



Lisa und ihre kleine Ava - Tierfotografie muss eigentlich nur eins: Spaß machen, und zwar Mensch und Tier gleichermaßen!

*1/320 Sek. | f/3.5 |
ISO 200 | 112 mm*



in Workshops preis. Es war also nie so einfach, dem Lieblingsfotografen über die Schulter zu sehen und ihm nachzueifern.

Auch ich besuche Coachings und bilde mich weiter. Das ist sogar äußerst empfehlenswert. Aber du solltest dabei dein Ziel nie aus den Augen verlieren: Denn der Sinn besteht ja nicht darin, jemanden zu imitieren. Mir ging es oft so, dass ich nach einem Coaching zu sehr versucht habe, das neue Wissen und den Workflow eines anderen Fotografen in meine Bilder »zu pressen«. Das funktioniert einfach nicht. Ich musste schnell feststellen, dass mir dann meine Fotos nicht mehr gefallen. Man muss zugeben können, dass einem der ein oder andere Schuh einfach nicht passt. Also habe ich letztlich zwar sehr viel Wissen mitgenommen, aber nur einige Dinge in meinen Workflow übernommen. Der Drahtseilakt besteht für dich dann darin, aus dem neu erlangten Wissen nur das für dich herauszuziehen, was dir auch liegt, gefällt und zu deinem eigenen Bild passt. So entwickelt sich peu à peu dein individueller Bildstil. Du wirst dabei das Rad nicht neu erfinden, aber sich selbst zu erfinden, macht doch viel mehr Spaß.

1.3 Kopieren oder nicht kopieren, das ist hier die Frage

Nicht nur die Bildbearbeitung hat sich in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt, auch neue Motive haben sich etabliert: Neben dem klassischen Studioporträt gibt es das Leckerchenfang-Bild, bunte Holi-Farben, Bilder unter Wasser, urbane Hintergründe und vieles mehr. Viele Fotografen bieten ihr gesamtes Know-how als Online-Coaching an oder geben ihr Wissen

»Augenblicke« - ebenfalls ein inzwischen häufiges Motiv. Zu Recht, denn es ist toll! In diesem Fall war es Jettes Wunsch, für ein Regenbogen-Shooting mit ihrem geliebten Sam.

*1/250 Sek. | f/4.5 |
ISO 320 | 200 mm*



Zum Thema Kopieren habe ich tatsächlich noch ein anderes Beispiel: Vor einigen Jahren wollte ich eine neue Location testen und brachte von dort wunderschöne Bilder mit. Ich blieb dabei nicht nur auf den Wegen, sondern lief auch mal ein paar Meter in die Lichtungen, fotografierte einen Hund, als er seinen Kopf auf einen wunderschönen Holzsteg gelegt hatte. Total glücklich kehrte ich mit vielen verschiedenen Bildserien zurück und postete sie im

Laufe der nächsten Tage auf meiner Facebook-Seite. Etwa zwei Wochen danach fand ich auf der Seite einer Kundin, die inzwischen selbst hobbymäßig fotografierte, Fotos an genau dieser Location. Eigentlich nicht schlimm, aber es waren meiner Ansicht nach echte Kopien. Der Holzsteg mit einem Hund in gleicher Pose, auch eine Waldlichtung hatte sie in der gleichen Perspektive fotografiert und alles in allem hatte alles den Anschein, als habe sie meine

Fotos zu 100 % kopiert. Ich war wütend und überlegte sogar, sie darauf anzusprechen. Aber zum Glück habe ich das nicht gemacht. Ein paar Tage später stolperte ich erneut über den Post und sah das erste Mal auf das Datum dieser Bilder. Sie waren vor meinen entstanden. Ich weiß, das wird wahrscheinlich der Zufall des Jahrhunderts sein, aber nicht hinter jeder vermeintlichen Kopie steckt tatsächlich etwas Nachgemachtes. Jetzt hatte sich das Blatt gewendet, denn ich schämte mich so sehr, dass sie jetzt denken musste, ich hätte meine Bilder von ihr abgeschaut und sie würde mir natürlich niemals das Gegenteil glauben. Bis heute ist mir das sehr unangenehm. Mir zeigt dieses Beispiel immer, dass die Dinge oft nicht so sind, wie sie scheinen.

Tatsächlich kann es auch vorkommen, dass sich deine Kunden Bilder in einem bestimmten Stil wünschen und dir eine Vorlage von einer anderen Fotografin zeigen. Man wäre ein schlechter Dienstleister, würde man das nicht umsetzen. Du kannst in diesen Fällen jedoch vermeiden, die Fotos online zu stellen, und machst diese ausschließlich für den Kunden. Oder – noch besser – du erwähnst es einfach ganz offen mit einem Hinweis »inspiriert durch Fotograf XY« und schreibst dazu, dass es sich um einen Kundenwunsch handelt. Ich probiere dennoch, meiner Linie stets treu zu bleiben und nicht zu kopieren, wenn es auch schwierig ist, denn im Grunde gab es jedes Motiv ja irgendwie irgendwo schon einmal.

1.4 Kritik: Segen und Fluch

Kritik ist wichtig und kann doch auch verletzen, wenn sie nicht konstruktiv formuliert ist. Ich kenne das aus beiden Perspektiven: als Fotografin, deren Fotos kommentiert werden, und als Inhaberin eines Bildarchivs, die andere Fotografen beurteilen und manche davon leider auch ablehnen muss.

Der richtige Umgang mit negativer Kritik ist immer wichtig, sonst verlierst du schnell den Spaß an dem, was du tust. Kritik muss weiterbringen, darf aber nicht verletzen. Wo auch immer du deine Fotos zeigst und egal, ob es ein Hobby ist oder du Geld damit verdienst: Versuche, jede Kritik nüchtern von außen zu betrachten, und filtere das Nützliche für dich heraus. Bleibe dabei immer sachlich und suche eine gewinnbringende Lösung. Bist du – wie ich – ein sehr impulsiver Mensch, schlafe eine Nacht darüber und lasse den Kommentar erst mal »sacken«, bevor du zu emotional wirst und die Antwort bereust. Das schafft Abstand. Wenn jemand dein Foto kritisiert, dann ist das nicht schlimm. Frage nach den Gründen und schau, ob derjenige mit seiner Kritik nicht sogar ein bisschen Recht hat. Heute schmeckt das vielleicht noch etwas bitter, morgen kannst du dich dadurch aber verbessern.

Natürlich ist der Umgang mit Kritik vor allem im gewerblichen Bereich wichtig. Wenn ein Kunde unzufrieden ist, lautet mein Motto: Finde eine Lösung. Dabei sollte man immer höflich bleiben, auch wenn es mitunter





Der wunderschöne Fideo in Aktion

1/160 Sek. | f/11 | ISO 160 | 75 mm

schwerfällt. Es gibt immer irgendwann einen ersten Fall: Dabei reicht schon ein kleines Missverständnis oder jemand hat einen schlechten Tag. Die Lösung sollte ein zufriedener Kunde sein. Ich biete in solchen Fällen meist Nachbesserung oder einen Preisnachlass an. Die Kritik sollte dabei natürlich berechtigt und nicht ganz aus der Luft gegriffen sein. Letztlich bist du Dienstleister und jeder zufriedene Kunde bringt wieder neue Kunden. Ein verärgertes Kunde kann dir und deinem Image aber sehr schaden. Auch mir ist es nicht immer gelungen, alle Kunden durchweg glücklich zu machen, aber sich darum zu

bemühen, ist ein guter Anfang. Auch wenn die Fotografie viel Kunst enthält, sehe ich mich doch als Dienstleister für meine Kunden. Dabei spielt es für mich auch keine Rolle, ob ich für einen Großkunden einen Auftrag abwickle oder den Dackel meines Nachbarn kostenlos fotografiere.

Der Punkt Kritik ist mir vor allem wichtig, weil ich im Laufe der letzten Jahre mitbekommen habe, wie Social Shaming auch in der Welt der Fotografie angekommen ist. Es herrscht mittlerweile ein starker Konkurrenzkampf auf diesem Gebiet. Ich finde es sehr schade, dass viele Fotografen deshalb den Spaß

daran verloren haben, ihre Fotos offen zu zeigen. Manche haben sich sogar von der Fotografie zurückgezogen. Die Beweggründe für negative Kritik sind dabei nicht immer klar erkennbar. In dem Moment, wo ich meine Fotos offen zeige, muss ich damit rechnen und mache mich angreifbar.

Es gibt übrigens kaum ein Motiv, das nicht kritisiert werden könnte. Viele Menschen begeben sich dafür einfach zu gern auf Fehlersuche, und glaube mir: Auch in deinen Bildern steckt irgendetwas, das man kritisieren kann.

Auch wenn es aus technischer Sicht nichts zu beanstanden gibt, könnte das Motiv anderweitig umstritten sein: Demnach dürfte ich Personen nie ohne Schutzkleidung am Pferd fotografieren. So müsste man schon Reitstiefel und einen Helm tragen, wenn man nur in die Nähe des Pferderückens kommt. Und ein Hund dürfte niemals in der Heidelandschaft sitzen (auch wenn du ihn auf dem Weg ablichtest). Selbstverständlich solltest du auch keine kupperten oder umstrittenen Hunderassen fotografieren. Aber je weiter man



Sarah und Quinny

1/250 Sek. | f/3.5 |
ISO 500 | 116 mm

