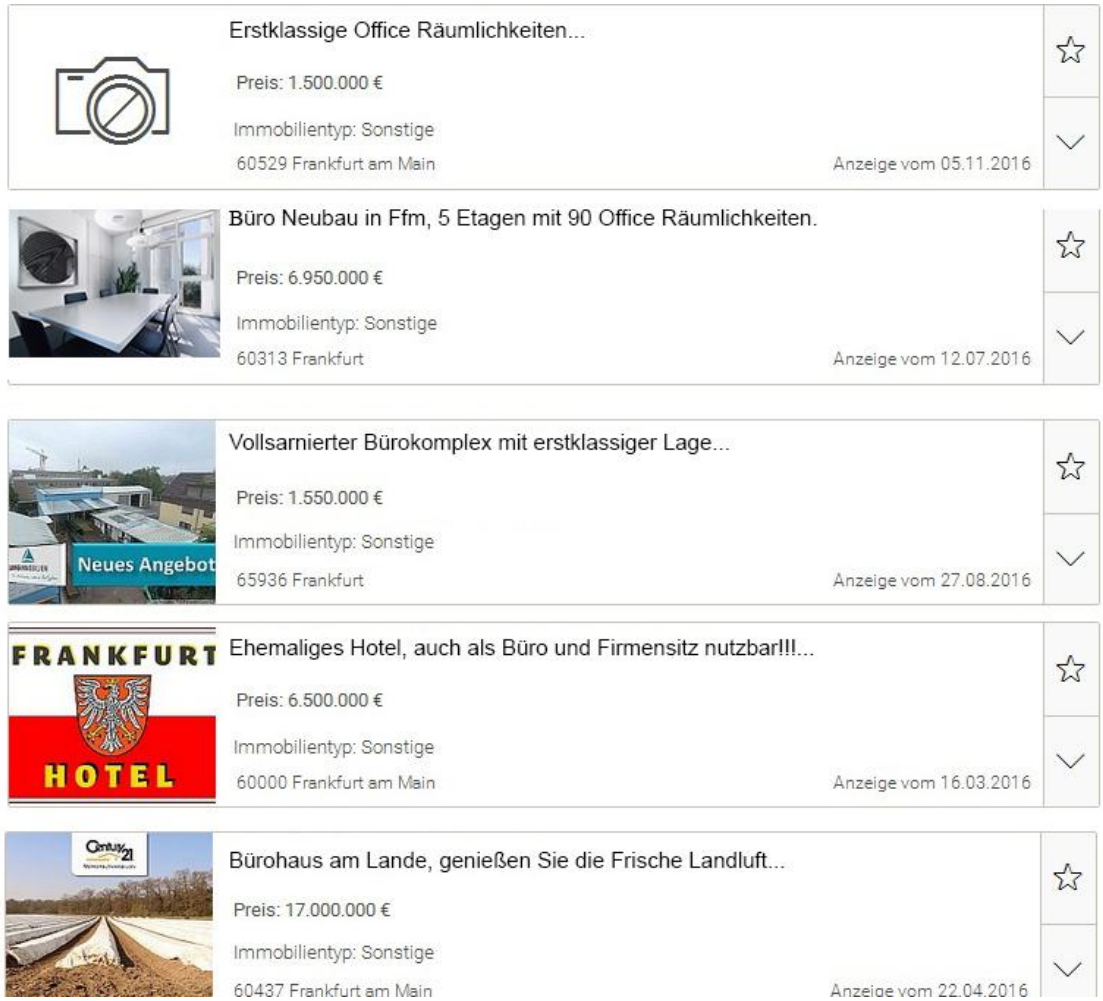


Bild: kalaydo.de

Sagen Sie jetzt nicht, es wäre die zweite Anzeige von oben gewesen…

So geht es aber nicht nur Ihnen! Vor einiger Zeit war ich auf immobilienscout24.de und gab folgendes ein: Ich möchte: mieten; wo: Frankfurt am Main; was: Büros/Praxen. Weitere Suchkriterien ließ ich weg und erhielt 8.062 Suchergebnisse. Auf den ersten Seiten fanden sich keine Inserate mit ansprechenden Bildern und ich klickte auf die zweite Seite, dann folgt die dritte Seite und Moment einmal, was tat ich da? In welcher Preisklasse ich mich inzwischen befand wusste ich nicht, da ich nur auf die Bilder in der linken Zeile geachtet habe. Nicht weiter verwunderlich, so funktioniert unsere Psyche nun mal. In einer längeren Mittagspause hätte ich mich sicherlich auch durch die ersten 50 oder sogar 100 Seiten geklickt. Es ist also nicht so wichtig, wie weit oben man in der Liste angezeigt wird. Mit dem Preis runter gehen, nur um fünf Zeilen weiter oben zu stehen bewirkt also relativ wenig. Viel wichtiger waren für mich die Bilder. Erschrocken nahm ich zur Kenntnis, dass die ersten 50 Anzeigen fast ausschließlich aus Handybildern oder extrem schlecht gephotoshoptem Bildmaterial bestanden, welche mich absolut nicht zum draufklicken motivierten. Auch als ich die Sortierung der Suchergebnisse so einstellte, dass mir die teuersten Ergebnisse zuerst angezeigt werden, änderte sich nicht viel an dieser Tatsache, dass es überwiegend nur schlechte Bilder gab.

Der Punkt ist, dass ich auf der dreißigsten Seite der Suchergebnisse plötzlich auf eine Anzeige klicken musste, weil mich das Bild fasziniert hatte. Ich kann mich immer noch an das Bild erinnern. Es hat einen Eindruck bei mir hinterlassen! Selbst der Name der Mietgesellschaft hat sich in mein Gedächtnis eingebrannt. Wenn ich demnächst in neue Räumlichkeiten umzuziehen werde, werde ich dort als erstes Anrufen und Besichtigungstermine vereinbaren. Da 80% der Deutschen ohnehin regelmäßig im Internet unterwegs sind, wird Ihr Angebot von genügend Menschen gesehen. Ob Sie auf der dritten oder erst auf der fünften Seite der Suchergebnisse kommen ist somit nicht der wichtigste Punkt. Was sie schaffen müssen, ist diese Menschen in Interessierte zu verwandeln, sodass sie sich mit Ihrem Angebot genauer auseinandersetzen.

Bei Onlineportalen wird eben überwiegend auf den ersten visuellen Eindruck gesetzt. Dem potentiellen Kunden stehen lediglich die Bilder zur Verfügung um sich einen ersten Eindruck zu verschaffen. Und der erste Eindruck zählt! Insofern vermögen es gute Fotos die Nachfrage und den Umsatz steigern. Stellen Sie sich jetzt einmal vor, dass Sie keine „guten Fotos“ haben, sondern atemberaubende Einblicke gewähren, die jedem das Wasser im Mund zusammenfließen lassen. Die Tatsache, dass die meisten Geschäftsleute aus der Immobilienwelt noch nicht im Zeitalter des Online-Marketings angekommen sind, ist Ihr Vorteil. Es gibt viel zu wenige, die über gute Bilder verfügen und wissen worauf es ankommt. Stechen Sie aus der Masse heraus und lassen Sie ihre Konkurrenz hinter sich. Es funktioniert!

Ihre Webseite

Ihre Webseite ist Ihre digitale Visitenkarte, machen Sie sich dieses bewusst! Gleichzeitig dient sie Ihnen als günstigstes provisionsfreies Portal für potentielle Mieter oder Käufer. Das oberste Ziel Ihrer Webseite ist der Verkauf. Daher sollten Sie aktiv an dem Auf- und Ausbau Ihrer Webseite arbeiten. Damit der Internetuser nicht sofort wieder von Ihrer Webseite verschwindet, nachdem er draufgeklickt hat, müssen Sie Ihn aktiv auf der Seite halten. Das erreicht man z.B. mit Informationen welchen einen Mehrwert bieten, oder mit eindrucksvollen Fotos!

Für Ihr Ziel, den Verkauf, ist jedoch ein gewisses Maß an Vertrauen notwendig: Insbesondere bei

teuren Investitionen wie Immobilien ist dies besonders relevant. Geben Sie also überall Ihre geschäftliche Telefonnummer gut sichtbar an! Somit hat der Kunde das Gefühl Sie jederzeit persönlich sprechen zu können, das schafft ein Gefühl der Nähe. Nachdem Sie per E-Mail kontaktiert worden sind, sollten Sie immer nach einem Telefonat fragen. Am Telefon vereinbaren Sie dann einen persönlichen Termin. Diese Vertrauenskette ist notwendig, oder würden Sie ein Haus online kaufen???

Diese Vertrauenskette fängt bereits beim Kontaktformular an. Neben das Kontaktformular sollten Sie ein Bild von sich positionieren und eine Telefonnummer als Option angeben. Somit weiß der Kunde mit wem er spricht. Trotz angegebener Telefonnummer werden die meisten das Kontaktformular nutzen. Fordern Sie die Internetnutzer aktiv dazu auf Ihnen zu schreiben! Mit Sätzen wie „Kontaktieren Sie mich jetzt, einfach und unverbindlich“ erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit der Kontaktaufnahme.

Die Webseite muss einen professionellen und einladenden Eindruck ihres Betriebes vermitteln. Zunächst einmal muss die Webseite jedoch gefunden werden. Mit ein wenig Suchmaschinenoptimierung (SEO) kann man da schon einiges erreichen. Der Klick bei der Google Suche führt den potentiellen Kunden direkt zu Ihnen. Der Besucher auf Ihrer Webseite hat grundsätzlich ein Kaufinteresse, schließlich hat er ja gezielt danach gegoogelt. Wenn er sich also für einen Mitbewerber entscheidet, dann liegt das ausschließlich an Ihrer Online-Vermarktung. An der Qualität Ihres Angebotes kann es jedoch nicht liegen, denn diese kennt er noch gar nicht. Fangen wir am besten vorne an… Wie Sie Ihre Webseite für die Suchmaschinen optimieren kann ich Ihnen gerne in einer persönlichen Beratung näherbringen.

Online vs. Offline Selbstvermarktung

Im Internet habe Sie die Möglichkeit sich zu positionieren und sich ein Image zu schaffen. Ihr Ruf bzw. Ihre Außenwirkung können Sie dabei gezielt steuern. Offline geht das nicht: Wenn jemand bei Ihnen gewesen ist und einem potentiellen Kunden von Ihnen erzählt, Sie hätten nur verwahrloste Mieträume im baufälligen Zustand, können Sie nichts dagegen unternehmen. Wahrscheinlich bekommen Sie offline noch nicht einmal etwas davon mit. Online hingegen, könnten Sie dem entgegenwirken indem Sie aktuelle und schöne Bilder Ihrer Räumlichkeiten bereitstellen, auf denen ersichtlich ist, dass sich Ihre Immobilie im besten Zustand befindet. Ihre Webseite stellt ihre digitale Visitenkarte dar! Diese ist ein wichtiges Werkzeug der Selbstvermarktung. Gestalten Sie Ihre Webseite einfach, übersichtlich und strukturiert. Wenn Sie einen Blog führen, aktualisieren Sie diesen regelmäßig, mindestens alle 4 Wochen.

Antworten Sie zügig auf E-Mails. Jede Antwort die Sie schreiben ist eine Selbstvermarktung Ihrer Person. Welchen Eindruck hinterlässt es wohl beim Kunden wenn Sie drei Tage zum Antworten benötigen?

Seien Sie in sozialen Netzwerken aktiv und pflegen Sie Kontakte auf Facebook, Pinterest, LikedIn und Xing. Zeigen Sie, dass Sie der Experte sind! Erhöhen Sie so Ihre Reichweite und sorgen Sie dafür, dass Ihre Kontakte Sie weiterempfehlen. Der Online Bereich bietet also zahlreiche Möglichkeiten, sich selbst nach außen zu vermarkten. Der Offline Bereich ist aber genauso wichtig. Die meisten Empfehlungen werden in Form der Mund zu Mund Propaganda ausgesprochen. In der realen Welt vermarkten sich durch Ihr Aussehen und Ihre Art zu Reden. Stellen Sie sich vor Sie fragen einen Architekten ob es sich mit Geothermieanlagen auskenne und dieser antwortet zögerlich mit einer

leisen unsicheren Stimme: „Ja, ich hatte das vor 4 Jahren im Studium, müsste mich aber eventuell ein kleinwenig einlesen… Ich denk ich bekomm das schon irgendwie hin“. Der zweite Architekt antwortet auf dieselbe Frage: „Ja, darin bin ich der Beste!“ Wen würden Sie wohl beauftragen??? Selbstvermarktung ist das A und O und diese findet online gleichermaßen statt! Positionieren Sie sich auf Ihrer Webseite über die Bilder!

Was im realen Leben durch Ihr Aussehen, Ihr Auftreten und Ihre Art zu reden erreicht wird, erreichen Sie im Internet über Ihre Webseite. Wenn Sie im fleckigen Jogginganzug ungeduscht bei einem Geschäftsmeeting erscheinen, sind die Leute froh wenn Sie wieder den Raum verlassen. Der Jogginganzug im Businessbereich verhält sich ähnlich wie Handyfotos und mangelnde Rechtschreibung auf Ihrer Webseite. Kommen Sie hingegen in Jeans und Hemd werden Ihnen die Leute wahrscheinlich zuhören, vermutlich schaffen Sie es auch ein Produkt zu verkaufen. Im Internet entspricht dies einer Webseite mit schönen Bildern, technisch nicht perfekt sieht aber Ok aus. Möchten Sie hingegen einen richtig fetten Deal von mehreren Millionen Euro abschließen, werden Sie zur nächsten Vorstandssitzung nicht um einen Anzug herum kommen. In der Analogie heißt das: Möchten Sie eine hochpreisige Immobilie bewerben, müssen die Bilder dazu passen. Sie benötigen einzigartige Aufnahmen! Ich denke Ihnen ist klar worauf ich hinaus will, ein verschwitzter ungepflegter Typ wird es sehr schwer haben dem Vorstand eines international tätigen Großunternehmens eine Millioneninvestition zu verkaufen; obwohl dies an der Qualität des Produktes nichts ändert. Ihre Webseite mitsamt ihrer Bilder trägt zu Ihrem Image bei!

Wertsteigerung durch sensationelle Fotos

„Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.“- Henry Ford

Werben Sie also mit guten Bildern! Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Mit guten Fotos auf Ihrer Webseite werden Sie als erfolgreich wahrgenommen, Sie bekommen mehr Anerkennung und ein höherwertiges Klientel. Die Erfahrung meiner Kunden zeigt dass es funktioniert. Allerdings nur, wenn Sie die Bilder an Ihre Zielgruppe anpassen. Der Schuss kann nämlich auch nach Hinten losgehen. Wenn ich beispielsweise leere Wohnungen fotografieren soll, arbeite ich mit anderen Lichttechniken, Perspektiven und Methoden in der Nachbearbeitung, als bei Bildern für ein Restaurant. Stellen Sie sich vor ein potentieller Mieter findet nur High-End Retuschen und Composings vor. Die Bilder sehen sehr schön aus, keine Frage. Aber der potentielle Kunde hat das Gefühl, dass er keinen realen Einblick in seine zukünftige Wohnung bekommt. Er fühlt sich bereits betrogen, bevor das Inserat zu Ende gelesen wird. In einem Restaurant ist es genau umgekehrt, da erwarten wir erstklassige Bilder, die bis ins Detail retuschiert sind. Oder haben Sie bei einer Fastfood-Kette jemals einen Burger erhalten, welcher exakt genauso aussah wie auf dem Werbeplakat?

Wenn der Fotograf sein Handwerk versteht, können Sie mit professionellen und hochwertigen Bildern Ihr Ansehen erhöhen, Ihre Preise erhöhen, Neukunden gewinnen und Ihren Umsatz steigern.

Tipps für bessere Fotos – Wie sie selbst schönere Ergebnisse erreichen.

Die absoluten Grundlagen für die richtige Belichtung

Die Blende

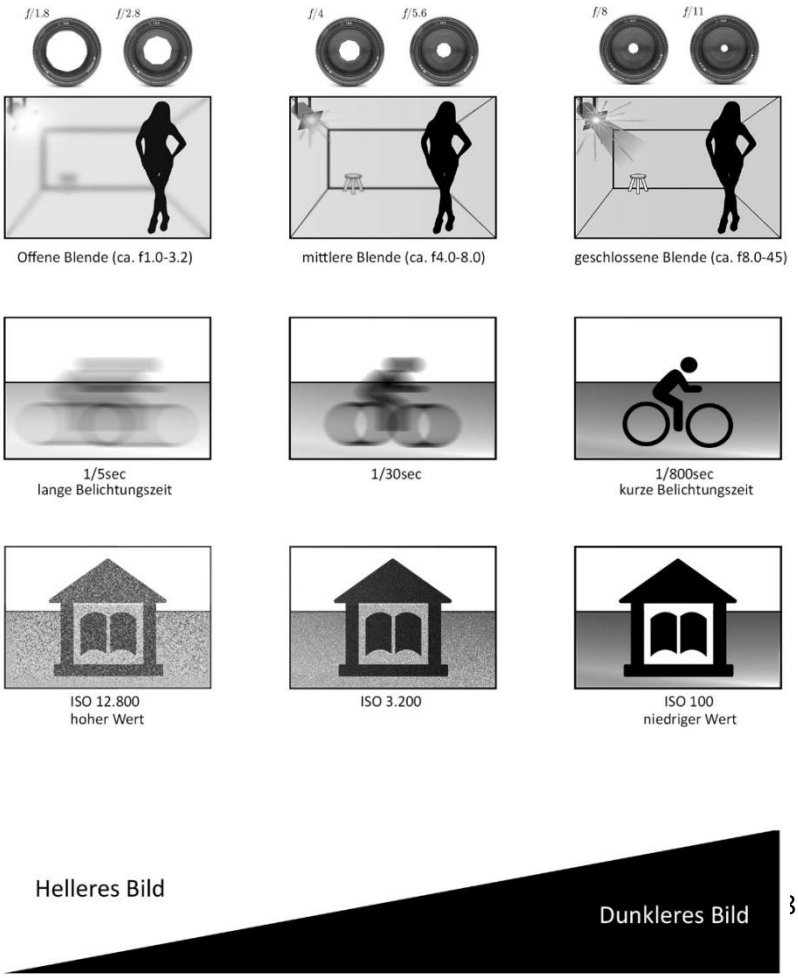
Je größer die Zahl, desto kleiner ist die Blende. Bei offener Blende (kleiner Wert) ist eine geringe Tiefenschärfe vorhanden; Vorder- und Hintergrund wirken unscharf. Bei geschlossener Blende (großer Wert) ist die Tiefenschärfe am größten und Spitzlichter erscheinen sternförmig. Zweifach abgeblendet sind die Kontraste und die Schärfe bei den meisten Objektiven am intensivsten.

Die Belichtungszeit

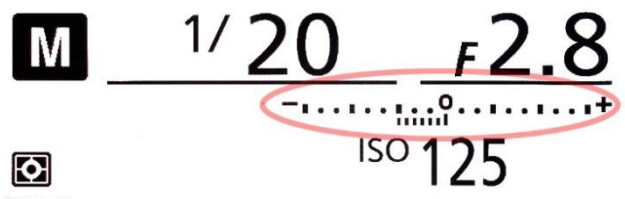
Je kürzer die Belichtungszeit, desto schärfer erscheinen bewegte Objekte. Je länger die Belichtungszeit, umso eher kommt es zur Bewegungsunschärfe. Wenn man ohne Stativ fotografiert sollte die Belichtungszeit mindestens dem Kehrwert der Brennweite entsprechen. Fotografiert man z.B. mit einem 50mm Objektiv, so sollte die Belichtungszeit 1/50sec nicht überschreiten.

Der ISO

Der ISO-Wert ist ein Maß für die Lichtempfindlichkeit. Mit diesem kann man die korrekte Belichtung des Bildes ausgleichen. Ist z.B. eine hohe Tiefenschärfe gewünscht, so muss abgeblendet werden, wodurch allerdings, aufgrund der kleineren Blendenöffnung, weniger Licht auf den Sensor trifft und das Bild somit dunkler wird. Mit einem höheren ISO-Wert wird das Bild wieder heller. Damit gehen allerdings ein erhöhtes Bildrauschen und ein niedrigerer Dynamikumfang einher, daher sollte man den ISO-Wert nicht unnötig hoch einstellen.



Anzeige für die Belichtungsmessung



Diese Anzeige ist Euch wahrscheinlich von eurer Kamera geläufig. Der Bruch von 1/20, wie in diesem Beispiel, zeigt die eingestellte Belichtungszeit in Sekunden an (1/20sec). In manchen Kameras würde man anstelle des Bruches nur eine Zahl z.B. 20 sehen, was für 1/20sec steht. Steht hinter der Zahl ein Anführungszeichen so handelt es sich um ganze Sekunden; 20“ entspräche also 20 Sekunden. Rechts davon ist die Blendenzahl angegeben, in diesem Beispiel ist ein Wert von f/2.8 eingestellt und unten ist der eingestellte ISO-Wert von 125 ersichtlich. Wenn wir die in der Kamera eingestellten Werte ändern, fällt auf, dass sich der gekennzeichnete Balken in der Mitte anfängt zu bewegen. Diese Anzeige für die Automatische Belichtungsmessung in der Kamera, zeigt an, wie das Bild in etwa belichtet sein wird. In diesem Beispiel wäre das Bild um eine Blendenstufe unterbelichtet (-1 EV), das heißt es wäre etwas zu dunkel. Dies kann man beheben indem man die Belichtungszeit verlängert, die Blende weiter öffnet und/oder den ISO-Wert erhöht. Die von der Kamera als optimal eingeschätzte Belichtung ist dann gegeben, wenn die Anzeige auf dem Wert Null steht. Die Automatische Belichtungsmessung dient allerdings nur als Orientierung, denn in manchen Fällen ist es sinnvoll ein Bild über- oder unterzubelichten. Das Endergebnis sollte idealerweise mithilfe des Histogramms kontrolliert werden.

Motivprogramme und Kameramodi

Neben den ganzen Szenenprogrammen, Kreativmodi und Vollautomatiken gibt es im Grunde genommen nur drei Kameramodi mit denen wir uns in der ernsthaften Fotografie näher beschäftigen sollten.

1. Blendenvorwahl & Zeitautomatik: Wählrad A bzw. Av

Bei diesem halbautomatischen Modus wird zu einer im Vorfeld fest eingestellten Blende die Belichtungszeit automatisch ermittelt. Ist die Unschärfe bzw. Schärfentiefe das essentielle Gestaltungsmittel in einem Bild, so empfiehlt es sich die Blendenvorwahl zu wählen. Der ISO Wert ist bei dieser Funktion in der Regel fest voreingestellt, manche Kameras bieten hingegen die Möglichkeit zusätzlich eine ISO-Automatik in jedem Modus hinzuzuschalten, was eher für Videografen relevant ist aber auch Fotografen können in manchen Situationen davon profitieren.

2. Zeitvorwahl & Blendenautomatik: Wählrad S bzw. Tv

Analog zur Blendenvorwahl wird in diesem Modus die Belichtungszeit fest vorgegeben. Die Blende wird von der Kamera automatisch ermittelt. Dieser Modus ist sinnvoll, wenn die Belichtungszeit den

Hauptaspekt der Bildgestaltung darstellen soll. Dies ist z.B. der Fall, wenn durch eine sehr kurze Verschlusszeit schnelle Bewegungen „eingefroren“ werden müssen oder bewegte Objekte durch eine etwas längere Verschlusszeit unscharf erscheinen sollen.

Die beiden halbautomatischen Modi haben den Vorteil, dass sich Bilder sehr schnell und spontan unter sich verändernden Lichtverhältnissen schießen lassen. Des Weiteren gibt es die Möglichkeit der Belichtungskorrektur: So kann man die Voreinstellung treffen, dass Bilder immer leicht über- oder unterbelichtet fotografiert werden sollen. Dies ist bei manchen Motiven sinnvoll, da die technisch korrekte Belichtung nicht zwangsläufig mit der subjektiven Wahrnehmung übereinstimmt. So empfiehlt es sich dunkle Räume unterbelichtet zu fotografieren, da die Kamera diese ansonsten zu sehr aufhellt und diese auf dem Bild heller erscheinen als sie eigentlich waren. Sehr helle Räume kann man hingegen leicht überbelichtet fotografieren, damit diese auch auf den Bildern weiß wirken.

3. Manuell: Wählrad M

Hier macht die Kamera nichts, der Benutzer muss alles manuell einstellen. Die Belichtungsmessung funktioniert auch im M-Modus, wie gewohnt, dient aber lediglich der Information und hat keinen Einfluss auf die Parameter. Somit hat man in diesem Modus die größte Kontrolle über das Bild. Allerdings dauert es ein wenig länger bis man alle Einstellungen vorgenommen hat. Unter sich ständig ändernden Lichtverhältnissen sind schnelle Schnappschüsse somit schwieriger zu erreichen, als dies mit den Halbautomatiken der Fall ist. Für komplexe Situationen ist der M-Modus indes besser geeignet, um diese erfolgreich abzulichten. Es sei an dieser Stelle jedem empfohlen viel im manuellen Modus zu üben!

Speicherformat

RAW oder JPEG? Im Rahmen der Immobilienfotografie benötigen wir einen relativ hohen Dynamikumfang. Schließlich gestalten wir unser Bild mit Licht und Schatten und benötigen daher einen möglichst großen Spielraum für die spätere Nachbearbeitung. Insofern ist es notwendig, dass wir im Rohdatenformat, also in RAW, fotografieren. Das RAW Format bietet den Vorteil, dass es alle vom Sensor erfasste Informationen, enthält. Dies ist auch der Grund hierfür, weshalb RAW Dateien im Vergleich zu JPEGs so groß sind. Der Dynamikumfang und die Farbtiefe sind wesentlich umfangreicher, somit enthält eine RAW Datei mehr Nuancen, was eine verlustfreie Nachbearbeitung ermöglicht. Da die Kamera die Bilder nicht manipuliert, wie dies bei JPEGs der Fall ist, hat man eine wesentlich größere Kontrolle über das Bild. Da JPEGs verlustbehaftet komprimiert werden, lassen sich die Farb- und Tonwerte, in der Nachbearbeitung, nicht wirklich optimieren, ohne das ein sichtbarer Qualitätsverlust auffällt. Das ist bei RAW-Dateien anders. Hier lassen sich selbst über- oder unterbelichtete Fotos „retten“ und der Weißabgleich kann nachträglich geändert werden. Selbst der Kameralook ist nicht endgültig. Hat man diesen beispielsweise auf Monochrom gestellt, kann man aus dieser RAW Datei immer noch ein Farbbild generieren. Nach der endgültigen Bearbeitung sollte man die Datei nun in das JPEG-Format (Für Web) oder TIFF-Format (Für Druck) konvertieren.

RAW-Dateien sind an den Dateiendungen .nef, .cr2, .dng, .orf, und .arw erkennbar. Leider hat jeder Kamerahersteller seine eigenen RAW-Datei Formate, sodass die Vielzahl an Dateiendungen etwas unübersichtlich werden kann. Glücklicherweise lassen sich fast alle davon in modernen Bildbearbeitungsprogrammen wie z.B. Adobe Photoshop öffnen und bearbeiten, sofern man über eine halbwegs aktuelle Version verfügt. Gemäß des Falls, dass man über eine ältere Photoshop oder

Lightroom Version verfügt, aber ein neues Kameramodell besitzt, so kann es vorkommen, dass die Dateien nicht erkannt werden. Dieses Problem lässt sich allerdings einfach beheben. Adobe bieten den „DNG Converter“ zum kostenlosen Download an. Dieses Programm kann alle RAW Dateien in das DNG-RAW-Dateiformat konvertieren, welches von allen Lightroom Versionen und von allen Photoshop Versionen ab CS6 unterstützt wird. Die Konvertierung erfolgt ohne Qualitätseibußen und ermöglicht somit eine RAW Bearbeitung mit älteren Programmversionen. Selbstverständlich gibt es auch für die komplette Bildbearbeitung Freeware: RAW Therapee und Gimp sollen hier als Beispiele genügen.

Methoden der Belichtungsmessung

Hinsichtlich der automatischen Belichtungsmessung gibt es diverse Messmethoden, welche man in der Kamera einstellen kann.

Die Integralmessung

Für die Integralmessung werden alle über den Sensor verteilten Messpunkte gleichwertig in die Berechnung miteigeschlossen. Aus den verschiedenen Belichtungswerten wird ein Mittelwert gebildet aus welchem die korrekte Belichtung ermittelt wird. Diese Methode ist eher für kontrastarme Motive (z.B. bei starker Bewölkung) geeignet.

Die mittenbetonte Messung

Im Gegensatz zur Integralmessung werden die mittleren Messfelder stärker in die Berechnung miteinbezogen als am Rand liegende Messfelder. Für kontrastreiche Motive ist diese Methode besser geeignet, als die Integralmessung. Der Nachteil dieser Methode ist jedoch, dass sich das Hauptmotiv in der Bildmitte befinden sollte, um eine korrekte Messung durchzuführen. Jedoch lässt sich bei vielen Kameras die Belichtung mit einem halbgedruckten Auslöser speichern. Dadurch ist es einfach eine korrekte Belichtung zu erzielen, indem man das Motiv zunächst mittig anvisiert, den Auslöser zur Hälfte drückt, um die Belichtungsmessung durchzuführen, und schlussendlich den Bildausschnitt hinsichtlich der Bildkomposition verändert, sodass das eigentliche Foto aufgenommen werden kann. Mit der mittenbetonten Messung ist man, selbst unter komplizierten Bedingungen, fast immer auf der richtigen Seite.

Die Matrixmessung

Die Belichtung wird über mehrere Messfelder ermittelt und basiert auf hochkomplexen Algorithmen. Hierbei wird neben der Helligkeit zusätzlich die Farbverteilung mitberücksichtigt, sodass die Kamera typische Motivsituationen erkennt und diesbezüglich eine Profilkorrektur durchführt. Allerdings kann es, wie das bei Vollautomatiken nun mal ist, zu Fehlinterpretationen durch die Kamera kommen. In den meisten Fällen funktioniert diese Funktion jedoch sehr zuverlässig und ist unter Standardsituationen extrem Präzise.

Die Spotmessung

Für die Spotmessung wird nur ein einziger Messpunkt verwendet. Bei den meisten Kameras kann man das gewünschte Messfeld aus einer Vielzahl von Feldern auswählen. Alternativ kann man wie bei der mittenbetonten Messung, mithilfe eines halbgedrückten Auslösers, vorgehen. Wenn es darum geht nur ein kleines wichtiges Detail im Bild korrekt zu belichten, ist die Spotmessung die richtige Methode.

Feinabstimmung

Einige Kameras bieten sogar die Möglichkeit der Feinabstimmung zwischen den unterschiedlichen Arten der Belichtungsmessung. So werden alle Messmethoden von der Kamera gleichzeitig durchgeführt, dabei kann die Gewichtung der Einzelergebnisse aus den individuellen Methoden, welche in das Endergebnis einfließen, voreingestellt werden. Aus diesen Voreinstellungen wird entsprechend ein gewichteter Mittelwert berechnet.

Fazit

Für Architekturaufnahmen eignet sich die Methode der mittenbetonten Messung am besten. Jedoch sollte darauf geachtet werden, dass die Kamera die Belichtung bei halbgedrücktem Auslöser speichert. Jede DSLR sollte über diese Funktion verfügen, wie man das im Detail einstellt ist im jeweiligen Handbuch nachzuschlagen.

Egal für welche Messmethode man sich entscheidet, all diesen Methoden liegt eine Gemeinsamkeit zugrunde. Die Kamera interpretiert das Bild als korrekt belichtet, wenn die mittlere Helligkeit, innerhalb des Messbereiches, einem 50 prozentigen Grau-Wert entspricht. Das heißt, das gemittelte Luminanzspektrum ist ausgeglichen. Ist es draußen nun sehr dunkel, würde die Kamera das Bild soweit aufhellen bis dieser Wert erreicht ist. Das Resultat, wäre ein für unser Empfinden viel zu helles Bild, da es nicht mit dem übereinstimmt, was wir mit bloßen Augen gesehen haben. Die automatische Belichtungsmessung funktioniert tagsüber sehr gut, während der Dämmerung sollten wir jedoch bewusst unterbelichtet fotografieren. Fotografieren wir hingegen nach oben und haben den sehr hellen Himmel mit im Bild, wird die Kamera das Bild automatisch unterbelichten. Die automatische Belichtungsmessung hat also ihre Grenzen und funktioniert leider nicht immer perfekt. Glücklicherweise gibt es in den halbautomatischen Kameramodi die Möglichkeit der Belichtungskorrektur. Möchten wir jedoch auf Nummer sicher gehen, sollten wir einen Blick aufs Histogramm wagen.

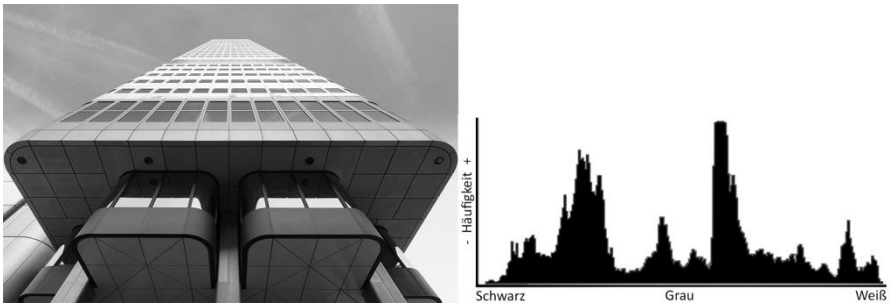
Das Histogramm

Die automatische Belichtungsmessung liefert einen groben Anhaltspunkt für die richtige Belichtung eines Bildes, bevor dieses entsteht. Nachdem das Foto aufgenommen wurden ist, lässt sich die Belichtung über das Histogramm wesentlich genauer kontrollieren.

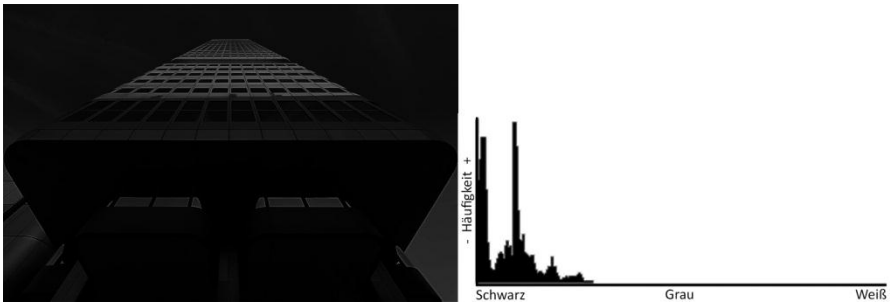
Entscheidend hierbei ist die richtige Auswahl des „Picture Styles“. Denn JPEG Dateien werde von der Kamera vollautomatisch bearbeitet und das Histogramm bezieht sich nicht auf die RAW-Datei, sondern auf die JPEG Vorschau. Dabei gibt es die Möglichkeit Bildstile wie z.B. Schwarz-Weiß

(Monochrom), Portrait, Landschaft, Standard, Brillant, Faithful, etc. zu wählen. Im Modus „Landschaft“ werden beispielsweise die grünen und blauen Farben verstärkt, das Bild wird nachgeschärft und die Kontraste werden maximiert. Dadurch erscheinen dunkle Stellen wesentlich dunkler, als sie eigentlich sind und das Histogramm wird verfälscht.

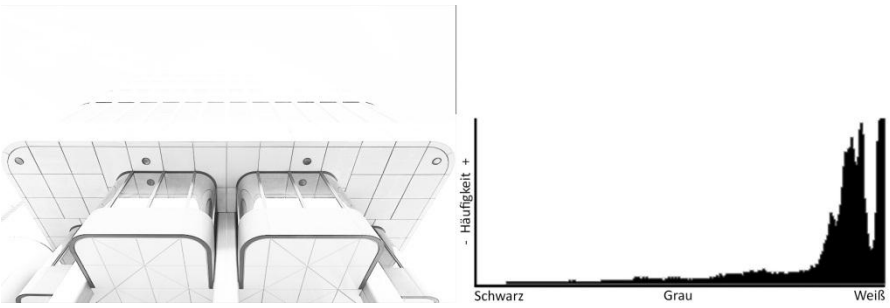
Die Bildstile „Ausgewogen“ (Flat) oder „Neutral“ geben das Bild relativ unverfälscht wieder. Der Vorteil ist, dass man bereits direkt auf dem Kameradisplay abschätzen kann, was in der Nachbearbeitung aus dem Bild noch rauszuholen ist. Das Histogramm ist hierbei relativ nah an der Ursprungsdatei dran. Allerdings wirken die Bilder in diesen Modi relativ flau, blass und kontrastarm. Dies ist ein weiterer Grund im RAW Format zu fotografieren, da man den Bildstil noch nachträglich ändern kann. Die Vorauswahl des Bildstils dient lediglich der Bildvorschau mit dem dazugehörigen Histogramm auf dem Kameradisplay und hat keine Auswirkung auf das Endergebnis.



Bei einem halbwegs korrekt belichteten Bild liegt der Großteil des Bildes im mittleren Bereich des Histogramms. Die Extremwerte von 100% Schwarz bzw. 100% Weiß kommen so gut wie gar nicht vor. Wird ein Bild bewusst unter- oder überbelichtet so spricht man von Low- bzw. High-Key. Hier befinden sich die Maximalwerte eher links (Low-Key) oder eher rechts (High-Key) im Histogramm. Aber auch in diesem Fall, sollten reine Schwarz- oder Weißwerte vermieden werden. Sieht das Histogramm so aus wie im oberen Beispiel, sind die meisten Details gut zu erkennen, da ein breites Luminanzspektrum abgedeckt wird.



Ähnelt das Histogramm dem oberen Beispiel, ist das Bild unterbelichtet. Einige Stellen im Bild sind sogar komplett schwarz und enthalten keinerlei Details mehr.



Sieht das Histogramm so aus wie in diesem letzten Beispiel, so ist es komplett überbelichtet. Zwar sind hier mehr Details zu erkennen, als im unterbelichteten Beispiel, da ein wesentlich breiterer Tonwertumfang abgedeckt wird, aber auch hier kommen komplett weiße und strukturlose Bereiche vor.

Um ein Foto optimal bearbeiten zu können, sollten keine Extremwerte im Histogramm vorkommen, das heißt, dass das Spektrum nicht gegen den rechten oder linken Rand des Histogramms stoßen sollte. Dabei ist es empfehlenswert in der Kamera der Bildstil „Ausgewogen“ bzw. „Flat“ oder „Neutral“ einzustellen, da diese Bildstile das Histogramm am wenigsten verfälschen. Um mehr Freiheiten in der Nachbearbeitung zu haben, muss im RAW Format fotografiert werden. Das Histogramm ermöglicht eine wesentlich genauere Bildkontrolle, als lediglich der kurze Kontrollblick auf das Display. Viele Kameradisplays sind nicht optimal kalibriert und bei direktem Sonnenlicht ist auf dem Display ohnehin nicht viel erkennbar.

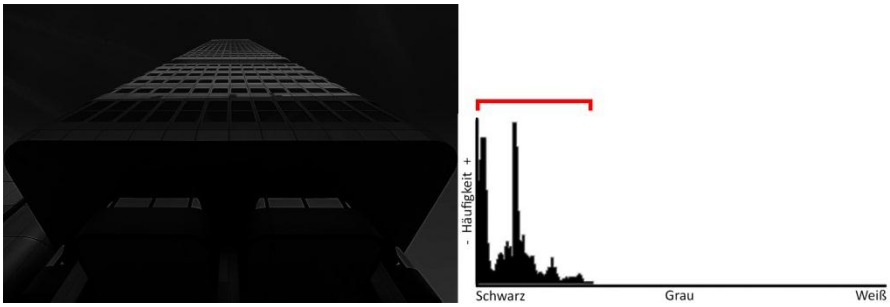
Im Übrigen lässt sich mit dem Histogramm auch der Weißabgleich kontrollieren, was aber eher für Videografen relevant ist: Blendet man sich die Histogramme für den Rot, Grün und Blaukanal ein, sollten diese beim Fotografieren einer neutralen Fläche (z.B. weißes Papier) nahezu deckungsgleich sein. Ist der Rotkanal in Bezug auf den Blaukanal weiter rechts gelegen, so hat das Bild einen Rotstich. Ist der Blaukanal hingegen weiter rechts positioniert, so ist das Bild ggf. zu kühl.

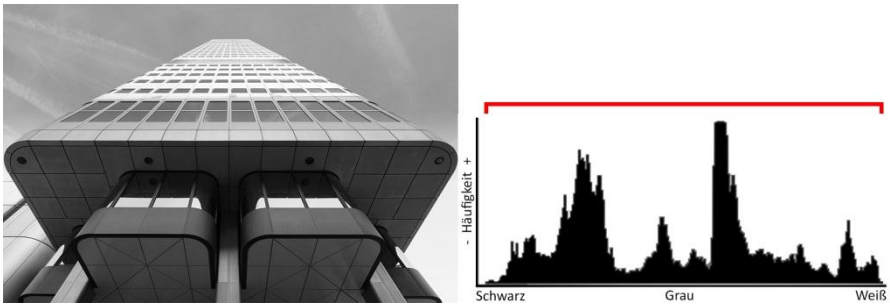
In der Regel bietet jede DSLR die Möglichkeit der Histogrammanzeige. Nimmt Euch also die Zeit und kontrolliert das Histogramm regelmäßig. In den meisten Fällen bekommt man die besten Ergebnisse wenn das Bild möglichst hell fotografiert wird, jedoch ohne dass weiße Bereiche vorkommen. Nach rechts hin sollte ein winzig kleiner Abstand eingehalten werden. Dabei ist eine digitale Nachbearbeitung jedoch notwendig. Weshalb das so ist, wird im folgenden Kapitel erläutert.

ETTR-Expose to the Right

Sofern wir keine extrem kontrastreichen Motive haben, bietet es sich insbesondere bei Langzeitbelichtungen an ETTR einzusetzen. Die Abkürzung ETTR steht für „Expose tot he Right“, also „Nach rechts belichten“. Damit ist gemeint, das Bild gezielt so überzubelichten, dass man Highlights (Spitzlichter) gerade so nicht ausbrennen lässt. Dabei stellen die Auswahl des richtigen Picture Styles und das Histogramm eine besonders relevante Rolle.

Wird ein Bild nämlich dezent überbelichtet, sodass die maximale Lichtmenge auf den Sensor trifft ohne dabei überbelichtete (komplett weiße) Bereiche zu erzeugen, so ist es möglich in der nachträglichen RAW-Entwicklung durch die Reduzierung der Belichtung eine höhere Bildqualität zu erreichen, als wenn direkt „richtig“ belichtet worden wäre. Dies wird an folgendem Beispiel verdeutlicht:





Im Beispiel ist ersichtlich, dass das hellere Bild einen breiteren Tonwertumfang besitzt, als das dunklere Bild. Man kann sich bereits vorstellen, dass wenn man das schmale Histogramm, zum Aufhellen des Bildes, auseinanderzieht dabei zwangsläufig Informationslücken entstehen müssen, welche mit einem Qualitätsverlust einhergehen. Dunkelt man das helle Bild hingegen ab, würde man das breite Histogramm zusammenquetschen, dies ist ohne Qualitätseinbußen möglich. Im Gegenteil: Rein rechnerisch haben wir sogar mehr Informationen, als wenn wir das Bild von vornerein dunkel fotografiert hätten. Je heller wir ein Bild fotografieren, desto breiter wird das Histogramm und umso mehr Farb- und Helligkeitsabstufungen erhalten wir! Erst wenn wir überbelichten ändert sich dies wieder. Die RAW-Dateien moderner DSLRs verfügen über eine Farbtiefe von ca. 14bit woraus sich in etwa 16.000 Tonwertabstufungen pro Farbkanal ergeben. Bei einem Dynamikumfang von ca. 12 Blendenstufen, wie er in modernen Kameras üblich ist, bedeutet dies theoretisch 1.350 Tonwerte je Blendenwert. Doch so funktionieren CMOS-Sensoren nicht! Bildsensoren funktionieren exponentiell: Eine Halbierung der Belichtungszeit dunkelt das Bild um -1 EV (eine Blendenstufe) ab. Die hellste Blendenstufe kann von den 16.000 Tonwerten ganze 8.000 Tonwerte aufzeichnen, die zweite Blendenstufe 4.000, die Dritte 2.000, die Vierte 1.000, die Fünfte 500, usw...

Insofern sollte die Belichtung möglichst hell sein, um möglichst viele Informationen innerhalb der ersten Blendenschritte festzuhalten. Immerhin können in den helleren Bereichen mehr Tonwert-Nuancen abgespeichert werden. Insofern ergibt es theoretisch Sinn immer dezent überzubelichten und das Ganze im Anschluss, während der Nachbearbeitung, zu korrigieren. Würden wir das Bild hingegen „richtig“ Belichten, anstatt um +1EV überzubelichten, könnten bis zu 50% der Informationen verloren gehen und wir bekämen eine etwas schlechtere Bildqualität.

Allerdings nur theoretisch, denn es gibt Grenzen für dieses Anwendungsgebiet: Der Dynamikumfang des Motivs muss geringer sein, als die Dynamik der Kamera! Das heißt, dass diese Technik nicht für kontrastreiche Motive geeignet ist. Fotografieren wir die Frankfurter Skyline beispielsweise bei Sonnenuntergang im starken Gegenlicht, hätte dies eine Überbelichtung des Himmels zufolge. Komplett überbelichtete und ausgefressene Bereiche enthalten nämlich lediglich die Information „Weiß“. Details lassen sich hier nicht mehr zurückgewinnen. Im Falle von starker Bewölkung an grauen Tagen ist ETTR aber durchaus sinnvoll.

Der Einsatzzweck von ETTR ist zwar relativ beschränkt, lässt sich aber in der Immobilienfotografie durchaus sinnvoll einsetzten. Da hier in der Nachbearbeitung mit Licht scheinbar gemalt wird, um die Vision des Künstlers zu vermitteln, ist es ohnehin oft ratsam an grauen dunklen Tagen zu fotografieren. In Kombination mit Langzeitbelichtungen ergeben sich daraus weitere Vorteile. Zum einen nimmt das Rauschen ab und wir bekommen mehr Nuancen und eine bessere Schattenzeichnung, die Bildqualität verbessert sich also minimal. Gleichzeitig können wir bei Langzeitbelichtungen noch länger belichten, wodurch der gewollte Effekt verstärkt wird, ohne dass wir die Blende schließen müssen und sich dadurch Beugungsunschärfe bemerklich macht, oder wir zusätzliche Filter benötigen. Beim Berechnen der Belichtungszeit darf daher aufgerundet werden.

Allerdings sollten wir an dieser Stelle nicht übertreiben. An heißen Tagen oder bei sehr langen Belichtungszeiten erhitzt sich der Bildsensor schneller und wir bekommen ein Bildrauschen, sowie störende Hot Pixel. Als Faustregel kann man diesbezüglich annehmen, dass an gemäßigt warmen Tagen, bei Belichtungszeiten bis knapp über 5 Minuten, alles im grünen Bereich ist.

Für ETTR benötigen wir also kontrastarme Motive mit geringem Dynamikumfang, sodass eine Belichtung technisch möglich ist ohne ausgefressene Bereiche zu erzeugen. Wie kontrastreich ein Motiv ist lässt sich im Vorfeld mithilfe des Histogramms ermitteln. Wenn bei normaler Belichtung im Histogramm nach rechts hin etwas Platz ist, sollte dies gegeben sein. Als grobe Orientierung kann mit ca. +0,7 EV begonnen werden.

Der Wert von +0,7EV bezieht sich aber nicht auf die von der Kamera als richtig ermittelte Belichtung, sondern auf das Endergebnis. Weiß man bereits im Vorfeld, dass man ein Low-Key mit -2EV Unterbelichtung fotografieren möchte, so wäre es unsinnig stark überzubelichten. Allerdings ergibt es Sinn dieses Bild mit -1,3EV zu fotografieren, somit wäre es in Bezug auf das Endergebnis um 0,7EV heller.

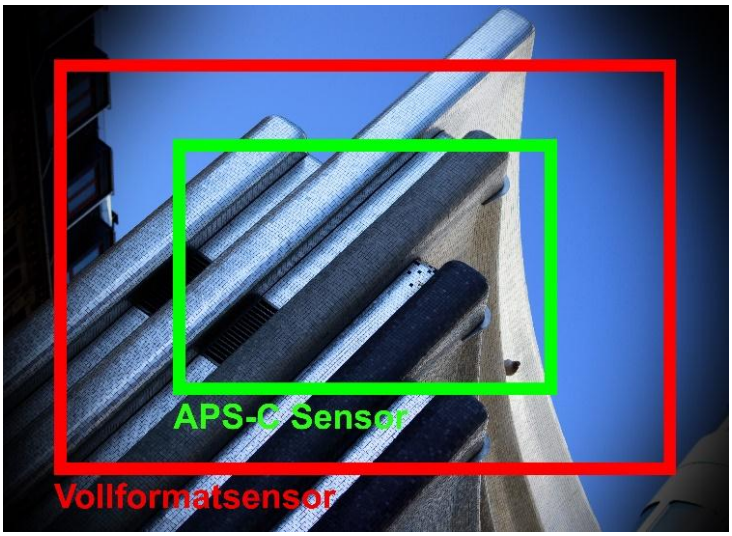
Die Brennweite

Nachdem wir geklärt haben wie sich Belichtungszeit, Blende und ISO auf das Bild auswirken, bleibt aus technischer Sicht eigentlich nur noch die Brennweite übrig. Die Brennweite eines Objektivs legt in Abhängigkeit zur Sensorgröße den Bildwinkel fest. Dadurch ergibt sich wie stark ein Objekt in Bezug zum Kamerastandort vergrößert bzw. verkleinert wird. Weitwinkelobjektive besitzen kurze Brennweiten (z.B. 10-20mm) und können große Bildwinkel von 80-110°, im Extremfall bis zu 180° (Fisheye), abbilden. Normalobjektive repräsentieren einen Bildwinkel um die 50°, während Teleobjektive mit Brennweiten von mehr als 80mm, bis hin zum dreistelligen Millimeterbereich, zu einem sehr kleinen Bildwinkel führen. Mit Weitwinkelobjektiven lassen sich also kleine Räume fotografieren oder ganze Gebäude aus nächster Nähe vollständig abbilden. Mit Teleobjektiven ist es hingegen möglich Details aus größerer Entfernung formatfüllend abzulichten.

Die Brennweite wird üblicherweise in Millimeter angegeben und hängt direkt mit dem Bildwinkel zusammen. Objektive mit einer nicht veränderbaren Brennweite, werden als Festbrennweiten bezeichnet. Der Bildwinkel kann hierbei nicht geändert werden. Auf dem Objektiv finden sich einfache Angaben bezüglich der Brennweite, sowie der Blende, welche die grundlegenden technischen Eigenschaften des Objektivs beschreiben: z.B. 135mm 1:2.8. Diese Angabe bedeutet, dass es sich hierbei um ein Teleobjektiv mit einer nicht verstellbaren Brennweite von 135mm handelt und die Blende auf einen Maximalwert von f/2.8 geöffnet werden kann. Bei Zoomobjektiven werden hingegen die kleinste und die größte Brennweite Angegeben, z.B. 11-16mm.

Die Angaben bezüglich der Brennweite besitzen jedoch nur in Hinblick auf die Sensorgröße eine Aussage über den konkreten Bildwinkel. Die drei gängigsten Bildformate im professionellen Bereich

sind in ihrer Größe absteigend geordnet: Das Mittelformat, das Vollformat und das APS-C Format. Während ein 50mm Objektiv auf einer Mittelformatkamera weitwinklig wirken kann, gilt es auf dem Vollformat als Normalobjektiv und auf einer APS-C Kamera würde man diese eher als ein moderates Teleobjektiv beschreiben. Durch die geringere Sensorgröße resultiert daraus ein Effekt, welcher dem „Beschneiden“ eines Bildes gleichkommt, hierdurch ändert sich selbstverständlich der Bildwinkel, ähnlich wie das auch bei dem digitalen Zoom kleiner Kompaktkameras der Fall ist. Dieser Zusammenhang wird durch den sogenannten Crop-Faktor erklärt.



Das Objektiv ist für die Größe des Bildkreises verantwortlich, der Ausschnitt des Bildkreises hängt mit der Brennweite zusammen. Dadurch hat jedes 50mm Objektiv immer denselben Bildwinkel. Die Sensorgröße ist jedoch dafür verantwortlich wie groß der Bildausschnitt auf dem finalen Foto sein wird, da ein kleinerer Sensor einen kleineren Ausschnitt aus dem Bildkreis einfangen kann.

Weitwinkelobjektive werden üblicherweise für Gesamtübersichten und Gebäudeaufnahmen, insbesondere aus der Froschperspektive, verwendet. Für Detailaufnahmen greift man in der Regel eher zu längeren Brennweiten. Aber auch bei Gebäudeaufnahmen aus der Ferne, wo es auf die Vermeidung von Stürzenden Linien ankommt, werden oft mit Teleobjektiven durchgeführt. Je nach Aufnahmestandort wird das Motiv mit mehr oder weniger Tiefenwirkung, sowie Unschärfe abgebildet. Wird ein Objekt mit einem Weitwinkelobjektiv aus nächster Nähe fotografiert, so wirkt es im Verhältnis zum Hintergrund übertrieben groß. Bei einer langen Brennweite gleichen sich die Größenverhältnisse hingegen an.

Wird ein Gebäude mit einem Weitwinkelobjektiv fotografiert so resultiert daraus eine eindrucksvolle Überzeichnung der Größenverhältnisse. Wird dasselbe Motiv mit einem Teleobjektiv fotografiert wirken die Größenverhältnisse homogen, und das Bild wirkt etwas neutraler und ggf. flach.

Ist der Abstand zwischen dem Motiv und der Kamera kleiner, als der Abstand zwischen dem Objekt und dem Hintergrund kann man mit einer längeren Brennweite bei Offenblende leichter einen unscharfen Hintergrund (Bokeh) erzeugen. Bei sehr weit entfernten Objekten oder bei Weitwinkelobjektiven funktioniert das Freistellen mittels Unschärfe nicht mehr so gut. Bei unterschiedlichen Brennweiten ändert sich zwar der Bildeindruck, nicht aber die Perspektive, sofern vom selben Standort aus fotografiert wird. Mit einer höheren Brennweite wird der Bildausschnitt optisch verengt, wir „zoomen“ also ran.

Mit einem Weitwinkelobjektiv (links) bekommen wir mehr von der Umgebung aufs Bild, mit einer höheren Brennweite (rechts) verengt sich hingegen der Bildausschnitt, die Perspektive bleibt jedoch unverändert.

Standort und Perspektive

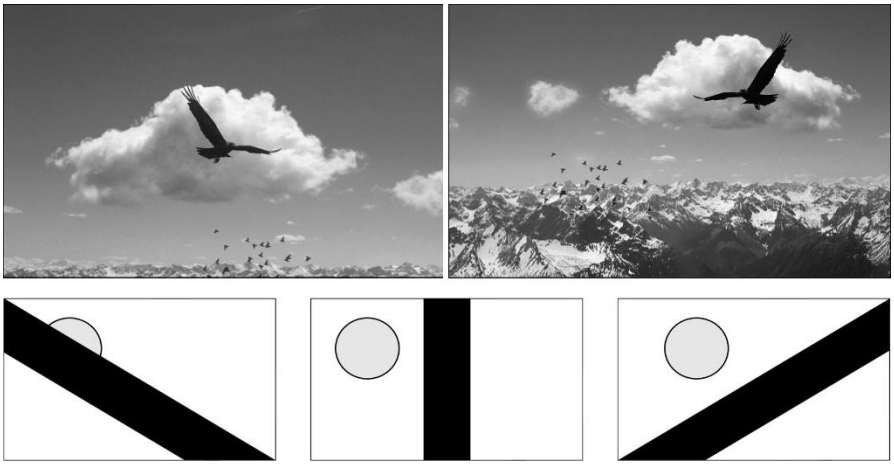
Die Standpunktwahl stellt mitunter die wichtigste Entscheidung dar, die es gilt hinsichtlich der Erstellung eines Bildes zu treffen. Bereits kleinste Abweichungen vom idealen Standort können Teile des Motives verdecken bzw. ungewollt enthüllen. Durch die Entfernung zum Gebäude verändern sich die Linienführung und das Größenverhältnis zwischen dem Objekt und seiner Umgebung. Die Wahl der Distanz zum Motiv ist somit ein ideales Mittel um ein harmonisches Verhältnis zwischen Mittel-, Vorder- und Hintergrund zu erreichen. Bei der Wahl der Perspektive stellt man fest, dass diese eine maßgebliche Auswirkung auf die subjektive Wahrnehmung der Bildaussage hat und es somit keine technisch neutrale Perspektive geben kann. Die Perspektive hängt allein vom Kamerastandpunkt und nicht von der Brennweite des Objektivs ab. Der theoretisch ideale Kamerastandort kann allerdings oft nicht gewählt werden, da beispielsweise etwas im Weg stehen kann oder der technische Aufwand zu groß wäre um die Idealposition zu erreichen. Die folgenden Abbildungen verdeutlichen, was die Änderung des Standortes verursacht. Die Standortverlagerung hat eine Änderung des Bildausschnittes zufolge und mit Annäherung an das Objekt stürzen die Linien steiler ein, während bei einer weiter entfernten Perspektive Stürzende Linien eher vermieden werden.

Die Perspektive, sowie die Brennweite stellen die ersten Beiden und mitunter die relevantesten Faktoren hinsichtlich der Bildgestaltung dar. Anhand derer sollte die Wahl des potentiellen Standortes getroffen werden.

Grundlagen der Bildkomposition

Nachdem wir uns im Klaren darüber sind welche Bildwirkung wir erzielen möchten, haben wir uns für einen groben Standort entschieden. Neben dem Standort und der Brennweite gibt es aber noch weitere Faktoren die darüber entscheiden ob ein Bild gut wird oder nicht. Obwohl wir uns für einen groben Standort entschieden haben, heißt das nicht, dass dies auch der endgültige Standort sein muss. Um den richtigen Bildausschnitt, eine interessante Perspektive und einen gelungenen Bildaufbau zu erreichen ist Fußarbeit notwendig!

Aber fangen wir ruhig einmal ganz vorne an. Welches der beiden Bilder findet ihr ansprechender: Links oder Rechts? Und welche der unteren Skizzen wirkt auf euch harmonischer?



Unter Berücksichtigung dessen, dass die beiden Bilder die gleichen Motive Zeigen müssen (Adler, Wolken, Berggipfel, Vogelschwarm), würdet ihr euch wahrscheinlich, wie 85% der Menschen, für die rechte Seite entscheiden.

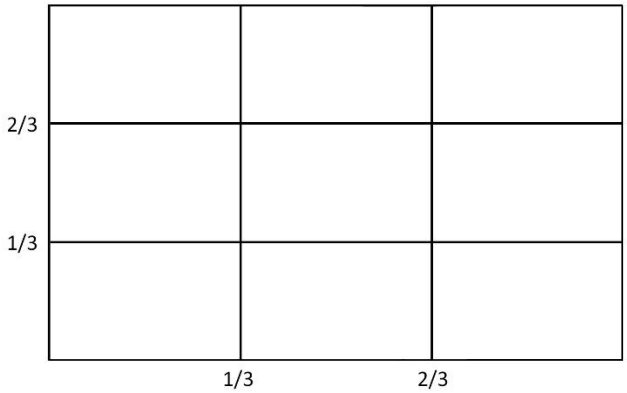
Der Bildaufbau bzw. die Bildkomposition sind also signifikante Elemente eines guten Fotos! Ein harmonischer Bildaufbau folgt gewissen psychologischen Gesetzmäßigkeiten, welche auf den folgenden Seiten genauer erläutert werden. Wie Picasso bereits betonte, sollte man diese Regeln beherrschen wie ein Profi, damit man diese später brechen kann wie ein Künstler.

Die Bildmitte meiden

Grundsätzlich empfiehlt es sich das Hauptmotiv nicht direkt in der Bildmitte zu platzieren. Doch an welcher Stelle im Bild die beste Wirkung erzielt wird hängt wiederum vom gewollten Effekt ab.

Drittelregel

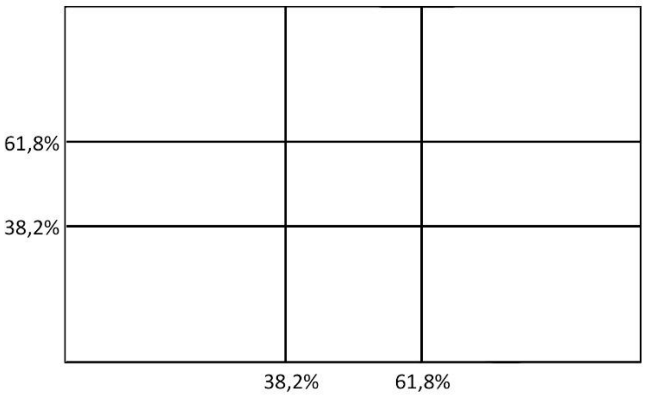
Das Hauptmotiv sollte an den Schnittpunkten oder entlang der Linien platziert werden. Bei zwei Motiven, wie z.B. einem kleinen Detail im Vordergrund und dem Hauptmotiv im Hintergrund o.Ä., kann man diagonal zueinander liegende Schnittpunkte verwenden. In der Regel wirkt eine von links nach rechts aufsteigende Diagonale interessanter.



Bildwirkung: Aufregend, Eindrucksvoll

Goldener Schnitt

Die Anwendung erfolgt analog zur Drittelregel. Neben der Positionierung des Hauptmotivs am Kreuzungspunkt, kann man den Blick des Betrachters zum Hauptmotiv lenken. Am Kreuzungspunkt sollten in der Nachbearbeitung die größten Kontraste vorhanden sein. Der menschliche Blick wird von niedrigen Kontrasten zu höheren Kontrasten hin geleitet. Von dunkel zu hell, von ungesättigt zu gesättigt und von unscharf zu scharf.

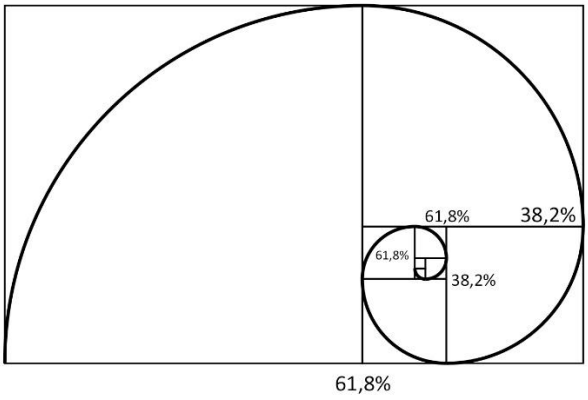


Bildwirkung: ruhig und harmonisch

Fibonacci Spirale

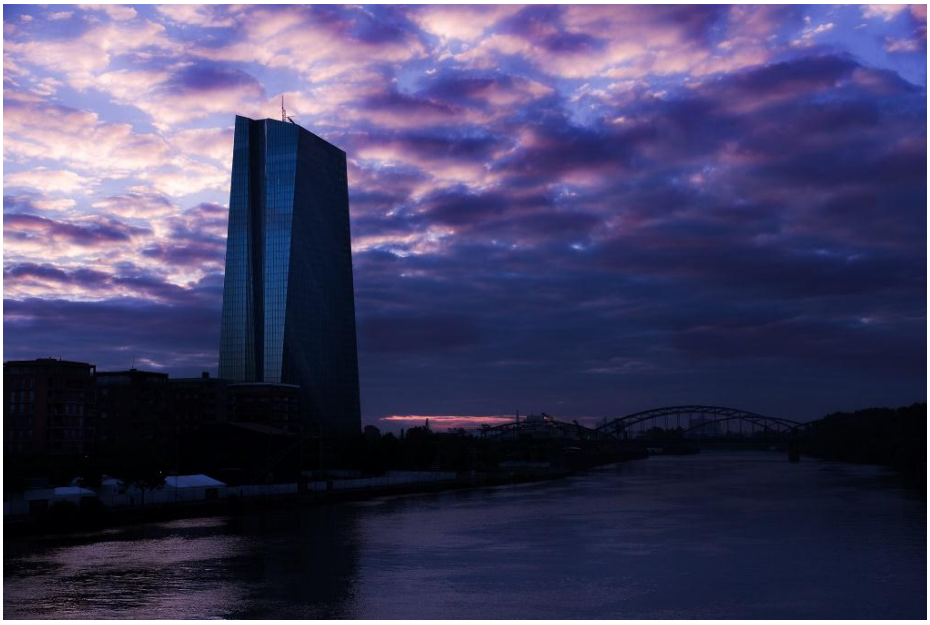
Die Fibonacci Spirale, bzw. die Goldene Spirale, ist eine Erweiterung des Goldenen Schnitts. Das Motiv sollte der Spirale folgen oder von ihr eingegrenzt werden.

In der Nachbearbeitung kann man Schärfe, Luminanz, Sättigung, Dynamik und Kontraste so anpassen, dass der Blick sanft zum Inneren der Spirale geleitet wird.



Bildwirkung: harmonisch und interessant

Anstatt das Motiv in der Bildmitte zu zentrieren kann man sich an den drei Grundregeln des Bildaufbaus orientieren. Diese haben aber unterschiedliche Bildwirkungen. Fotografiert man also ein modernes Hochhaus aus der Frosch Perspektive und möchte einen Wow-Effekt auslösen, ist die Drittelregel die beste Wahl. Fotografiert man hingegen einen idyllischen Marktplatz inmitten von alten Fachwerkhäusern während der Ruhe zu Beginn der Blauen Stunde, könnte der Goldene Schnitt besser geeignet sein, um ein Gefühl von Harmonie zu vermitteln.



Sonnenaufgang am Main mit der Europäischen Zentralbank im linken Drittel. Ein gerade ausgerichteter Horizont ist übrigens mithilfe der digitalen Wasserwaagen Funktion der Kamera einfach zu realisieren.

Ausnahmen bestätigen die Regel

In einigen Fällen kann man von der Drittelregel oder dem Goldenen Schnitt absehen. Nämlich dann, wenn diese einer anderen Regel der Bildkomposition widersprechen und es keine Möglichkeit gibt bei einem bestimmten Motiv alle Bildregeln miteinander zu vereinen, oder wenn neben dem Hauptmotiv im Bildausschnitt nichts anderes existiert.

Im Falle des Beispielbildes mit der EZB sind neben dem Hauptgebäude ein Fluss zu sehen, die Wolken werden durch die aufgehende Sonne angestrahlt, am Flussrand wachsen Bäume und im Hintergrund lässt sich eine Brücke erahnen. In diesem Fall lässt sich die Drittelregel oder der Goldene Schnitt wunderbar anwenden. Manchmal gibt es neben dem Hauptmotiv aber einfach nichts im Hintergrund. In so einem speziellen Fall kann von der Regel abgewichen werden, nichts in der Bildmitte zu platzieren.

Eine andere Regel der Bildkomposition besagt, dass helle und dunkle Bereiche nach Möglichkeit im Gleichgewicht stehen sollten, sofern wir ein Kontrastreiches Bild haben.

Die dunklen Bildflächen des Gebäudes stehen mit dem vergleichsweise hellen Himmel im Gleichgewicht. Da sich helle und dunkle Bildbereiche ausgleichen, wirkt das Bild harmonisch. Die Drittelregel wird dadurch zwangsläufig verletzt.

„Vordergrund macht Bild gesund!“

Das ist ein weiteres Prinzip welches man beim Fotografieren beachten sollte. Erreichen kann man dies unter anderem durch besonders tiefe Positionen mit einem Weitwinkelobjektiv, durch Unschärfe im Bild, oder durch einen geschickten Bildaufbau. Hochfrequente, das heißt feine und kleine, sich wiederholende Strukturen, sollten im Vordergrund vermieden werden (z.B. Wiese, Feinkies, Schmutz, etc.). Stattdessen wirken grobe Strukturen im Vordergrund oft spannender: Treppenstufen, Stahlträger, Säulen und Steinblöcke sollen als Beispiele genügen.

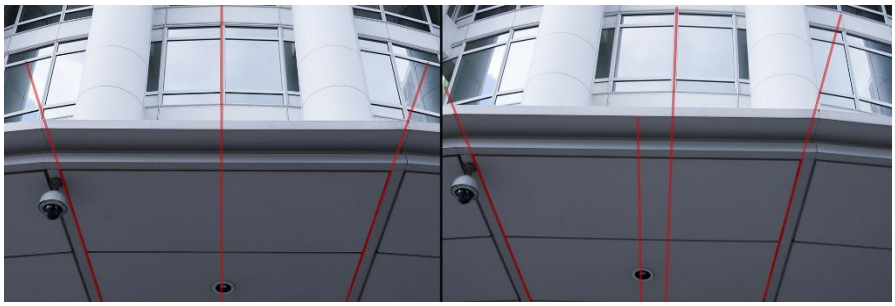
Ein Vordergrund verleiht dem Bild mehr Tiefe und Spannung. Beim linken Bild wurde dies durch besonders nahes herantreten und eine tiefe Perspektive erreicht. Rechts ist ein natürlicher Vordergrund vorhanden, welcher durch den extremen Fluchtpunkt unterstrichen wird.

Ebenfalls empfehlenswert ist es in Hinblick auf den Bildaufbau gerade Linien in den Bildecken enden zu lassen. Solche Eckläufer sollten allerdings dann vermieden werden wenn es mehr als zwei von ihnen gibt und eine perfekte Ausrichtung nicht möglich ist. Darüber hinaus sind von links nach rechts aufsteigende Diagonalen oft interessanter also absteigende Linien.

Aus der Froschperspektive fotografiert entsprechen solche Aufnahmen sogar eher unserer Alltagserfahrung, weil wir nur selten frontal vor einem Gebäude stehen und gerade nach oben gucken. Beim Vorbeigehen an einem Gebäude ist es jedoch nichts Ungewöhnliches im Gehen den Kopf zu neigen und seitlich hochzuschauen. Insofern sind Bilder dieser Art nicht nur natürlicher; um 45° gedreht bekommen wir auch mehr aufs Bild.

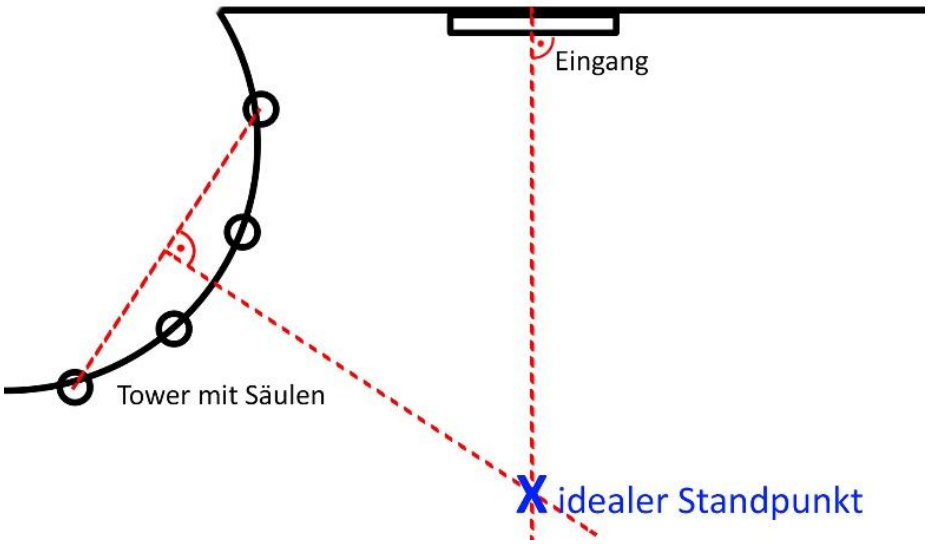
Von links nach rechts aufsteigende Linien sind meistens zu bevorzugen

Ein weiterer Aspekt ist die Symmetrie eines Bildes und hier ist Fußarbeit gefragt. Die Wahl des Bildausschnittes trägt nur einen kleinen Teil dazu bei. Der Standort und somit die Perspektive sind ebenfalls relevante Faktoren wenn es um die Symmetrie geht. Als Orientierungspunkte kann man Vordergründe nehmen, welche sich perspektivisch gegen einen Hintergrund verschieben. Pflastersteine, Fluchtpunkte oder sonstige Markierungen sind ebenfalls hilfreich um eine mittige Position vor dem Motiv zu finden.



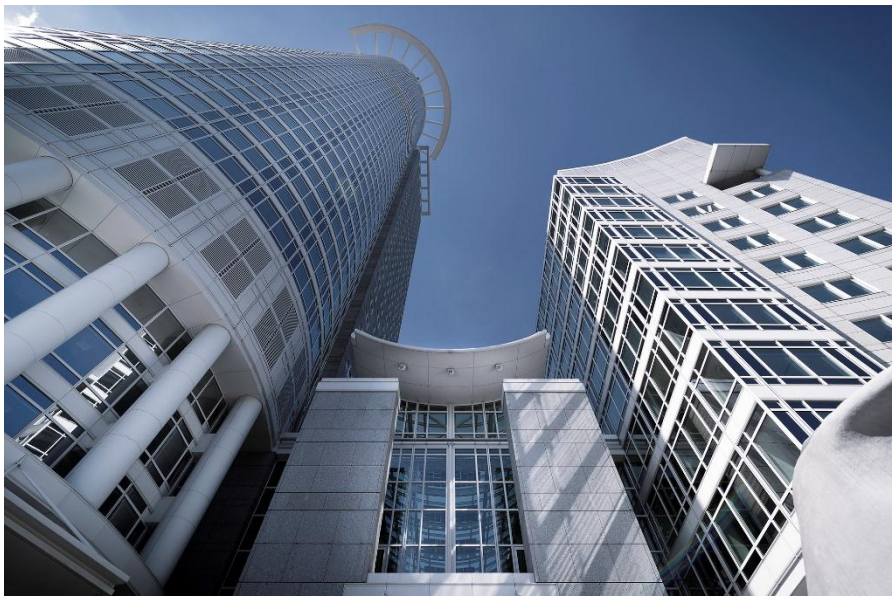
Hinsichtlich der Symmetrie ist der richtige Standort essentiell. Zwischen diesen beiden Bildern liegen gerade mal 40cm Abstand hinsichtlich des Standpunktes.

In Bezug auf das Motiv sollte eine möglichst mittige Position gewählt werden um die maximale Symmetrie zu erhalten. Hier geht es in erster Linie um die Art der Symmetrie welche ausschließlich perspektivisch erreicht wird. Mit der Wahl des Bildausschnittes hat dies zunächst wenig zu tun.



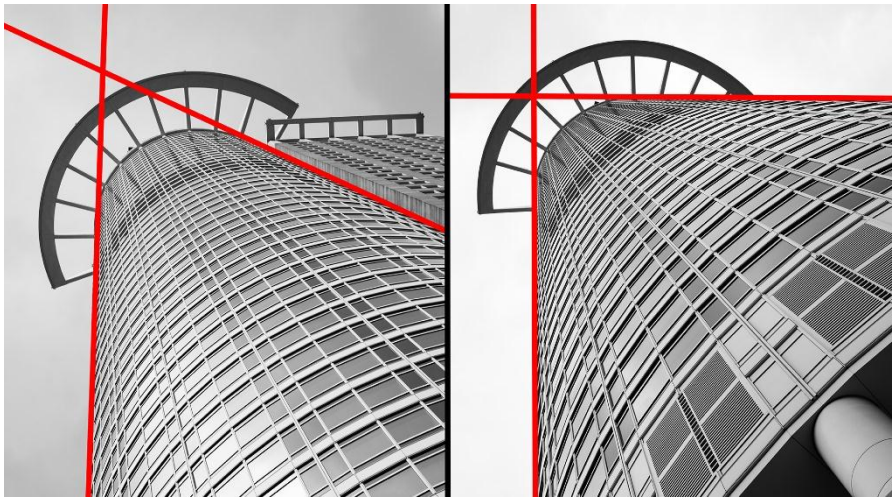
Wenn man sich systematisch Gedanken über den idealen Standpunkt, anhand von symmetrischen Strukturen, macht, so lässt sich die Fülle an Auswahlmöglichkeiten schnell eingrenzen.

Anbei das zur Skizze dazugehörige Beispielbild:



Parallelen zum Bildrand vermögen es ebenfalls die Symmetrie eines Bildes zu steigern. Einerseits kann dies durch die geschickte Wahl des Bildausschnittes erfolgen, z.B. indem man das Bild langsam dreht bis eine Kante in Bezug zum Bildrand parallel erschein. Andererseits ist dies wieder eine Frage der Perspektive und des Standortes. Entfernt man sich vom Gebäude schwächen die Stürzenden Linien

ab, bis schlussendlich alle vertikalen Linien parallel verlaufen. Nähert man sich einem Motiv an und kommt somit der Froschperspektive näher, werden die Stürzenden Linien verstärkt und die Winkel öffnen sich.

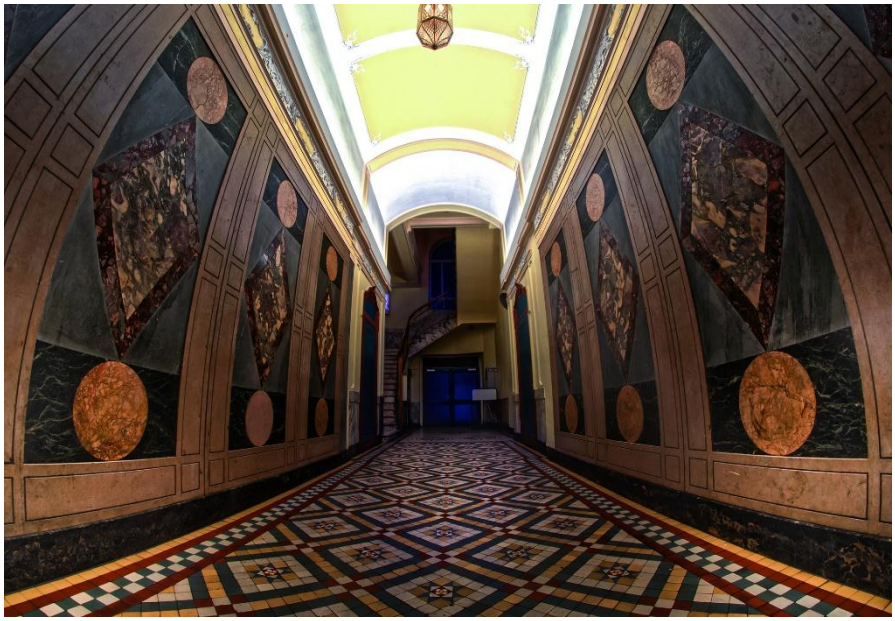


Entfernt man sich vom Motiv werden die Winkel spitzer (links). Geht man auf das Motiv zu so öffnen sich die Winkel (rechts).

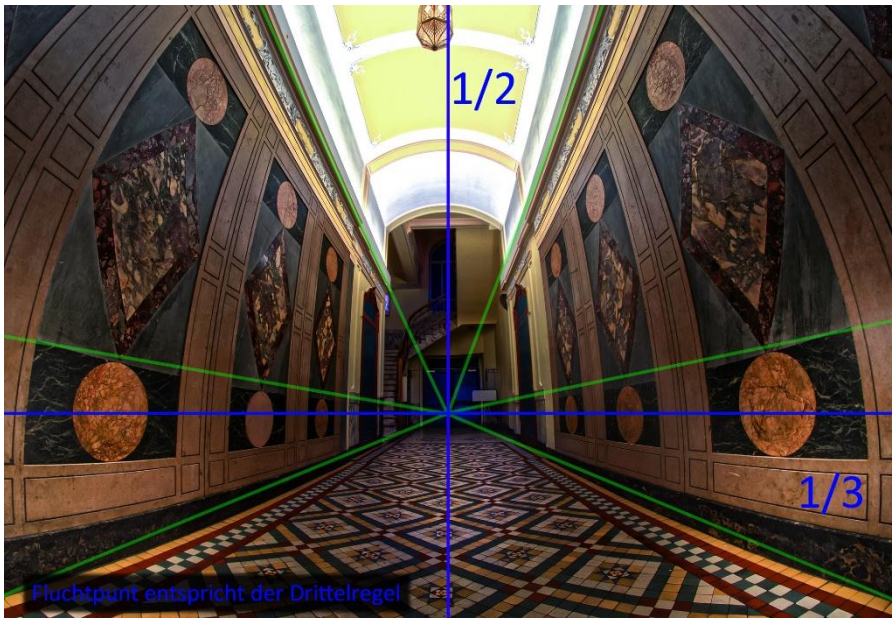
Wie im Beispielbild ersichtlich ist der Öffnungswinkel der Stürzenden Linien von der Entfernung zum Motiv abhängig. Insofern lässt sich der Winkel durch die Änderung des Standortes so steuern, das wir zwei zum Bildrand parallele Linien und somit eine maximale Symmetrie erhalten. Auch wenn man es bei so großen Motiven wie einem Hochhaus nicht erwarten würde, kommt es hier auf jeden Zentimeter an!

Grundsätzlich sollte man beim Fotografieren immer schrittweise kleine Änderungen vornehmen und sich langsam an das optimale Ergebnis herantasten. Somit ist es nicht sinnvoll den Standpunkt zu ändern, an der Blende rumzuspielen, die Kamera zu drehen und gleichzeitig zu zoomen. Auf diese Art erhält man nur zufällige Schnappschüsse, unter denen ggf. ein gutes Bild dabei ist. Stattdessen sollten wir immer nur einen Parameter ändern und systematisch analysieren ob sich der Bildaufbau zum Positiven hin ändert oder nicht. Ein langsames systematisches Vorgehen ist essentiell.

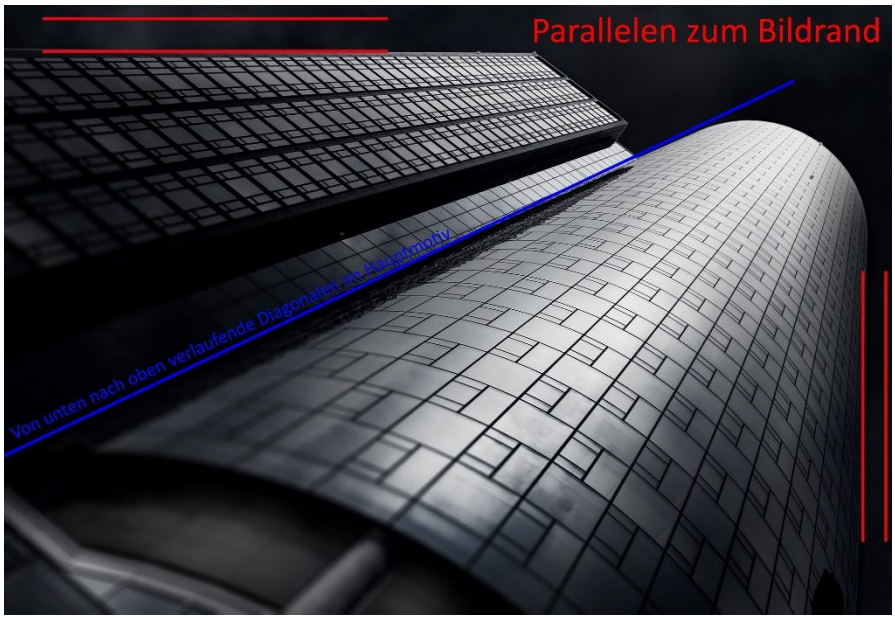
Anwendungsbeispiele

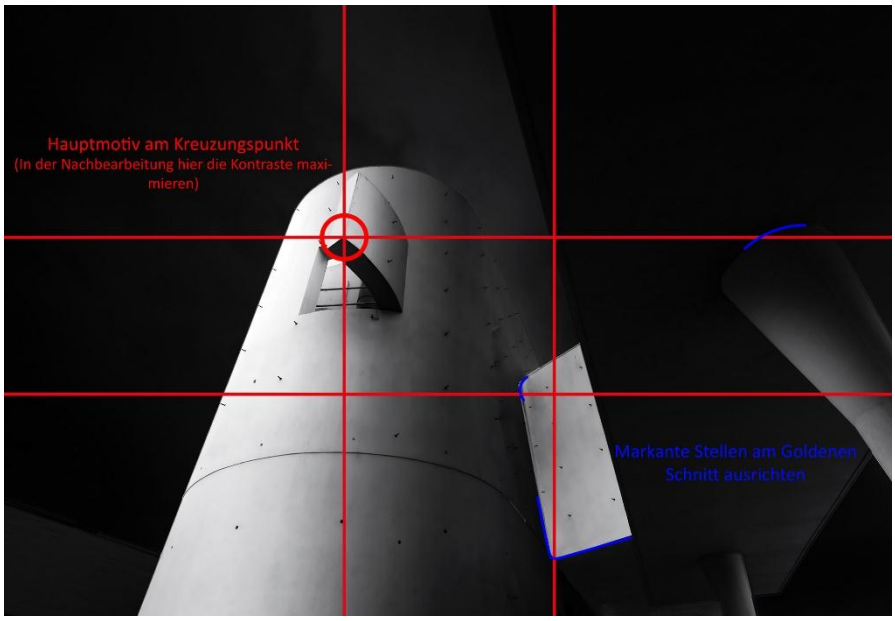


Entspricht dieses Bild einer der Regeln, die vorhin erläutert worden sind? Ja, es entspricht der Drittelregel und stellt gleichzeitig eine Zentralperspektive dar. Diese beiden Ansichten widersprechen sich nicht gegenseitig, da wir die Drittelregel nicht ausschließlich auf sichtbare Strukturen anwenden müssen. In diesem Fall haben wir imaginäre Hilfslinien, welche auf einen Fluchtpunkt zulaufen, als Orientierung herangezogen und diesen in das untere Drittel gesetzt.

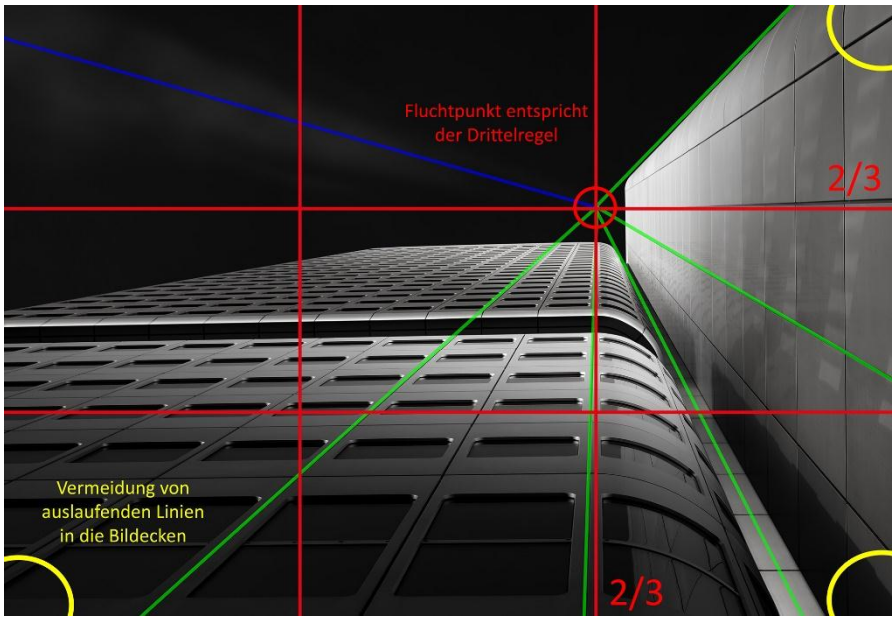


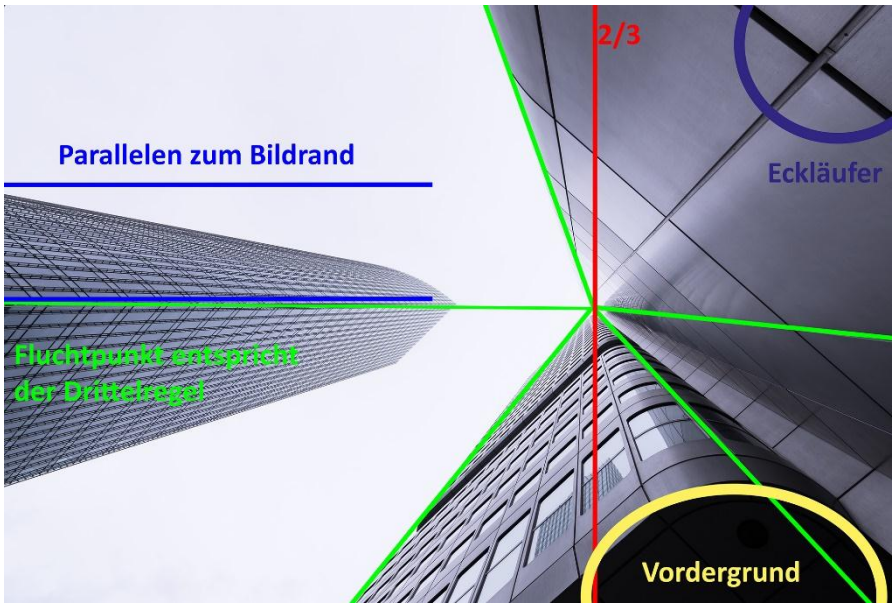
Beim Verlängern aller von uns abgehender Linien stellen wir fest, dass diese auf einen Punkt zulaufen. Dieser wird als Fluchtpunkt bezeichnet und kann gemäß der Bildkompositionsregeln ausgerichtet werden.


Parallelen zum Bildrand
Von unten nach oben verlaufende Diagonalen mit Hauptmotiv


Hauptmotiv am Kreuzungspunkt
(In der Nachbearbeitung hier die Kontraste maxi-
mieren)
Markante Stellen am Goldenen
Schnitt ausrichten

Größte Kontraste am Kreuzungs-
punkt des Hauptmotivs
2/3
1/3
Neben- und Hauptmotiv befin-
den sich auf einer von links nach
rechts aufsteigenden Diagonale
1/3
2/3


Fluchtpunkt entspricht
der Drittelregel
2/3
Vermeidung von
auslaufenden Linien
in die Bildecken
2/3



Bidbearbeitung
Falls Sie mit Ihren Bildern immer noch nicht zufrieden sind, kann dies verschiedene Ursachen haben:

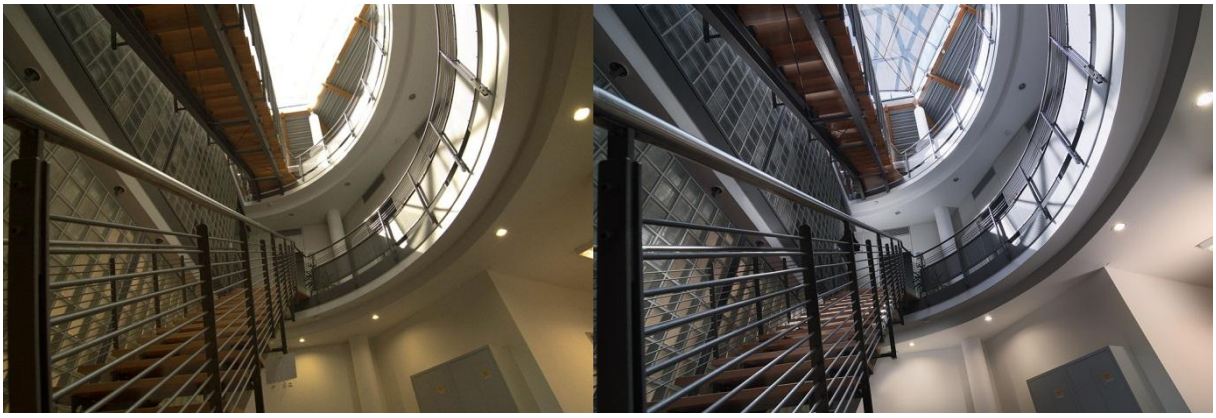
1.) Der Bildaufbau und der Bildausschnitt oder die Perspektive bzw. die Lichtverhältnisse könnten besser sein.

2.) Sie haben immer noch technische Schwierigkeiten mit dem Umgang der Kamera, z.B. Belichtung und Weiabgleich.

3.) Sie haben die Bilder nicht nachbearbeitet, oder wissen nicht wie es geht.

Für ein gutes Bild gibt es im Prinzip zwei Arbeitsschritte welche es zu erfüllen gilt. Als erstes kommt die fotografische Aufnahme. Dazu gehört es nicht nur die Kameraeinstellungen zu beherrschen und ein gutes Gefühl für den Bildaufbau zu haben. Auch die Lichttechnik ist ein essentieller Faktor.

Im zweiten Arbeitsschritt kommt die Bildbearbeitung. Fotografie und Bildbearbeitung sind beide zu gleichem Maße relevant! Anbei ein Beispiel für ein unbearbeitetes (links) und ein bearbeitetes Bild (rechts):



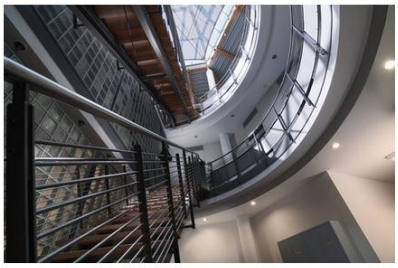
Hinsichtlich der Bildbearbeitung habe ich Ihnen sehr viele Tipps auf meinem Youtube Kanal kostenlos zur Verfügung gestellt. Youtube: Architekturfotografie mit Patrick Zasada

Eine sehr einfache Methode, welche in 5min zu elernen und weniger als 2 Minuten anzuwenden ist, ist das Arbeiten mit Radialfiltern. Diese Methode ist sehr schnell und verleiht insbesondere Innenaufnahmen das besondere etwas!

Buchen Sie mich für ein Seminar

Geschäftskunden haben die Möglichkeit mich für eine private Schulung zu buchen und von meiner Expertise zu profitieren. Im Bereich des Immobilienmarketings bin ich der Profi, dabei setzte ich auf das allzu unterschätze Potential des Online-Marketings mithilfe von atemberaubenden Bildern. Wer mich beauftragt möchte aber in erster Linie keine Bilder, sondern Kunden.

Sind Sie Makler, Berater, Vertriebsassistent, Immobilieninvestor oder eine Immobilienverwaltung? Ich verspreche Ihnen, dass Sie bei Anwendung meiner Ratschläge mehr Kundenanfragen generieren werden, die Nachfrage erhöhen und Ihren Umsatz zwangsläufig steigern werden. **Sollten Sie nicht zufrieden sein, bekommen Sie ihr Geld zurück!**



Unsere Dienstleistungen

Falls Sie nun doch lieber einen Fotografen beauftragen möchten, worauf sollten Sie achten?
Bevor Sie den nächstbesten Fotografen engagieren sollten Sie sich einen Überblick über das Angebot der Fotografen in Ihrer Nähe verschaffen. Anbei möchte ich Ihnen folgende Checkliste auf den Weg geben. Diese finden Sie auch auf meiner Webseite: www.architekturfotografie-frankfurt.com

1. Qualität und Thematik des Portfolios

Zunächst sollten Sie einmal auf die thematische Ausdehnung des Fotografen achten. Zeigt er auf seiner Webseite Portraits, Food-Fotografien und Architektur, wird es sich vermutlich um keinen Spezialisten handeln.

Wie viele Bilder zeigt der Fotograf? Können Sie auf dem Webseite nur ein paar schöne Fotos finden, dann hat der Fotograf ggf. hin und wieder mal Glückstreffer gelandet und möchte Ihnen lediglich nur diese zeigen, oder er hat nicht besonders viele Aufträge und es fehlt somit an Erfahrung. Finden Sie hingegen viele großartige Bilder, spricht dies für einen konstante Leistung.

Wirken die Bilder realistisch? Zu natürlich muss ein Bild selbstverständlich nicht aussehen, soll es bei Werbefotografien sogar oft nicht. Wenn Sie sich aber ein Bild angucken und es weniger an ein Foto, als, viel mehr an eine im Computer erstellte 3D-Grafik erinnert, hat der Fotograf das Ziel verfehlt.

Dieser grafische Stil ist unter Architekten weit verbreitet und hat seinen Ursprung in der Gebäudesimulation und Projektplanung, welche vor dem Bau stattfinden, um eine grobe Vorstellung der Immobilie zu ermöglichen. Für die Kundenakquise und Vermarktung einer fertiggestellten Immobilie ist dieser Stil aber völlig ungeeignet. Zwar mögen die Bilder ihrem Geschmack entsprechen, allerdings sieht Ihr Kunde in den Bildern kein fertiges Produkt welches es zu kaufen gilt, sondern ein Modell.

Schöne Bilder allein reichen nicht aus, achten Sie auf handwerkliche Details! Möchten Sie beispielsweise Büroflächen vermieten, werden Sie potentielle Kunden aus der Medien- und Designbranche mit mittelmäßigen Bildern nicht beeindrucken können. Was Sie benötigen sind technisch perfekte Bilder, mit einem einzigartigem Stil und Wow-Effekt.

Weichen die Bilder von der Symmetrie ab? Sehen Sie bei Innenaufnahmen stürzende Linien? Gibt es Über- oder Unterbelichtete Bereiche (z.B.: dunkle Ecken und überbelichtete Fenster)? Sind an den Wänden und Decken ggf. Flecken vorhanden? Falls Sie einige dieser Fragen mit Ja beantworten können, ist das Zeichen mangelnden Handwerks.

Bei Innenaufnahmen kommt es nicht nur darauf an, die Innenräume in einem einzigartigen Licht strahlen zu lassen, gleichzeitig sollten durch die Fenster Details im Außenbereich erkennbar sein. Der potentielle Mieter, Gast oder Käufer interessiert sich letztendlich auch für die Lage (Hat das Zimmer einen schönen Ausblick auf den Garten, oder zeigt es Richtung Autobahn?; Befindet sich das Zimmer auf der sonnigen Seite, oder liegt es im Schatten?; Befinden sich schützende Bäume vor dem Fenster, oder kann mir der Nachbar direkt auf den Frühstückstisch gucken?). Insofern sollten Überbelichtungen

im Bild verhindert werden, diese wirken sich eben nicht nur auf die Bildsprache aus, sondern haben auch ihren ganz praktischen Nutzen. Darrüberhinaus sollte die Bilder eine klare Sprache vermitteln, kleine unbeabsichtigte Strukturen wirken oft ablenkend. Dazu gehören z.B. Kondensstreifen am Himmel, Reflexionen und Spiegelungen an glatten Flächen oder Falten auf Stoffbezügen.

2. Angebot & Kooperationen

Das Angebot ist ein weiterer relevanter Punkt. Neben erstklassigen Fotos können 360° Panoramen mit einer virtuellen Tour, Image Filme oder sogar Luftaufnahmen durch moderne Drohnen dazu beitragen Ihre Kunden zu beeindrucken und die Konkurrenz neidisch zu machen.

Durch 360° Panoramen können Sie Ihren zukünftigen Kunden einen besseren Einblick in Ihre Räumlichkeiten gewähren, als dies mit normalen Fotos der Fall ist. Solche virtuellen Führungen schaffen eine Besuchsatmosphäre und wirken äußerst professionell. Inzwischen sind solche 360° Aufnahmen in der Geschäfts- und Hotelbranche äußerst beliebt geworden. Nahezu jedes zweite Restaurant und fast jedes hochklassige Hotel verfügt über solche Aufnahmen. Ähnlich sieht es mit Image Videos aus, hier haben Sie zusätzlich die Möglichkeit Ihr Team persönlich vorzustellen und Ihren potentiellen Kunden zum Kauf zu motivieren. Luftfilme, welche Ihr Anwesen aus der Vogelperspektive zeigen, werden Ihnen zusätzlich das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen!

Daher sind Luftaufnahmen ein weiterer essentieller Punkt auf der Liste der Must-Haves. Wenn Sie über Eigenschaften Nachdenken, welche Ihnen an einer Großimmobilie, einem Hotel, Geschäft oder Wohnraum wichtig sind, was könnte das sein? Ganz klar: Das Aussehen, die Nutzfläche, die Energieeffizienz, die Nebenkosten und natürlich die Lage! Die Lage einer Immobilie ist ein ausgesprochen wichtiger Punkt und hat deswegen einen fundamentalen Einfluss auf den Verkaufs- oder Mietpreis. Leere Floskeln wie „In guter Lage“; „Nähe zum Bahnhof“ oder „Zentral gelegen“ sind irrelevant, da diese in nahezu jeder Objektbeschreibung wiederholt und dementsprechend oft überlesen werden. Wie lässt sich eine tatsächlich sehr gute Lage aber besser belegen, als mit Luftaufnahmen???

Luftbilder und Filmflüge haben eine großartige Wirkung und beeindrucken wirklich Jeden, sodass Ihre Mitbewerber vor Neid erblassen! Die Lage und die komplette Umgebung werden bestens ersichtlich; Sie heben sich somit von der Masse ab. Darüber hinaus bietet es Ihnen mehrere Vorteile, wenn der Fotograf die Luftaufnahmen übernimmt. Der Fotograf ist ein Spezialist in den Bereichen der Bildbearbeitung und Immobilienfotografie, dieser verfügt über die Erfahrung und weiß genau worauf es ankommt. Dadurch, dass dieselbe Person die Bilder bearbeitet, bekommen Sie ein einheitliches Portfolio mit einem durchgängig harmonischen Bildstil aus einer Hand. Die Bilder passen optisch also zusammen. Außerdem können Sie massiv Zeit, Stress und Kosten sparen, wenn Sie nur eine Person beauftragen, die das als Gesamtpaket anbietet.

Des Weiteren arbeiten manche Fotografen mit Drittanbietern zusammen und können umfangreichere Aufträge somit besser koordinieren, was Ihnen Arbeit erspart. Fragen Sie also ruhig nach, ob eine Kooperation mit Partnern besteht.

3. Auftritt und Umfang der Webseite

Welchen Eindruck erweckt die Internetseite des Fotografen auf Sie? Falls diese eher mittelmäßig auf

Sie wirkt, sollten Sie vorsichtig sein. Vergleichen Sie die Homepages der Fotografen miteinander!

Wie soll Ihnen jemand, dessen eigener Internettauftritt eher mittelmäßig ist, dabei helfen Neukunden, durch einen professionellen Internetauftritt und aussagekräftige Bilder, zu beeindrucken? Ich glaube nicht, dass dies erfolgreich funktionieren kann. Einem Fotografen mit einer mittelmäßigen Homepage fehlt es entweder an Sinn für Ästhetik oder an zielgruppenorientierten Marketing Fähigkeiten. Letzterer ist für Werbe- und Immobilienfotografen aber besonders wichtig. Letztendlich benötigen Sie Schnappschüsse für Jedermann, sondern die besten Bilder mit einer an Ihre Zielgruppe angepassten Aussage!

Ein weiterer wichtiger Punkt betrifft den Umfang der Homepage. Während der Vorbesprechung ist es oft nicht möglich alle relevanten Fragen zu klären, da entweder die Zeit fehlt, oder einem, im Nachhinein wichtige Punkte, gar nicht eingefallen sind. Schließlich kann man nicht an alles denken. Daher ist es von Vorteil, wenn auf der Homepage ein hilfreicher FAQ-Teil vorzufinden ist. Das wichtigste ist jedoch, dass Sie die AGB im Vorfeld online einsehen können, um keine bösen Überraschungen zu erleben!

4. Interesse an Ihrem Unternehmen

Zeigt der Fotograf Interesse an Ihrem Unternehmen oder Ihr aktuelles Projekt? Beim ersten Kontakt sollte der Fotograf Neugierig sein und wissen wollen was Ihr Unternehmen anbietet, wie groß es ist und wer zu Ihren Kunden gehört. Zudem muss geklärt werden, welches Ziel Sie mit den Bildern verfolgen und wozu Sie diese benötigen, erst zum Schluss wird über die Anzahl der Bilder beraten.

Diese Punkte sind daher relevant, weil die Bilder ihren praktischen Nutzen (Kunden akquirieren) nur dann erfüllen können, wenn Sie an die jeweilige Zielgruppe angepasst sind. Dazu muss der Fotograf wissen, wer Ihre Zielgruppe ist.

5. Transparenz und Preisgestaltung

Welche Kosten kommen auf Sie zu? Dies ist sicherlich ein relevanter Punkt. Seien Sie vorsichtig bei Dienstleister, welche mit Tagessätzen arbeiten. Stellen Sie sich vor, dass Sie Wochen zuvor einen festen Termin vereinbart haben. Vorher haben Sie noch Geld investiert um Unkraut zu entfernen, Renovationen vorzunehmen und das Gebäude für die Bilder nochmal grundreinigen zu lassen. Nun benötigen Sie rund 15 Außenaufnahmen für Ihre Homepage. Leider ist an dem vereinbarten Termin das Wetter, entgegen der Wettervorhersage, schlecht. Es wurden nur 3 Bilder gemacht und diese wirken düster und verregnet. Dies ist nun nicht die Schuld des Fotografen, allerdings haben Sie kein einziges Bild erhalten, welches sich für Ihre Webseite eignet. Trotzdem müssen Sie den kompletten Tagessatz bezahlen. Für einen zweiten Termin kommen also weitere Kosten auf Sie zu.

Arbeiten Sie lieber mit Festpreisen für die jeweilige Anzahl an Bildern, welche Sie benötigen. Schafft der Fotograf es nur 3 gute Bilder zu erstellen, anstatt der ausgemachten 15 Stück, muss er eben nochmal hinfahren sobald das Wetter besser ist. Hier wissen Sie von Anfang an, was auf Sie zukommt und was Sie für Ihr Geld erwarten können!

Doch was ist mit den Bildrechten? Gehen Sie auf die Webseite des Fotografen und gucken Sie

entweder in die FAQs oder in die AGB. Manche Fotografen räumen Ihnen nur beschränkte Nutzungsrechte ein. Oft ist es so, dass Sie die Bilder ausschließlich für Ihre eigene Webseite oder nur für ein bestimmtes, zeitlich eingeschränktes, Projekt nutzen dürfen. Möchten Sie die Bilder hingegen in einer Broschüre drucken, kommen Folgekosten auf Sie zu.

Ist die Bildbearbeitung im Preis mitinbegriffen, oder zahlen Sie ausschließlich für die fotografische Dienstleistung? Was ist mit den Reisekosten? Und in welchem Dateiformat/Auflösung bekommen Sie die Bilder? Und wie viele Bilder erhalten Sie bzw. was müssen Sie zahlen, wenn Sie doch mehr Bilder benötigen, als ursprünglich angenommen? Diese Punkte müssen im Vorfeld alle geklärt werden, diese und weitere Punkte finden Sie alle in den AGB.

6. Kommunikation und Schnelligkeit

Findet ein Vorgespräch statt und Wie schnell läuft die Kommunikation mit dem Fotografen ab? Sie haben eine E-Mail mit einer Anfrage verschickt und erhalten die Antwort erst drei Tage später? Stellen Sie sich hier die Frage, wie schnell und zielgerichtet der Fotograf arbeitet. Wenn dieser bereits drei Werktage benötigt um auf eine geschäftliche Anfrage zu reagieren, wie lange wird sich die Bildbearbeitung wohl hinziehen?

Womöglich besteht Ihr Ziel darin Neukunden durch professionelle Fotos zu gewinnen, dafür benötigen Sie exzellente Bilder Ihrer Räumlichkeiten für ein Buchungsportal. Wann das Fotoshooting stattfinden kann, ist selbstverständlich von vielen Faktoren abhängig. Dazu gehört das Wetter, schließlich wirken auch Innenräume düster, wenn draußen gerade ein Sturm weht. Aber nichts ist ärgerlicher als wenn Sie dich Bildbearbeitung über mehrere Wochen erstreckt, weil der Fotograf langsam arbeitet und nicht zielgerichtet an die Sache rangeht. Und Zeit ist Geld!

Wenn Sie eine Bürofläche für 7.000€ im Monat an eine Firma vermieten möchten und diese derzeit leer steht, ist es doch von Vorteil, diese so schnell wie möglich zu vermieten um Umsatz zu generieren. Klar, ohne Fotos oder nur mit Handybildern wird es schwer sein, Ihre potentiellen Kunden zu überzeugen bei Ihnen für einen Besichtigungstermin vorbeizukommen. Wenn Fotograf A nur zwei Wochen für die Bildbearbeitung benötigt, während Fotograf B sich vier Wochen Zeit nimmt, bis er Ihnen die Bilder übergibt, so wird sich diese zeitliche Verzögerung fortpflanzen und sie werden Ihre Räumlichkeiten höchstwahrscheinlich erst zwei Wochen später vermieten können. Fotograf B hat Sie also faktisch 3.500€ mehr gekostet, als Fotograf A.

Die Schnelligkeit und Ausführlichkeit in der Kommunikation bietet Ihnen einen ersten Anhaltspunkt auf die Arbeitsweise des Fotografen. Selbstverständlich gibt es hier auch Ausnahmen: Möglicherweise ist der Fotograf gerade im Urlaub und verfügt nur eingeschränkt über Zugriff aufs Internet. Gibt es eine gute Erklärung, dürfen Sie dies natürlich entschuldigen.

Schlusswort

Ich hoffe ich konnte Ihnen einen kleinen Einblick in meine Arbeit gewähren und hoffe, dass Sie mit einigen Informationen etwas anfangen können. Zögern sie nicht zu lange und probieren Sie meine Ratschläge in der Praxis aus. Und denken Sie daran: Sie verlieren keine Kunden an bessere Angebote, an einen besseren Service oder an günstigere Preise. Ihre Kunden verlieren Sie an diejenigen die ihr Produkt besser vermarkten können, und Online-Marketing mit sensationellen Bilder ist eine sehr effektive Form der Akquise! Falls Sie Fragen haben, können Sie mich jederzeit über info@architekturfotografie-frankfurt.com erreichen.

Ihr Patrick Zasada