



Idee



Reduktion

Unschärfe

Motivation

Zufall

Kritik

Strukturen

Querdenken

Robert Mertens

Kreative Fotopraxis

Bewusst sehen, außergewöhnlich fotografieren

- Fotografisch sehen lernen
- Motive kreativ interpretieren, Bildideen entwickeln
- Mit Kreativ-Übungen für die Fotopraxis

Inhalt

Kreativ fotografieren	10
<i>Neue Wege gehen für kreative Bilder</i>	
Wer, wie, was, wieso, weshalb, warum?	23
<i>Wer nicht fragt, knipst nur herum!</i>	
Phasenweise kreativ	44
<i>Der rote Faden zu mehr Kreativität</i>	
Begeisterung!	46
<i>Brennen Sie für eine Idee, aber brennen Sie nicht aus</i>	
Definitionen und Informationen	47
<i>Vorüberlegungen zur fotografischen Aufgabe</i>	
Heureka!	50
<i>Wie Bildideen Sie entspannt erreichen</i>	
Ideenbewertung	52
<i>Unmöglich war gestern, wahnsinnig ist morgen</i>	
Mit Kritik umgehen	54
<i>Kritik als Chance zur Weiterentwicklung verstehen</i>	
Kreative Störfelder	100
<i>Wieso es manchmal nicht richtig weitergeht</i>	
Kreatives Sturmgebiet	133
<i>Brainstorming für Bildideen</i>	
Ideen auf dem Kopf	152
<i>Die Erlaubnis, ungewohnt zu sehen</i>	
Perspektivenwechsel	156
<i>Ein neuer Blick auf alte Bekannte</i>	
Aufhängen erwünscht!	220
<i>Mehr Bilder braucht die Wand</i>	

Ich sehe was, was du nicht siehst...	56
<i>Über innere und äußere Bilder</i>	
Aus eins mach viele	62
<i>Sehen mit viel Fantasie</i>	
Extraterrestrische Lebensformen	66
<i>Über das geheime Leben zufällig gefundener Objekte</i>	
Augen auf!	114
<i>Werden Sie zu einem guten Beobachter</i>	
Warm-up 4 creativity!	149
<i>Grundspannung, Anspannung, Entspannung</i>	
60 Minuten für 60 Motive	184
<i>Kennen Sie Ihre direkte Umgebung?</i>	
Das Sichtfeld erweitern	222
<i>Auf der Suche nach dem richtigen Bildausschnitt</i>	

Sonne lacht, Blende acht	82
<i>Regeln brechen heißt Regeln kennen</i>	
Wie schwer ist Hellblau?	86
<i>Bedeutungen, Wirkungen und Assoziationen von Farben</i>	
Schattenbilder	162
<i>Arbeiten mit Licht und Schatten</i>	
Konzeptionelle Fotografie	166
<i>Kreativer Ausdruck für Ideen, Gedanken und Prozesse</i>	
Optische Täuschungen	168
<i>Irritationen und Illusionen</i>	
Bildarchiv	192
<i>Inspirationsquelle für die Kreativität</i>	
»Tausche 7½ Kilo gegen 600 Gramm!«	218
<i>Zur neuen Leichtigkeit beim Fotografieren</i>	

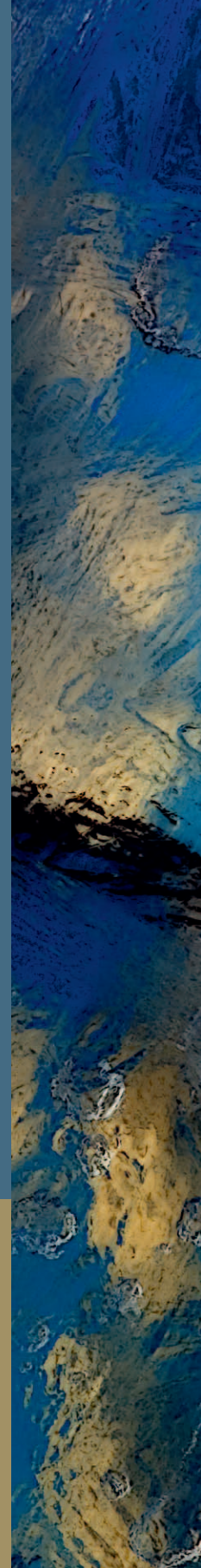
Bestehende Strukturen aufbrechen	38
<i>Was Kreativität so kreativ macht</i>	
Zusammenhänge erkennen	42
<i>Kreatives Chaos zulassen</i>	
Achtsamkeit	98
<i>Fotografieren mit allen Sinnen</i>	
Kennen Sie den?	104
<i>Kennen Sie den Menschen hinter Ihrer Kamera?</i>	
Positiv denken	109
<i>... und Kreativität zulassen</i>	
Die Stimme aus dem Off	130
<i>Vom richtigen Umgang mit Ihrem inneren Kritiker</i>	
Im Jetzt sein	193
<i>Fotografie ist eine Momentaufnahme im Augenblick der Belichtung</i>	
Den Zufall nutzen	194
<i>Vom richtigen Umgang mit dem Zufall</i>	
Reduktion	197
<i>... auf das Wesentliche</i>	
Mehr als eins	92
<i>Fotokonzepte mit mehreren Bildern</i>	
Fotoserien	122
<i>Seriell arbeiten in der Fotografie</i>	
Bildpaare	126
<i>Bildideen für zwei</i>	
Sequenzen	138
<i>Erzählen Sie fotografische Kurzgeschichten</i>	
Digitale Mehrfachbelichtungen	200
<i>Bildkompositionen aus mehreren Bildern</i>	



Titel oder kein Titel?	140
<i>Die Frage nach dem richtigen Bildtitel</i>	
Fotografieren verboten!	142
<i>Texte und Symbole im Bild</i>	
Der Ideen-Generator	186
<i>...für die ersten Impulse, Erleuchtungen und Geistesblitze</i>	
Das ABC der Bildideen	206
<i>Das Prinzip der kreativen Umwege</i>	
Sprachbilder	224
<i>Bildhafte Redewendungen wörtlich genommen</i>	
Wie kommen Elefanten in den Kühlschrank?	226
<i>Kreativer Nonsens</i>	

Ganzheitlich fotografieren	20
<i>Fotografieren mit dem Herzen</i>	
Wirkungsweisen in der Fotografie	26
<i>Erfolgsfaktoren kennenlernen</i>	
Im Auge des Betrachters	34
<i>Fotografie zwischen Perfektion und Gefühl</i>	
Neue Wege gehen	70
<i>Gewohnheiten erkennen und verändern</i>	
Kreative Unzufriedenheit	136
<i>Warum Ideen niemals fertig sind</i>	
Hintergrundbeschallung	188
<i>Musik versus Stille</i>	
Kreative Gedanken auf der Flucht	190
<i>Von nächtlichen Bildern und Eingebungen</i>	
Kreatives Umfeld	204
<i>Innovative Mobilität für mehr Kreativität</i>	

Der Foto-Mixer	74
<i>Kopieren, verändern, kombinieren</i>	
Die kreative Formel	76
<i>Kreativ durch die innovative Kombination von Bekanntem</i>	
Einfach gut	94
<i>Das reduzierte Bild: weglassen, beschneiden, andeuten</i>	
Anstiftung zur Unschärfe	110
<i>Wie scharf kann unscharf sein?</i>	
Mal was anderes	146
<i>Arbeiten mit dem Gegenteil</i>	
Der bewegte Moment	172
<i>Alles fließt</i>	
Das durchscheinende Motiv	178
<i>Wie man mit Licht malen kann</i>	
THINK BIG!	210
<i>Groß, größer, am ALLERGRÖSSTEN!</i>	
Anleitung zum kreativen Verkleinern	214
<i>Klein, aber fein</i>	
Das zerlegte Motiv	216
<i>Mehr als die Summe seiner Teile</i>	
Vom Original zum Abbild	228
<i>Alles ist Veränderung</i>	
Die dunkle Kammer	232
<i>Kreativ ohne Objektiv</i>	
Der Autor	234
Index	237




Wirkungsweisen in der Fotografie

Erfolgsfaktoren kennenlernen

Der Mensch ist visuell orientiert. Ständig auf der Suche, schweift sein Blick umher und wird nur dann länger verweilen, wenn etwas oder jemand seine Aufmerksamkeit wecken kann. Die Mehrzahl der Fotos schafft dies nicht. Sie gehen unter in der täglichen Bilderflut und werden nicht oder nur kaum beachtet. Erschwerend kommt hinzu, dass die Fotografie in den letzten Jahren einen ganz enor-

men Aufschwung durch die mittlerweile flächen-deckende und leistungsstarke digitale Fototechnik erlebt. Mittlerweile trägt nahezu jedermann in seinem Smartphone eine Kamera für Foto- und sogar Filmaufnahmen mit sich herum. Und eine Vielzahl intelligenter und mobiler Foto-Apps ermöglicht Effekte und schnelle Bildbearbeitungen für jeden Geschmack.



Bei der grafischen Gestaltung und technischen Umsetzung ist es nicht entscheidend, dass ein Bild besonders scharf ist. Viel wichtiger ist eine authentische Umsetzung der Bild-idee. Hier wurden viele kleine Szenen zu einem Gesamtbild zusammengefügt.



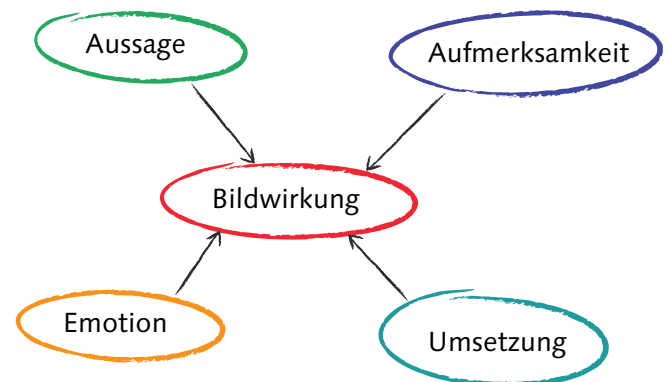
⤴ Wird hier ein Urlaub dokumentiert, eine Reise verkauft oder eine Aussteigervision dargestellt? Eine Fotografie kann immer auch mehrere Aussagen transportieren – je nachdem in welchem inhaltlichen Kontext ein Bild steht oder wer es mit welchen Gedanken betrachtet.

Fotografie ist zu einem gigantischen Massenmedium geworden und, egal ob in Zeitschriften, auf Plakaten, auf Bildschirmen, im privaten Fotoalbum oder in Ausstellungen, sie begegnet uns überall und zu jeder Zeit. Wenn sich aus dieser Tatsache eine Definition ableiten lässt, dann die, dass ein erfolgreiches Foto wahrgenommen und betrachtet wird! Und wenn ein Foto dann noch in der Lage ist, beim Betrachter eine Wirkung zu hinterlassen, dann sind Sie auf dem richtigen Weg. Wenn Sie das erreichen, besteht eine gute Chance, dass das Fotografieren zu einem Erfolgsfaktor wird – für den Fotografen, für die Fotografie selbst oder für das, was diese Fotografie »transportiert« und dem Betrachter mitteilen möchte. Der Betrachter einer Fotografie entscheidet also maßgeblich darüber, ob eine Fotografie erfolgreich ist oder in der Bilderflut untergeht.

Wodurch wirkt eine Fotografie?

Für die optimale Wirkung einer Fotografie auf den Betrachter sind vier wesentliche Faktoren maßgeblich verantwortlich, die alle mehr oder weniger vom Fotografen berücksichtigt werden sollten. Diese vier Faktoren sind:

1. Aufmerksamkeit erregen
2. eine Aussage übermitteln
3. Emotionen wecken
4. eine Umsetzung wählen, die die Bildwirkung professionell unterstützt



⤴ *Bildwirkung = Aufmerksamkeit + Aussage + Emotion + Umsetzung*

Fehlt einer oder mehrere dieser Faktoren, so führt dies in der Regel zu einer nur schwachen Wirkung der Fotografie auf den Betrachter.

Beim Betrachter Aufmerksamkeit erregen

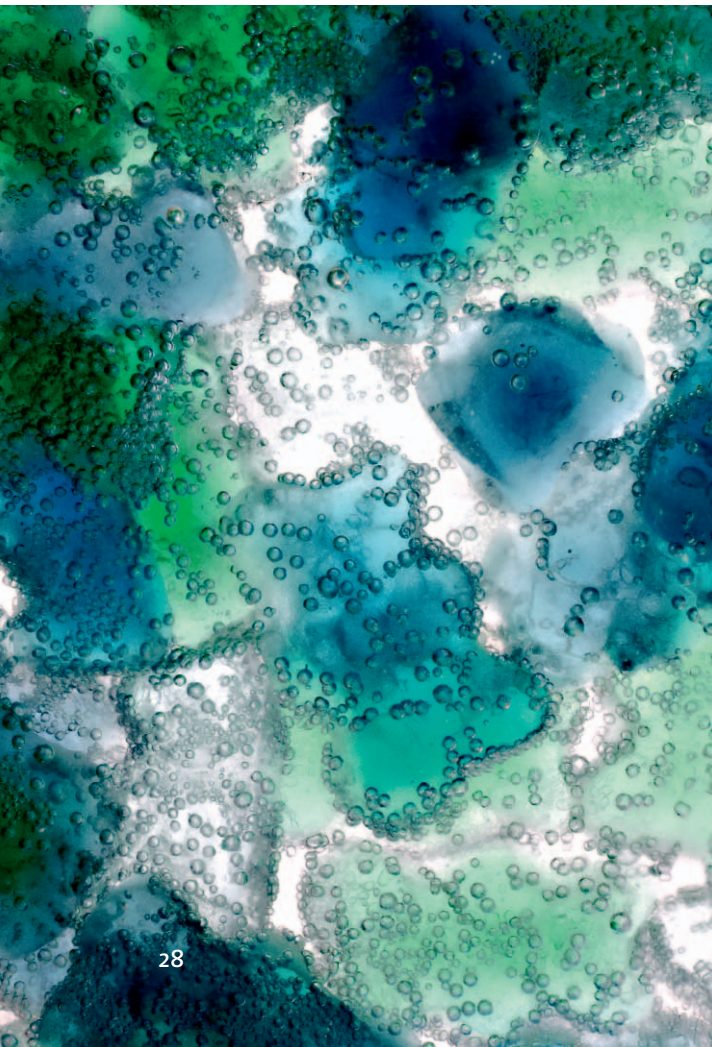
Die Aufmerksamkeit des Betrachters können Sie auf drei verschiedenen Wegen wecken. Zum einen: **Nehmen Sie ungewöhnliche Motive auf.** Bilder aus einem Dorf in Afrika etwa sind ungewöhnlicher als Aufnahmen aus Ihrem Wohnort. Oder aber: **Nehmen Sie gewöhnliche Motive ungewöhnlich auf.** Eine Stadtaufnahme, die bei einem Ballonflug realisiert wurde, ist spannender als die tausendste

Aufnahme vom Schlossplatz. Die visuelle Wirkung lässt sich über besondere Perspektiven oder durch den Einsatz spezieller Aufnahmetechniken und verschiedener Effekte sehr gut steigern. In diesem Buch finden Sie eine Vielzahl von Ideen für ungewöhnliche Bilder. Und zu guter Letzt: **Kombinieren Sie beides, und nehmen Sie ungewöhnliche Motive ungewöhnlich auf!**

Falls es Ihre Idee und Aussage unterstützt, überraschen oder schockieren Sie! Etwa mit einem speziellen und vollkommen unerwarteten Bildkonzept, einer besonderen Gestaltung oder Präsentation. Provokation ist auch eine sehr interessante Möglichkeit, um die Aufmerksamkeit des Betrachters auf etwas zu lenken. Reizen Sie dabei die Möglichkeiten des Machbaren aus, aber überreizen Sie sie

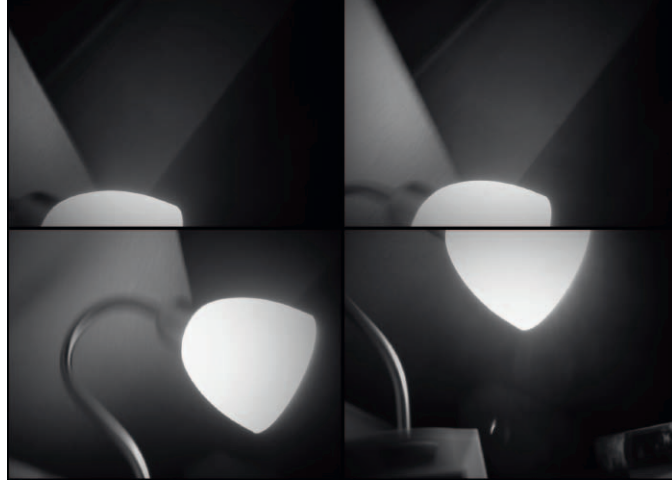
nicht! Denn dann kann es schnell passieren, dass Ihr Adressat »gereizt« das Interesse verliert. Provokation ist immer ein Spiel mit den Erwartungen Ihrer Zielgruppe beziehungsweise des Bildbetrachters. Wenn Sie bislang nur durch romantische Darstellungen aufgefallen sind, kann die Street-Fotografie eines Obdachlosen für viele Betrachter aus Ihrer Zielgruppe bereits eine Provokation darstellen.

Was und wie haben Sie bislang fotografiert? Was müssten Sie beschneiden, austauschen, hinzufügen, und welche Veränderungen werden benötigt (zum Beispiel Motivwahl, Perspektive, Format, Symbolik usw.) um den Betrachter zu provozieren? Achten Sie allerdings darauf, dass Sie ethische, persönliche oder kulturell-religiöse Grenzen nicht überschreiten!



⤴ Eine besonders große Produktabbildung mit leuchtenden Farben soll Käufer auf das Produkt aufmerksam machen und zum Kauf anregen.

« Gewöhnliche Gummibärchen ungewöhnlich aufgenommen: Durch die veränderte Umgebung und die verfremdende Struktur mit den Wasserblasen wird bei diesem Motiv mehr Aufmerksamkeit erzielt, als wenn Sie einfach nur ein technisch gutes Foto von Gummibärchen geschossen hätten.



« † Vierfachbilder simulieren die weit verbreitete analoge Lomo-Fotografie, die mit dem Smartphone nun auch in der digitalen Welt angekommen ist.

Aussage und Zweck einer Fotografie vermitteln

Die Aussage, die ein Foto vermitteln soll, kann die unterschiedlichsten Richtungen einschlagen. Eine Fotografie kann Ideen, Gefühle, Gedanken, Visionen oder sonstige Inhalte transportieren. Genauso gut kann sie aber auch zur Unterhaltung dienen

oder den Betrachter ausschließlich auf eine ästhetische Weise ansprechen. Ein weiterer Zweck von Fotos kann darin liegen, etwas zu verkaufen. In diesem Fall wird das Bild einen Produktvorteil herausarbeiten, um einen Kaufimpuls auszulösen. Und manchmal soll ein Foto einfach nur zur Dokumentation dienen, zum Beispiel bei einem Schnapp-

Bei diesem Bild stehen die Augen im Vordergrund. Je nach Zielgruppe aber wird dieses Foto einer jungen Katze unterschiedlichste Reaktionen auslösen.





« Porträts wirken meist über die Augen. Ganz besonders, wenn sie so stark herausgearbeitet werden wie in diesem Fall (Bild: Jochen Bollhöfer).

» Die Präsentation eines verbrannten Fotos wird überraschen und kann auch provozieren. In jedem Fall aber wird sie beim Betrachter Aufmerksamkeit erregen.

Index

60 Minuten, Übung 184

A

Ablenkung 102
Abstraktion 63
Abstraktografie 79
Achtsamkeit 98
Achtsamkeit trainieren 98
Ähnlichkeiten finden 62
Anspannung 15, 149
Assoziation 60, 63
Aufhängen 220
Aufmerksamkeit erzeugen
10, 27, 140
Augenblick 193
Authentizität 36

B

Begeisterung 46
Belohnungen 102
Beobachten, aktives 114
Besser fotografieren 10
Betriebsblindheit 72
Bewegte Kamera 175
Bewegung 172
Bildarchiv 116, 192
Bildaussage 29
Bildausschnitt 222
Bilder präsentieren 220

Bildidee 206
Bildideen-Generator 186
Bildpaare 126, 167
Bildserie 92
Bildtitel 140
Bildtitel, schlechte 140
Bildwirkung 27, 34
Blau 87
Blitzidee, Übung 132
Blockaden lösen, Übung 134
Botschaft 47
Brainstorming 17, 133
Braun 90

C

Camera obscura 194, 233
Composing 200

D

Daguerre, Louis 36, 194
da Vinci, Leonardo 149
Denkhüte 18
Drittregel 85

E

Eingebungen 190
Emotion 34
Entspannung 15, 51, 149, 205
Erfolgreiche Fotografien 58

Erfolgsfaktoren 26
Erwartungsdenken 103

F

Fantasie anregen 120
Farbe 229
Farbwirkung 86
Formen 231
Fotoausstellung 220
Fotografische Kurzgeschichten
138
Fotorätsel 97
Fotoserien 122, 217
Fotoserien, Themen 123
Fragetechnik 24
Freude 107
Fundstücke 67

G

Ganzheitliche Fotografie 21
Gegenteil 17, 146
Gelb 88
Gewohnheiten verändern 70
Goldener Schnitt 84
Grau 91
Grün 88
Grundspannung 149

H

Hinzufügen 210

I

Ideen bewerten 18, 52

Ideen entwickeln 17

Individualität 18

Informationen 47

Inhaltsfragen 53

Innere Bilder 56

Innere Bilder, Übung 61

Innerer Kritiker 130

Intuition 12

K

Kameratasche 218

Kombination 74, 76

Konkurrenzdruck 103

Konzeptionelle Fotografie 166

Kopfstandtechnik 17

Kopieren 74

Kreativer Prozess 131

Kreatives Chaos 42

Kreativitätstechniken 16

Kreativprozess 13, 45, 131

Kritik 54, 131

Kritik einfordern 54

Kritik, unqualifizierte 101

L

Leichtigkeit 82, 218

Lichtführung 230

Lochkamera 194, 232

Loslassen 101

M

Mehrere Bilder 92

Mehrfachbelichtungen 200

Mensch hinter der Kamera 104

Mindmapping 17

Miniatureffekt 168, 214

Mitzieher 175

Mobilität 204

Momentaufnahme 193

Motiv befragen 63

Motiv, durchscheinend 178

Motiv ertasten 69

Motiv zerlegen 216

Musik 188

N

Nachahmen 75

Nächtliche Bilder 190

Neue Wege gehen 12

Nonsense 226

O

Optische Täuschung 101, 168

Orange 89

Original 228

Ortswechsel 205

Osborne, Alex F. 15

Osborn-Methode 17

P

Pareto, Vilfredo 102

Perfektionismus 102

Perfektion, technische 34

Perspektivenwechsel 156

Perspektivenwechsel, räumlich
160

Perspektivenwechsel, sozial 160

Perspektivenwechsel, zeitlich
160

Plateau-Effekt 10

Positiv denken 109

Projektion 60

Provokation 28

Prozess, kreativer 45

Q

Querdenken 15

R

Rahmenbedingungen, schlechte
102

Realisierung 47

Rechtsfragen 53

Redewendungen 224

Reduktion 94, 156, 197

Regeln brechen 82

Rosa 90

Rot 87

S

Schatten 230

Schattenbilder 162

Schwarz 91

Sehen, fantasievoll 62

Sehen, mit den Händen 67

Sehen, ungewohnt 152

Selbstbewusstsein, mangelndes
103

Selbstzufriedenheit 103

Sequenzen 138

Serielles Arbeiten 122, 217

Sicherheitsdenken 103

Sichtfeld verändern 222

Sprachbilder 224

Sprunghaftigkeit 102

Spuren 116

Stille 188

Störfelder im Kreativprozess 100

Stress 12

Strukturen aufbrechen 12, 38

Strukturen aufbrechen, Übung
41
Strukturen erkennen 116
Suchmaschinenoptimierung
140
Symbole 142
Symbole, Übung 142

T

Technik 219
Technikbegeisterung 107
Technikfragen 53
Technikorientierte Fotografie 21
Technische Perfektion 34
Technischer Fortschritt 20
Texte 142
Thema 47
Tintenkleckse 150
Traumbilder 191

U

Übertreiben 211
Umfeld 204

Umgebung 229
Umsetzung, Bildaussage
unterstützen 31
Umwege 206
Unschärfe 110
Unzufriedenheit 136

V

Veränderung 74, 228
Vereinfachen 95
Vergrößern 210
Verkleinern 214
Vierfachbilder 29
Violett 89
Vorüberlegungen 47

W

Walt-Disney-Methode 18
Warm-up, Übung 149
Weiß 91
Werbung 16
W-Fragen 23
W-Fragetechniken 16

Wiederholen 211
Wirkungsweisen 26
Wirtschaftsfragen 53
Wolkenbilder 57

Z

Zeit 47, 101
Zeitdruck 12, 101, 184
Zerlegen und vertauschen 216
Ziele 106
Ziele definieren 16
Zielgruppe 47
Zufall 194
Zufall planen 196
Zufallswörter 17, 207
Zusammenhänge 42