

PRODUKTFOTOGRAFIE

Produktbilder einfach zu Hause fotografieren



INHALTSVERZEICHNIS

04

Einleitung

06

Was ist Objektfotografie und welche Arten gibt es?

14

Spezielle Techniken der Produktabbildung

20

Die Ausrüstung im Einsatz

40

Praxistipps für gute Produktfotografie

52

Resümee

EINLEITUNG

Bilder spielen in unserem Alltag eine immer größere Rolle. Dies betrifft besonders die Produkt- oder Objektfotografie.

Nicht nur große Firmen illustrieren Artikelbeschreibungen – auch immer mehr Privatleute, die auf Internetplattformen Objekte verkaufen, sind mehr oder weniger gezwungen, qualitativ hochwertige Bilder nach vorgegebenen Standards zu liefern. Erfahren Sie im Folgenden, welche Dinge es besonders zu beachten gilt, und wie Sie Ihre Produkte perfekt abbilden können.

Zunächst stellt sich die Frage, warum gerade für die Produktfotografie besondere Regeln gelten sollten? Ein ganz entscheidender Faktor ist, dass in den Bildern keine Personen abgebildet sind, die automatisch für eine besondere Stimmung sorgen. Wie funktioniert also ein Bild, das einzig auf leblose Objekte angewiesen ist? Wie kann es dem Betrachter ins Auge fallen? Wie lässt sich eine Botschaft in kürzester Zeit vermitteln? Bei der Flut von Fotografien, die uns im Alltag begegnen, ist es entscheidend, den Betrachter „ins Bild zu holen“ – und ihm auf möglichst angenehme Art und Weise die entscheidenden Informationen mitzuteilen. Wird eine Person ins Bild integriert, sind es meist deren

Augen oder entsprechende Posen, die den Blick des Betrachters einfangen. Bei der Abbildung von Objekten ist der Fotograf jedoch gezwungen, durch entsprechende Aufbauten und Licht dafür zu sorgen, dass das Bild funktioniert und sein Ziel erreicht.

Sehen und lesen Sie in diesem E-Book, wie unkompliziert es ist, Objekte ins rechte Licht zu rücken. Ein angenehmes Bild ist ein klares Bild. Besonders für die Objektfotografie gilt daher der Satz: „Weniger ist mehr!“ Wichtig ist, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Zeigen Sie dem Betrachter, was er sehen möchte, nicht mehr! Gezielt relevante Informationen zu geben, die verständlich sind und wenig Spielraum für Interpretationen lassen – darum geht es. Sachfotografie hat zunächst weniger mit kreativen Entscheidungen und künstlerischem Spielraum zu tun als vielmehr mit kluger Komposition. Schauen wir uns im folgenden Kapitel verschiedene Bereiche der Objektfotografie an: Welche Arten gibt es und was passt am besten zu Ihrem Vorhaben?

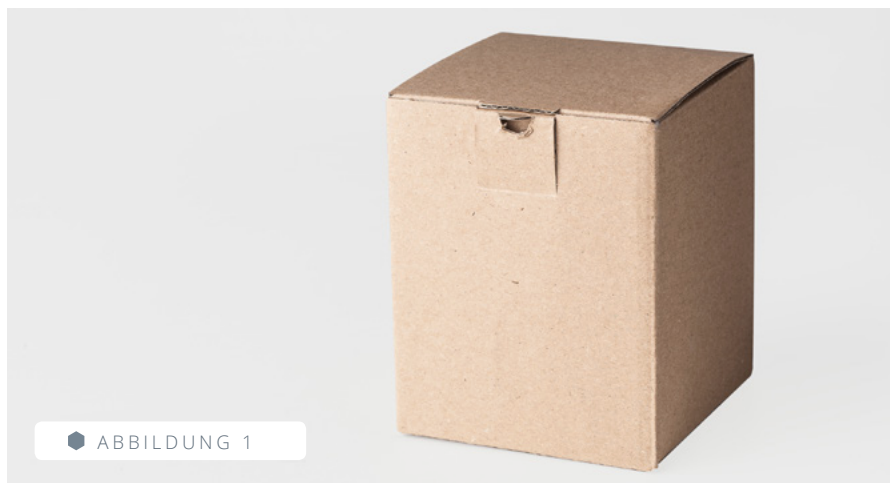


WAS IST OBJEKTFOTOGRAFIE UND WELCHE ARTEN GIBT ES?

Wenn Dinge ohne die bildbestimmende Mitwirkung von Personen dargestellt werden, wird von „Objektfotografie“ gesprochen. Die Abbildung eines in der Hand gehaltenen Feuerzeuges würde ebenso hinzugezählt werden. Letztendlich entscheidet die Darstellungsweise des Umfelds, um welche Art von Fotografie es sich handelt. Daher ergibt es Sinn, zwischen reinen Sachaufnahmen, damit zusammenhängenden Freistellern, den Produktaufnahmen und der Still-Life-Fotografie zu unterscheiden.

Sachaufnahmen

Um eine möglichst genaue Definition von Objektfotografie zu umreißen, können wir einen Blick auf die Personenfotografie werfen: Die reine Sachaufnahme kann mit einem biometrischen Passbild verglichen werden. Hintergründe sind nicht erwünscht – das Objekt ist klar und deutlich, ohne „Zutaten“, abzubilden. Übertragen auf Objekte bedeutet dies eine klare, gut ausgeleuchtete Aufnahme in der sogenannten „Dreiseitenansicht“. Sämtliche Seiten des Objekts sind gut zu erkennen und werden durch unterschiedliche Helligkeitswerte klar voneinander getrennt. Verzeichnungen im Bild, umgangssprachlich „optische Verzerrungen“ genannt, sollten möglichst verhindert werden. Material, Oberflächenbeschaffenheit und Form müssen erkennbar sein.



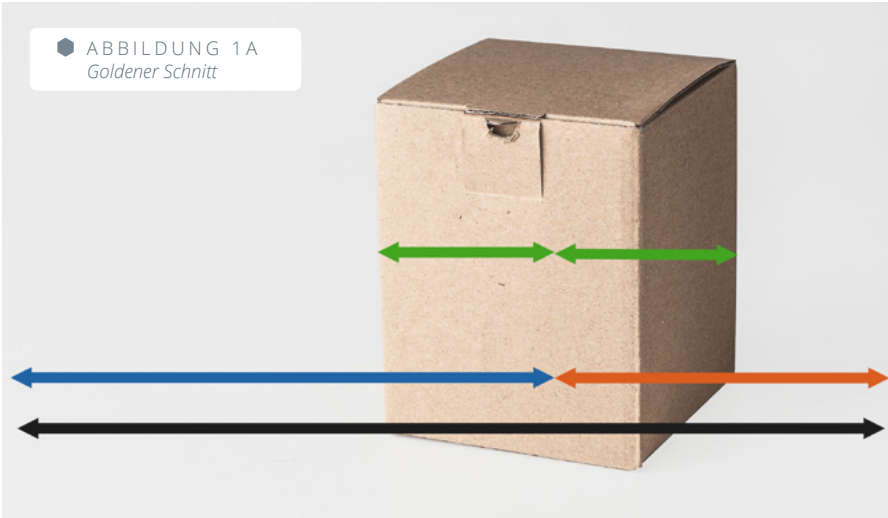
Auf *Abbildung 1* sind die Helligkeitsunterschiede der einzelnen Seiten sowie Machart und Material deutlich erkennbar. Wesentlich ist, dass die wichtigste Seite die hellste und möglichst dem Betrachter zugewandt ist.



Bei dieser Aufnahme (*Abbildung 2*) ist die Ausleuchtung zu weich und zu gleichmäßig. Die Form des Objektes ist lediglich durch die Perspektive und die Kanten zu erkennen. Die Flächen selbst wirken langweilig, der haptische Eindruck geht völlig verloren.

Natürlich ist es auch wesentlich, aus welchem Blickwinkel das Produkt fotografiert wird. In den Abbildungen oben wurde eine Perspektive gewählt, die auch der Ausleuchtung entspricht: Die Hauptseite wird groß abgebildet, die Seiten, die „nur“ die Proportionen des Gegenstandes verdeutlichen können, werden so klein abgebildet, dass sie noch gut erkennbar sind, aber den klaren Blick auf die Hauptseite nicht beeinflussen. Ohne jetzt weiter auf die vielen Gestaltungsregeln einzugehen, hier ein Tipp zur Anordnung des Objektes in der zur Verfügung stehenden Fläche: Sie sehen, die wichtige Seite des fotografierten Kartons „schaut“ nach links und das Objekt ist in der Fläche tendenziell auf der rechten Seite positioniert. So ergibt sich ein harmonisches Gesamtbild, zurückzuführen auf den Goldenen Schnitt oder auch

ABBILDUNG 1A
Goldener Schnitt



die Zwei-Drittel-Regel. Sie besagt, wie Flächen oder Strecken aufgebaut sein sollten, um harmonisch zu wirken. Sie sehen, wie die Mitte der Packung etwa im Verhältnis 2/3 zu 1/3 im Bild positioniert ist. Die Regel legt fest, dass sich die kürzere Strecke (rot) zur längeren (blau) so verhält wie die längere Strecke (blau) zur Gesamtstrecke (schwarz). Es ist erstaunlich, mit welcher Zuverlässigkeit man diese Regel anwenden kann, um die Dinge harmonisch zu positionieren. Dennoch es ist nur eine Regel: Sollten Sie der Meinung sein eine andere Aufteilung gefällt Ihnen wesentlich besser, dann fotografieren Sie nach Ihrem „Bauchgefühl“.

Ich wende all diese Regeln immer nur dann an, wenn ich mit einem Bild noch nicht zufrieden bin, aber nicht genau weiß, was ich ändern soll. Dann ist es sinnvoll, einmal ganz bewusst zu schauen, wie die Objekte ausgerichtet sind. Oft ist das die Lösung. Verwenden Sie also Regeln, um Bilder im Zweifel zu überprüfen, aber nicht um damit dogmatisch Fotos zu gestalten.

Anschnitte von Objekten, schräge und besonders dynamische Kamerapositionen von oben oder unten haben in der Sach- und Produktfotografie nichts zu suchen. In der Still-Life-Fotografie hingegen ist das ein einfaches und wirkungsvolles Gestaltungsmittel.

Freisteller

Der Begriff „Freisteller“ wird Ihnen in Verbindung mit Sachaufnahmen häufig begegnen. Gerade im Netz werden derartige Fotografien mittlerweile in vielen Verkaufsportalen gefordert. Es handelt sich hierbei um Abbildungen, die vor völlig weißem Hintergrund ohne Konturen stehen. Dies erfordert fast immer, das Bild noch etwas nachzubearbeiten – rein technisch ist es recht schwierig zu vermeiden, dass der sehr stark belichtete Untergrund das Objekt überstrahlt oder das Foto insgesamt zu hell erscheint.

Muss das Objekt also freigestellt abgebildet und verwendet werden, sieht es häufig unrealistisch und fast schon wie ein ausgeschnittener Druck aus. Seine Wertigkeit, die Sie sicher vermitteln wollen, leidet sehr unter solchen Bearbeitungen. Ein kleiner Tipp wäre daher, einen kleinen Schatten unter das Objekt zu setzen. Dies ist fast immer machbar, die Fotografie wird in diesem Fall als Freisteller akzeptiert und Ihr Foto wirkt nicht mehr wie ein Scherenschnitt, sondern wird als hochwertige und sehr saubere Abbildung wahrgenommen:



Vergleichen Sie selbst, wie unterschiedlich die Wirkung einer identischen Abbildung mit und ohne Schatten ist.

Produktaufnahmen

Im Gegensatz zur Anfertigung absolut nüchternen Abbildungen – Sachaufnahmen – darf die Produktfotografie mit Requisiten arbeiten. Auch hier kann ein Vergleich mit der Personenfotografie hergestellt werden: Aus dem biometrischen Passbild wird ein Porträt. Der Fotograf sucht sich die vorteilhafteste Perspektive auf die Person und darf mit Requisiten das Porträt ausschmücken. Ebenso verhält es sich bei der Produktfotografie.

Zu beachten ist, dass das Objekt gut erkennbar ist. Außerdem sollte das ausgesuchte Requisit passend sein. Es verstärkt Material, Haptik, Verwendung und die Form des Objektes für den Betrachter. Außerdem wertet es, richtig eingesetzt, die Fotografie qualitativ auf. Ein Requisit kann das dargestellte Objekt interessanter erscheinen lassen. Zur Darstellung wurde für *Abbildung 4* eine sehr einfache Möglichkeit gewählt: Das zu präsentierende Produkt ist eine Verpackung – das Seidenpapier verstärkt dessen „Botschaft“. Die Neugier des Betrachters wird mit sehr einfachen Mitteln geweckt: Er fragt sich, was darin möglicherweise verpackt gewesen sein könnte. Der Raum um das Bild sollte nun nicht mehr rein weiß sein. Wie erkennbar, entsteht bereits durch einen einfachen Untergrund mit ungleichmäßiger Ausleuchtung ein gewisses Raumgefühl.



Still-Life-Fotografie

Die Still-Life-Fotografie lässt dem Fotografen sämtliche Freiräume: Alles ist erlaubt, die Technik hat nichts mehr mit dem zu tun, was die meisten unter einem eher konservativen „Stillleben“ verstehen. Nicht mehr nur dunkle, in Öl gemalte Obst- und Vasen-Arrangements alter Meister sind hiermit gemeint. Ein „Still-Life“, so der mittlerweile verwendete Begriff, ist viel mehr: Das Bild muss nicht dunkel sein, son-

dern darf von einfallendem Fensterlicht oder durch Kerzenlicht bestimmt werden. Auch der Aufbau der Fotografie kann alles andere als ruhig sein: Das Motiv, die vom Bild ausgehende Inspiration, kann in einer ganz abstrakten Beziehung zum Objekt stehen.

Die Still-Life-Fotografie wird vom zeittypischen Geschmack bestimmt: Helle Bilder oder sehr dramatische, ungewöhnliche Situationen sowie leicht entsättigte Farbe finden sich zurzeit in vielen inszenierten Produktaufnahmen.

Auf *Abbildung 5* wird deutlich, was passiert, wenn mit dem Produkt gespielt wird: Licht und Dampf geben eine Ahnung von der verpackten, beinahe magischen Ware. Sie machen das Bild interessant und den Betrachter neugierig.

Damit sind die drei grundsätzlichen Arten fotografischer Produktabbildungen benannt. Sie werden diesen Begriffen im Kontext der Produktfotografie immer wieder begegnen – mit unterschiedlichen Anforderungen und Einsatzzwecken.



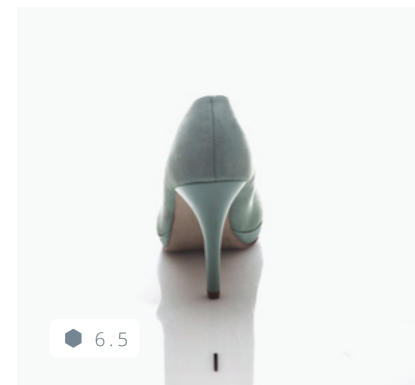
● ABBILDUNG 5

SPEZIELLE TECHNIKEN

Neben den üblichen Techniken gibt es einige speziellere, mit deren Hilfe Produkte auf ganz besondere Art und Weise dargestellt werden können. Gerade wenn Bilder nur auf Displays beziehungsweise Monitoren angezeigt werden und nicht für den Printbereich bestimmt sind, lassen sich diese durch Animationen, passende Produktinformationen oder andere Effekte aufwerten. Sie können Eyecatcher werden!

360°-Fotografie

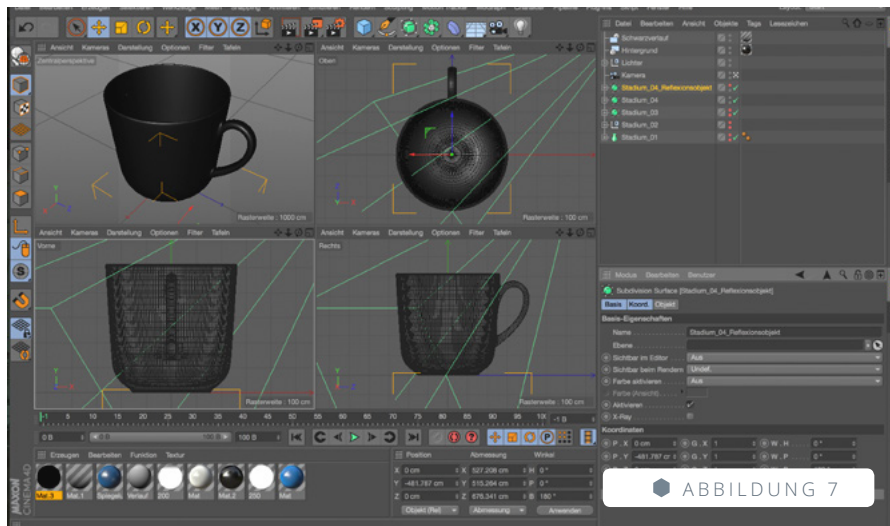
Bei der einfachen 360°-Fotografie wird das Produkt auf einen Drehteller gestellt. Es werden mindestens acht Bilder geschossen, währenddessen das Produkt um einen definierten Winkel gedreht wird. Betrachten Sie hierzu die *Abbildungen 6.1 bis 6.8*. Aus diesen Bildern kann mit Hilfe einer entsprechenden Software eine Animation erstellt werden. Hierdurch ist der potentielle Kunde in der Lage, den Schuh per Mausklick von allen Seiten zu betrachten. Die Darstellung mit acht Bildern ist die Basis, empfohlen werden jedoch 24 oder 36 Bilder, um eine flüssige Animation erstellen zu können. Auch werden die Aufnahmen nicht nur in einer Achse fotografiert, sondern aus verschiedenen Höhen. Damit ist das Drehen nicht nur in horizontaler, sondern ebenso in der vertikalen Richtung möglich. Für derartige Aufnahmen können Sie einfache Software sowie hochkomplexe Lösungen verwenden – abgestimmt auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Das vollautomatische Erstellen der Animationen selbst ist sehr einfach und benötigt kaum fotografische Kenntnisse.



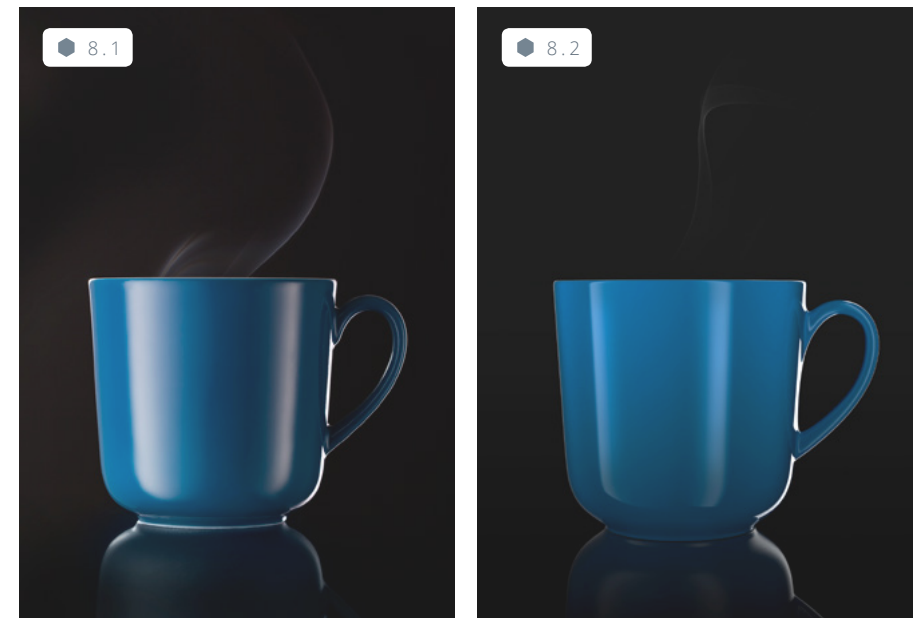
Computer Generated Imagery

„Computer Generated Imagery“ – ein Begriff, der viele Fotografen die Stirn runzeln lässt. Dennoch es ist eine Technik, an der man längst nicht mehr vorbeikommt, wenn es sowohl um spezielle als auch universell einsetzbare Bilder geht. Wie der Name bereits ankündigt, werden Produkte hierbei nicht mehr fotografiert, sondern durch die Definition ihrer Farbe, Beschaffenheit und Oberfläche im Computer erzeugt. Alle denkbaren Dinge lassen sich so erstellen – und natürlich ist die fotografisch perfekte Ausleuchtung möglich. Oftmals ist ein Unterschied zwischen CGI und echter Fotografie nicht mehr erkennbar.

Der große Vorteil dieser Technik besteht darin, dass sich die Objekte frei drehen lassen und nach der ersten Erstellung mit wenigen Klicks alle, wirklich alle Perspektiven möglich sind. Natürlich können ebenso schnell Farben gewechselt werden: In wenigen Minuten verwandelt sich die Keramiktasse in eine Porzellantasse. Für eine realistische Darstellung sind lediglich die exakten Maße notwendig. Daher wird diese Technik immer dann eingesetzt, wenn Fotografien von Objekten erstellt werden sollen, die noch nicht produziert sind, nur mit relativ großem Aufwand zu fotografieren wären oder die in vielen Variationen und Perspektiven benötigt werden. Der Bildschirm sieht beinahe aus wie der eines Architekten, wenn solche Bilder konstruiert werden:



Nachfolgend sehen Sie eine fotografierte Tasse auf *Abbildung 8.1* sowie die CGI-generierte Version auf *Abbildung 8.2* – ganz ohne Kamera.

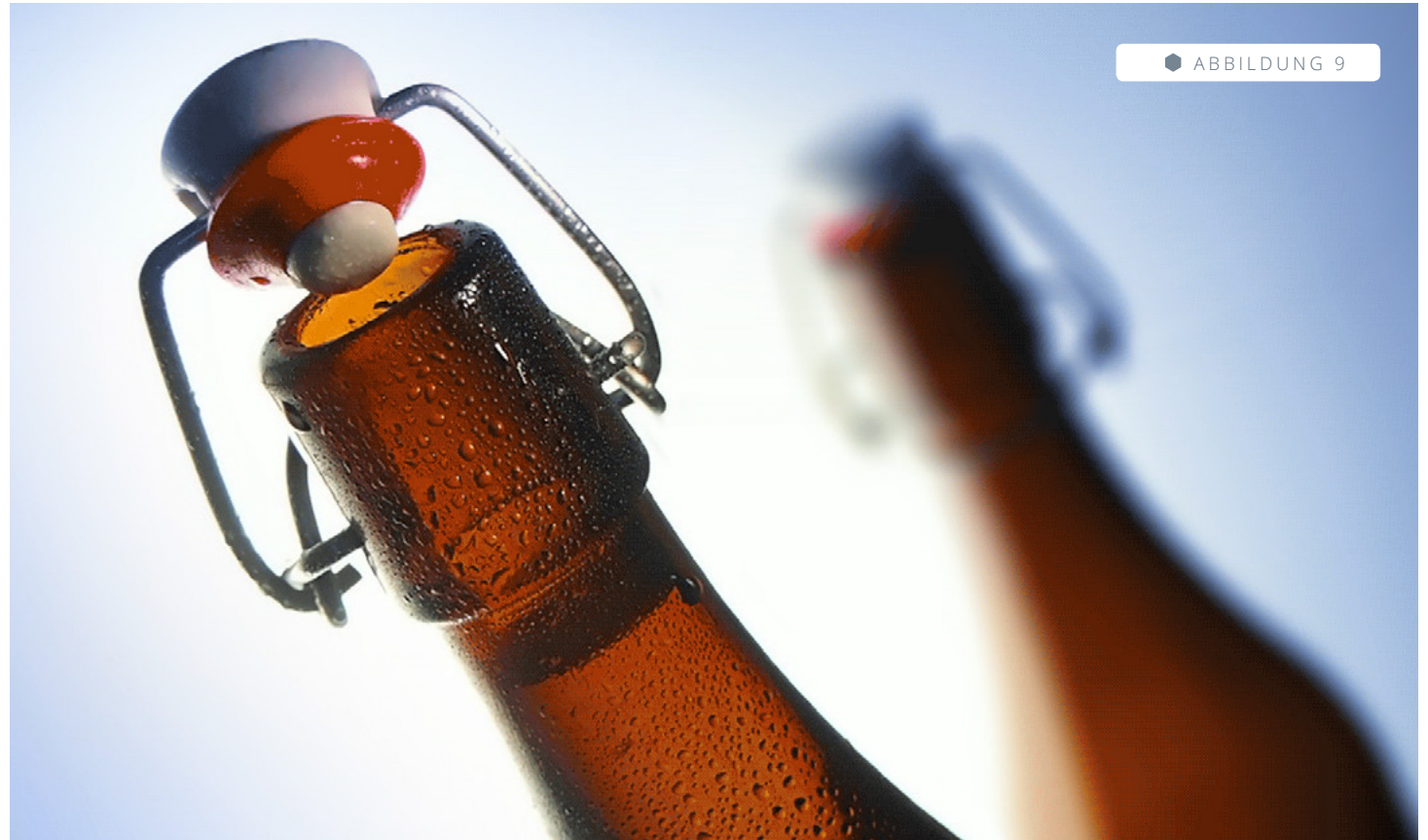


Bewegte Bilder

Für diese Technik gibt es viele Bezeichnungen, von „Cinemagraphy“ über „Bewegte Bilder“ bis hin zu der eigentlich richtigen Bezeichnung „Animated Gif“. Darunter fallen tanzende Strichmännchen der 1990er Jahre ebenso wie Animationen aus der Produktfotografie. Die Technik kommt immer dann zum Einsatz, wenn mit wenig Aufwand Bilder auf Displays interessanter, lebendig werden sollen. Animated Gif kann ein Motiv darstellen und mit einer Bewegung kombinieren.

Der Betrachter vermutet zunächst, es würde sich um ein simples Foto handeln und wird überrascht. Beliebte sind Animationen, in denen beispielsweise Haare einer scheinbar fotografierten Person plötzlich wehen oder Wassertropfen über scheinbar fotografierte Gefäße laufen (*Abbildung 09*).

Der Einsatz der Technik ist mit den heutigen digitalen Kameras sehr simpel. Nehmen Sie dazu lediglich eine kleine Videosequenz des Motivs auf und markieren Sie in einem Bildbearbeitungsprogramm den Teil, der sich im übrigen Standbild bewegen soll. Abgespeichert wird eine solche Sequenz inklusive Standbild als GIF-File.



DIE AUSRÜSTUNG IM EINSATZ

Kamera

Nachdem die Vielfalt der Produktfotografie kurz vorgestellt wurde, sollten wir – ganz praktisch – beginnen und über Ihre Ausrüstung sprechen. Was wird wirklich benötigt, um Produkte zu fotografieren?

Lassen Sie sich nicht abschrecken: Bis auf die Software für das CGI kommen Sie mit relativ einfachen Kameras aus. Ein gutes Foto lässt sich wesentlich einfacher herstellen, als Sie vielleicht vermuten! Zunächst zur Kamera: Nein, Sie müssen nicht mit 25 Millionen Pixeln und mehr fotografieren. Nein, Sie benötigen kein Profigerät jenseits der 1.000 Euro-Grenze.

Zunächst stellt sich die Frage, wie groß Ihre Bilder sein müssen und wo Sie diese präsentieren wollen. Sollen sie gedruckt werden, größer als im DIN A4-Format? Falls nicht, können Sie fast jede Systemkamera benutzen, die auf dem Markt erhältlich ist. Sie alle werden bezüglich der Bildgröße geeignet sein. Ein wichtiges Merkmal sind manuelle Kamera- und damit Belichtungseinstellungen. So bekommen Sie die Möglich-

keit, von Hand Einfluss auf die Helligkeit des Bildes zu nehmen. Dies ist in der Produktfotografie extrem wichtig.

Zur Auflösung der Kamera: Hätten Sie vermutet, dass für eine Abbildung in Postkartengröße (10 x 15 cm) im Internet eine Auflösung von etwa 680 x 450 Pixeln genügt – das Bild also nur 0,3 MP groß sein muss? Soll das Foto in Postkartengröße gedruckt werden, sollte es eine Auflösung von etwa 1890 x 1260 Pixeln haben. Daraus ergibt sich eine Bildgröße von etwa 2,4 Megapixeln.

Sie sehen: Eine Kamera mit 8 MP genügt vollkommen, um gut druckbare Bilder zu bekommen. Es gibt aktuell kaum noch Kameras, die weniger Bildpunkte auflösen.

Manuelle Belichtung

Wollen Sie gute Produktbilder fotografieren, werden Sie sich mit den manuellen Belichtungseinstellungen beschäftigen müssen. Es wird notwendig sein, den Automatik-Modus, der ein ausgeglichenes Bild garantieren soll, abzuschalten. Erst hierdurch können Sie die Belichtung auf die bildwichtigen Bereiche fokussieren.

Fotografieren Sie zum Beispiel ein Objekt vor weißem Hintergrund, wird der Sensor der Kamera diesen als zu hell erkennen. Die Kamera wird die Belichtungszeit entsprechend verändern, um einen Ausgleich zu schaffen. Das Fazit wird sein, dass der Untergrund „schmuddelig“ und zu dunkel dargestellt wird, wie auf *Abbildung 10.1*. Mit einer manuellen Einstellung der Belichtung können Sie hingegen für einen weißen, wirklichkeitsgetreu-

en Hintergrund sorgen. Das Bild auf *Abbildung 10.2* wurde sogar etwas heller belichtet, um die dunklen Bildbereiche klarer darzustellen und die Konturen der schwarzen Kamera besser wiederzugeben. Beide Bilder wurden nicht überarbeitet. Je heller die Objekte sind, die Sie auf weißem Untergrund fotografieren, desto stärker ist dieser Effekt. Sie erkennen also die Notwendigkeit, möglichst bei der Aufnahme schon Korrekturen vorzunehmen.





ABBILDUNG 10.2

Immer wieder werde ich gefragt, ob ein Kamerastativ unbedingt sein muss. Meine Antwort lautet dann ganz klar: „Unbedingt, obwohl...!“

Ich persönlich arbeite immer mit Stativ – eines, das gut und fest steht und einen Stativkopf besitzt, der es erlaubt, die Kamera präzise und millimeterweise einzurichten. So ist es möglich, kleine Änderungen am Set vorzunehmen, ohne jedes Mal wieder den genauen Standort der Kamera suchen zu müssen. Wie genau ein gutes Produktfoto eingestellt sein muss, merken Sie, wenn kleine Details genau wiedergegeben werden müssen. Dann ist es essenziell, das Stativ ohne Toleranzen in der Höhe verändern zu können und einen Stativkopf zu haben, der auch kleinste Veränderungen zulässt.

Als Stativkopf ist ein 2- oder 3-Wege-Neiger, mit dem Sie jede Bewegungsrichtung separat einstellen können, in jedem Fall besser geeignet als ein Kugelkopf, der mit einer einzigen Arretierung alle Bewegungen freigibt. Ein solches Stativ mit Kopf wird jedoch kaum unter 150€ bis 250€ zu erwerben sein. Häufig erlebe ich bei vielen Bekannten, die Fotografie nicht professionell betreiben, dass Sie auch ohne Stativ durchaus gute Bilder fotografieren können und hierbei sehr flexibel bei der Wahl

einiger unterschiedlicher Perspektiven sind. Daher würde ich Ihnen raten, einfach auszuprobieren, was Ihnen am besten liegt und wie Sie gut arbeiten können.

Beachten Sie jedoch die längeren Belichtungszeiten: Je nach Objektiv kann es bereits ab 1/100 Sekunde zu schwierig sein, „aus der Hand“ zu fotografieren. Die Empfindlichkeit des Chips sollte zudem nicht unendlich erhöht werden. Je nach Kamera ist es nicht zu empfehlen, ISO-Werte über 400 zu wählen. Das Aufblenden, also das Arbeiten mit geöffneter Blende, führt zudem immer zu kleinen Schärfentiefebereichen.

Objektive

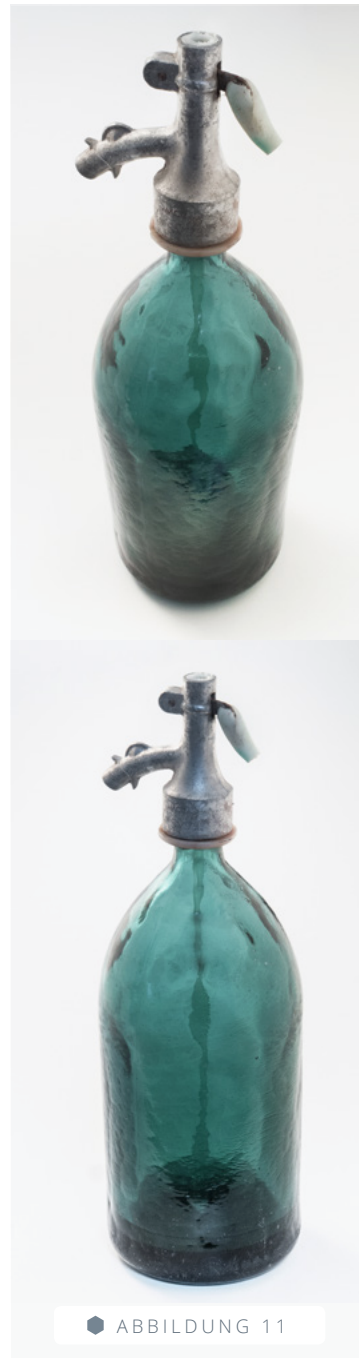
Fast alle Kameras verfügen mittlerweile über Zoomobjektive oder Kit-Objektive mit variabler Brennweite. Mit diesen lässt sich gut arbeiten. Sollten Sie eine Kamera besitzen, bei der sich die Objektive auswechseln lassen, erreichen Sie die beste Qualität mit Festbrennweiten. Hier muss jedoch beachtet werden, dass sich dieser



Qualitätsunterschied kaum oder nur sehr minimal auf die Display-Darstellung Ihres Fotos auswirken wird. Wichtig, um Objekte möglichst naturgetreu darzustellen, ist die Wahl einer etwas längeren Brennweite. Das sind Brennweiten etwa zwischen 70 mm und 150 mm, wenn man von einem Vollformatchip ausgeht. So vermeiden Sie unnötige Verzeichnungen, die einen Gegenstand verzerrt darstellen.

Auch wenn bei weitwinkligen Aufnahmen die Bilder oft dynamischer wirken: Beachten Sie den Zweck, für den Sie das Foto erstellen. Wollen Sie das Objekt in erster Linie interessant darstellen, fotografieren Sie ein Still-Life-Bild – dann ist alles erlaubt. Bei der Sach- oder Produktaufnahme wollen Sie dem Betrachter hingegen einen möglichst genauen Eindruck von dem Objekt vermitteln. Beispielsweise soll eine Flasche wie eine Flasche aussehen und deren Form klar erkennbar sein: Sie darf nicht verzerrt oder kegelförmig erscheinen – haben Sie hierfür die Größenverhältnisse des Originals im Blick!

Die obere Flasche wurde mit einer kurzen Brennweite fotografiert (Weitwinkel mit 35 mm), die untere mit einer längeren Brennweite (Teleobjektiv 150 mm). Darstellung Unterschiede können durch den direkten Vergleich erkannt werden, denn nur auf der unteren Abbildung ist die Fla-



schenform wirklich gut zu erkennen. Das Verhältnis zwischen Bauch und Ausgießer wird erst hier deutlich. In der linken Darstellung wird der Metallverschluss überproportional groß dargestellt.

Gute Objektive für die sachliche Darstellung von Objekten erreichen Brennweiten, die länger sind als die Normalbrennweite. Bei einer Vollformatkamera sind das ca. 50 mm – über diesem Wert handelt es sich um längere Brennweiten. Meine persönlich bevorzugte Brennweite für derartige Aufnahmen ist ein 100 mm Objektiv. Viele Standard-Kit-Objektive decken diesen Bereich ab.

Die Brennweitenangaben/Vollformat beziehen sich auf das historisch bedingte Kleinbildformat mit 24x36 mm. Viele Chips sind heute jedoch kleiner und um die entsprechenden Ausschnitte dort auch wiedergeben zu können, müssen auch die Brennweiten entsprechend kleiner sein. Sind Sie unsicher, welche Brennweite für Ihren Chip entsprechend die richtige ist, so können Sie diese über die Angabe des Cropfaktors, der immer mit den Objektivangaben bzw. Chipangaben genannt wird, errechnen. 50 mm zum Beispiel ist die Brennweite, die bei Vollformatkameras dem Blickwinkel des menschlichen Auges entspricht, bei einer APS-C-Kamera sind es etwa 30 mm und bei einer MFT-Kamera ca. 24 mm.

Licht und Ausleuchtung

Wenn Sie mit der Produktfotografie beginnen, ist die Frage der Ausleuchtung sicher zunächst nicht ganz einfach zu beantworten. Sehr schnell werden Sie auf den Begriff des „Lichtzettes“ stoßen. Durch dieses Produkt wird Ihnen die perfekte Ausleuchtung Ihrer Objekte versprochen. Ich würde dies etwas einschränken auf die Aussage, dass Ihre Bilder zumindest schön gleichmäßig hell werden. Legen Sie Wert auf gute Oberflächendarstellungen von Strukturen etc., werden Sie sehr schnell die negativen Auswirkungen einer homogenen Ausleuchtung feststellen. Zudem können Sie mit einer weißen Arbeitsplatte, einem weißen Blatt Papier und etwas Fensterlicht mindestens genauso gute Ergebnisse erzielen. Sie sollten dabei darauf achten, dass kein direktes Sonnenlicht durch das Fenster fällt.

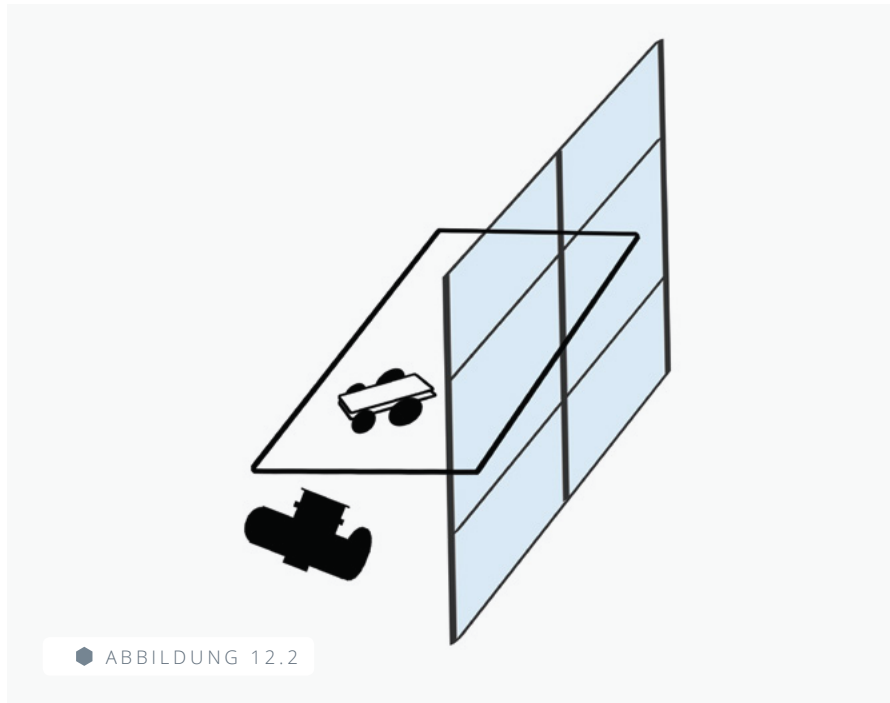
Wenn Sie diese Bilder an einem Fenster – oder besser noch in der Nähe eines Fensters – nachstellen, werden Sie die besten Resultate erzielen, wenn auf die Aufnahmefläche kein direktes Sonnenlicht fällt und daher keine harten Lichter oder Schatten entstehen. Haben Sie möglicherweise in Ihrer Wohnung ein Fenster, das nach Norden zeigt? Dieses wäre zumindest hinsichtlich der Grundvoraussetzungen bestens geeignet: Dort werden Sie sehr wahrscheinlich eine gleichmäßige Lichtsituation vorfinden – ohne direkte Sonneneinstrahlung. Fotografieren Sie, wenn möglich, an hellen Tagen, damit Sie ohne Kamerablitz auskommen. Ebenso geeignet sind natürlich schattige Plätze auf Balkon, Terrasse oder immer dort, wo Sie ein kleines Foto-Set ohne direkte Sonneneinstrahlung aufbauen können.

Bewerten Sie die allgemeine Lichtsituation nicht über, für einfache Sachabbildungen zur Dokumentation reicht ein weiches diffuses Licht wie beschrieben völlig aus. Am Beispiel der Aufnahmen des Modellautos können die Lichtwirkungen sehr deutlich erkannt werden. Selbst hochglänzende Metallflächen lassen sich mit genauer Beobachtung und kleinen Hilfsmitteln sehr gut darstellen. Zunächst müssen Sie beurteilen, wie das Licht einfallen soll, denn keineswegs ist immer die frontale Beleuchtung die beste Wahl.



ABBILDUNG 12.1

Wie auf *Abbildung 12.1* zu sehen, reflektiert das seitlich von rechts einfallende Licht frontal auf der Seitenfläche des Modells. Hierdurch entstehen im Motiv sehr hohe Kontraste, die nicht mit einfachen Mitteln abzumildern sind. Das Aufbauschema hierfür sieht wie folgt aus:



TIPP

Vergleichen Sie die Detailwiedergabe der einzelnen Aufnahmen – auf den Laufflächen der Räder und auf dem Fahrersitz – und stellen Sie Unterschiede zwischen seitlichem und frontalem Licht sowie Gegenlicht heraus.



Die Tischseite wurde gewechselt. Auf *Abbildung 12.3* fällt nun das Licht praktisch von schräg hinten links auf unser Objekt. Durch den weißen Untergrund wird die Vorderseite etwas aufgehellt. Bereits jetzt kann an den Laufflächen der Reifen und am Fahrersitz erkannt werden, wie sehr das Gegenlicht für die Durchzeichnung und Modulation kleiner Details sorgt.

Aufheller

Der nächste Schritt, veranschaulicht auf den *Abbildungen 12.4* und *12.5*, ermöglicht Ihnen, die noch dunklen Bereiche ohne weitere Lichtquelle gut auszuleuchten. Ein einfaches weißes Blatt Papier als Aufheller wirkt Wunder: Ohne die Lichtstimmung kaputtzumachen, wird nun die gesamte Seitenfläche aufgehellt. Details, wie z. B. die Kühlschlitze in der Motorhaube, werden mit einem schönen Licht-Schattenspiel dargestellt.

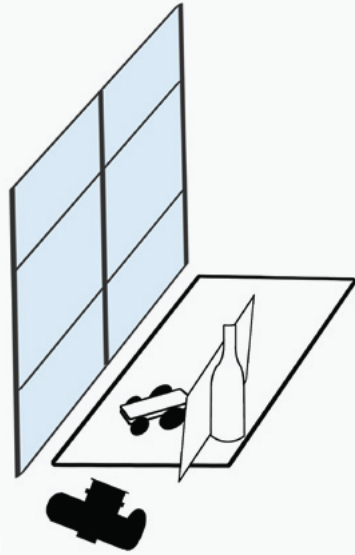


ABBILDUNG 12.4



ABBILDUNG 12.5

Sie sehen auf *Abbildung 12.6*, wie unkompliziert es ist: So oder ähnlich kann ein einfaches, am Fenster aufgebautes Set aussehen – aufwendige Konstruktionen sind nicht nötig. Die Glasflasche als Halterung sollte in jedem Fall transparent sein. Farbige Flaschen können sehr schnell Farbreflexe oder -stiche verursachen.



ABBILDUNG 12.6

TIPP

Arbeiten Sie bei solchen Aufbauten möglichst immer mit neutralen Untergründen und vermeiden Sie farbige Gegenstände in der Umgebung des Sets. Gerade bei glänzenden und metallischen Objekten kann es schnell zu farbigen Einspiegelungen kommen, die sofort auffallen und störend wirken.

Bei matten Objekten entstehen dann erst auf den zweiten Blick erkennbare Farbverfälschungen. Ein späteres Korrigieren derartiger Farbstiche kann relativ schwierig werden.



Abbildung 12.7 zeigt das fertige Bild. Hier wurden noch einige Details optimiert. Wenn Sie dieses mit Abbildung 12.5 vergleichen, werden Sie an der Frontpartie über dem Reifen die aufgehellte Fläche bemerken. Ein fast schon harter

Reflex betont die Rundungen und sorgt für zusätzliche Brillanz. Durch diese kräftige Aufhellung mit einem kleinen Spiegel erstrahlen gleichzeitig die Felgen und der Glanz wird verstärkt.

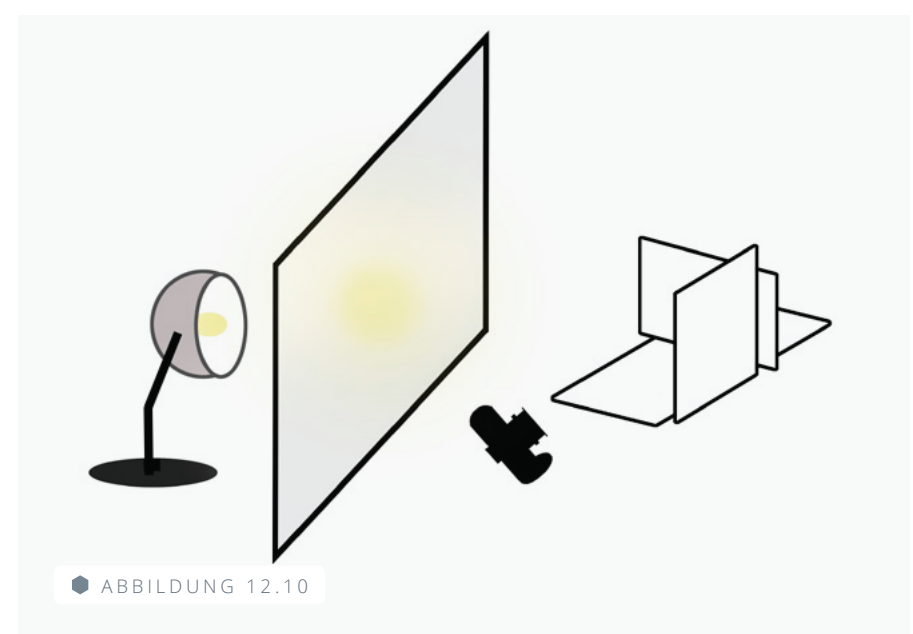
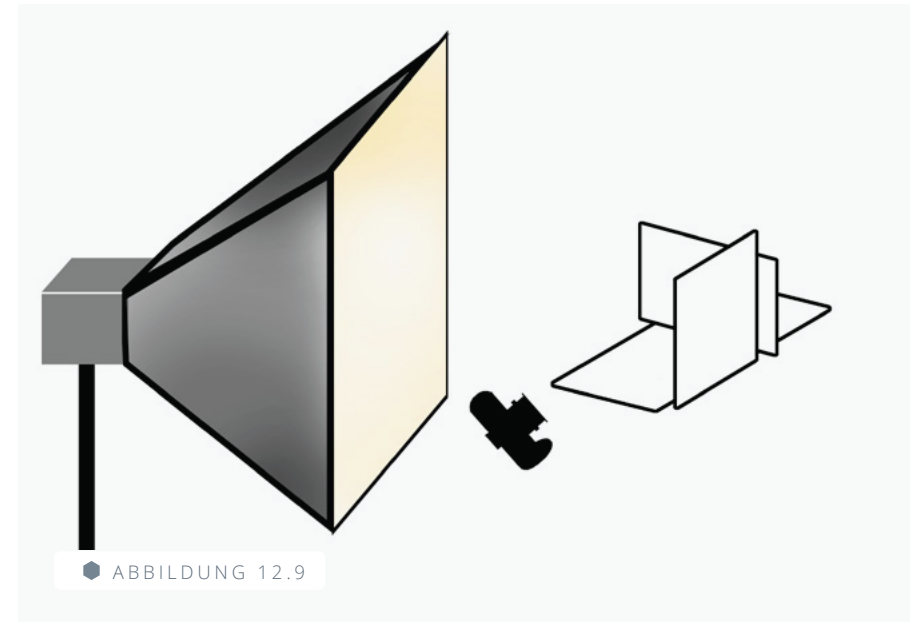
Für diese Aufhellung wurde ein kleiner Spiegelrest, etwa 4 cm x 15 cm, verwendet. Diese können Sie sehr günstig bei fast jedem Glaser erwerben. Ein kleiner Schminkspiegel würde hier völlig ausreichen. Die richtige Positionierung des Reflektors ist sehr gut zu erkennen: Wenn Sie dunkle Schattenpartien oder matte Einspiegelungen entdecken, spielen Sie einfach ein bisschen, bis das Tageslicht an die richtige Stelle strahlt – wie auf Abbildung 12.8 zu erkennen. Sie werden sehen, wie einfach und faszinierend es ist, Ihre Aufnahmen mit kleinen Details zu verbessern.



Ein solcher Aufheller benötigt nicht unbedingt eine Halterung, Sie können ihn bequem in der einen Hand halten, während Sie mit der anderen die Kamera auslösen. Diese Arbeitsweise hat zudem den Vorteil, schnell Variationen vornehmen zu können. Belichten Sie ruhig eine kleine Serie mit unterschiedlichen Spiegelaufhellungen und wählen dann im Nachhinein Ihren Favoriten aus.

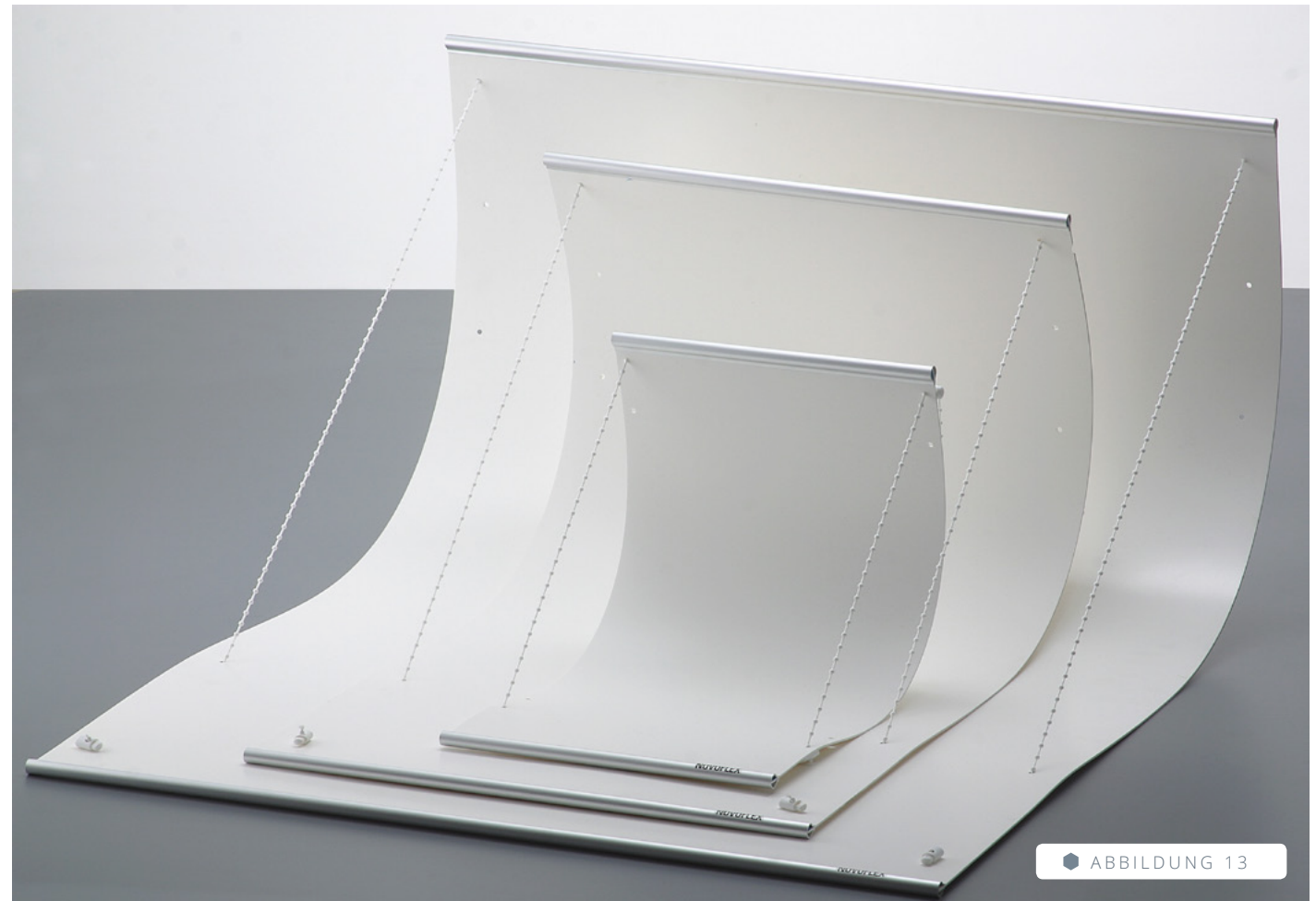
Sie wissen nun, dass es wesentlich unkomplizierter ist, als Sie vielleicht vermutet haben. Die sachlichen Darstellungen von nicht zu großen Gegenständen können Sie nun also entspannt angehen. Zumindest die Vorgehensweise ist erst einmal soweit klar: Sie müssen zunächst nicht mit speziellem Lampenequipment planen. Sollten Sie dennoch mit Fotoleuchten arbeiten, können Sie dieses Set relativ einfach als Vorlage nutzen, wie auf *Abbildung 12.9* dargestellt. Anstatt des Fensters könnte eine Leuchte mit Softbox stehen. Diese sollte jedoch mindestens 60 cm x 60 cm groß sein. Ebenso wäre es möglich, mit einer milchigen Plexiglasplatte zu arbeiten, die Sie von hinten anstrahlen. Grundlegend gilt es darauf zu achten, dass Sie die Art der Lichtquelle bei dem Weißabgleich berücksichtigen. Viele Kameras haben hier eine gut funktionierende Automatik. Aber bedenken Sie, gerade in der Produktfotografie ist eine exakte Farbwiedergabe notwendig. Vergleichen Sie kritisch die Farben und verwenden Sie am besten eine Graukarte, die Sie im entsprechenden Licht einmal mit fotografieren. Diese Karten sind relativ günstig und erlauben es, über einen neutralen Grauwert eine exakte Farbabstimmung am Computer vorzunehmen. Sollten Sie bereits etwas erfahrener sein und Ihre Bilder im RAW-Format fotografieren, ist ein Spyder-Cube (Datacolor) empfehlenswert. Ich verwende ihn, um einen perfekten Weißabgleich und gleichzeitig die bestmöglichen Kontraste im Bild festzulegen.

Für den Aufbau können Sie jede Lichtquelle nutzen, sogar eine einfache Schreibtischleuchte könnte diese Aufgabe übernehmen, wie auf *Abbildung 12.10* schematisiert.



Materialliste

Den Großteil des Materials, das Sie für Ihre ersten Produktfotografien benötigen, finden Sie bereits in Ihrem Haushalt: Als Untergrund werden häufig weiße Plakatkartons verwendet. Diese haben den Vorteil, sich hinten leicht nach oben biegen zu lassen. Damit kann eine leichte Hohlkehle angedeutet werden. Der Hintergrund verläuft gleichmäßig, ohne dass eine Kante im Bild zu sehen ist. Da es sehr viele unterschiedliche Weißtöne gibt, einige davon sogar optische Aufheller beinhalten, können bei unterschiedlichen Untergrundkartons sehr verschiedene Farben und Helligkeitsstufen auf den Bildern zu sehen sein. Wenn Sie häufiger derartige Aufnahmen fotografieren möchten, empfehle ich daher immer die Verwendung einer weißen Kunststoffplatte, die sich biegen lässt und eine neutrale Farbwiedergabe gewährleistet. Dies ist eine Investition, die sich wirklich lohnt. Die Platte lässt sich leicht sauber halten und bei Nichtgebrauch flach verstauen. Fertig gibt es solche Platten z. B. bei Novoflex unter der Produktbezeichnung „Magicstudio-Auflichtplatte“ (Abbildung 13). Je nach Größe der Objekte, die Sie fotografieren möchten, gibt es unterschiedliche Platten. Kaufen Sie lieber eine etwas größere Platte – sie wird Ihnen die Fotografie erleichtern.



Damit ist die Basis für gute Aufnahmen gelegt. Eine klare Flasche zum Halten eines weißen Blatt Papiers findet sich sicher im Haushalt, Sie können dafür ebenso eine dickere Styropor-Platte aus dem Baumarkt verwenden. Diese hat den Vorteil, sich einfach aufstellen zu lassen. Achten Sie jedoch auf eine homogene Oberfläche, die möglichst wenig Struktur aufweist. Sollten Sie glänzende Produkte fotografieren, besteht sonst die Gefahr, dass die Oberfläche der Platte unschöne Reflexionen auf dem Objekt verursacht.

Auf der *Abbildung 14* sehen Sie, was sonst noch neben meinem Set liegt. Die meisten Utensilien dienen dazu, Dinge zu befestigen. Auch kleine Holzklötzchen zum Unterlegen, Holzstäbchen, um kleine Objekte genau zu positionieren, ein Pinsel und ein Blasebalg zur Staubbekämpfung finden sich im Sammelsurium. Außerdem erkennen Sie in dem kleinen grauen Kügelchen ein echtes Profi-Hilfsmittel: Mit der sogenannten „Haftpaste“ lassen sich Dinge fixieren. Sie klebt, lässt sich rückstands-frei entfernen, fettet nicht und ist wirklich ein universeller Helfer. Es gibt wohl kein

Studio ohne „Haftpaste“, die im Internet und bei guten Fachhändlern einfach zu besorgen ist. Wundern Sie sich nicht über den Preis von etwa 20 € bis 25 € für diese „Knetmasse“. Sie hält wirklich lange und lässt sich immer wieder verwenden, ohne an Klebkraft zu verlieren.



ABBILDUNG 14

PRAXISTIPPS FÜR GUTE PRODUKTFOTOGRAFIE

Bildaufteilungen

Natürlich kennen Sie den Satz: „Weniger ist mehr“! Glauben Sie mir, ich sage ihn bei meinen Schulungen sehr häufig. Es gibt selten ein gutes Argument dafür, dasselbe Objekt mehrmals auf einem Bild abzubilden. Natürlich wäre ein Grund, unterschiedliche Größen oder Farben zu zeigen oder durch Veränderung der Position auf Details hinzuweisen. Doch je ruhiger ein Produktbild und aufgeräumter die Gestaltung ist, desto schneller ist das Bild für den Betrachter aufzunehmen. Ruhige Bilder funktionieren in der Sachfotografie besser! Wägen Sie daher ab, ob Sie Mengen zeigen oder durch reduzierte Fotografie eher die Wertigkeit des Objektes hervorheben möchten. Sie kennen dies aus der Schmuckfotografie: Hier wird wohl niemand fünf gleiche Ringe nebeneinander fotografieren, um ein so individuelles Objekt zur Massenware zu deklassieren. Anders bei Dingen, die im Set verkauft werden: Hier kann die Einzeldarstellung eher irritieren. Dabei kann ein kleines, aufgelockertes Arrangement spielerisch wirken – die strenge Anordnung erscheint schnell gewöhnlich und langweilig, wie auf *Abbildung 15.1* zu sehen:



Das Bild wirkt öde, es geht eigentlich nur um die Information, dass die Bälle orange sind.



Aufgelockert fotografiert bekommt das Bild jedoch etwas Spielerisches. Die Tischtennisbälle sind in einer Art fotografiert, wie sie in natura gut vorstellbar ist. So würden wir sie irgendwo liegend erwarten.

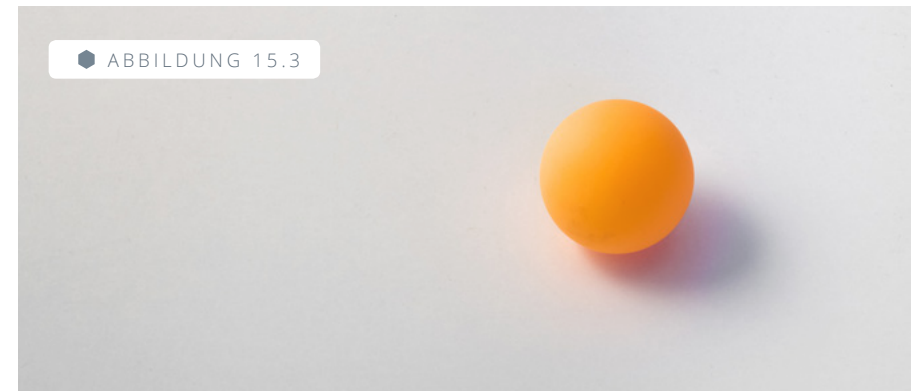


Abbildung 15.3 zeigt einen einzelnen Ball. In diesem Fall wirkt er jedoch eher langweilig – der Betrachter erwartet vielmehr eine Bewegung, die das Bild lebendig machen könnte. Das Foto transportiert so kaum Information und Emotion.

Die Blickrichtung der Objekte

In unseren Breitengraden sind wir es gewohnt, von links nach rechts zu lesen. Diese Gewohnheit übernehmen wir bei der Betrachtung von Bildern. Dies bedeutet, dass Fotografien, die in Leserichtung betrachtet werden können, in der Regel angenehmer und schneller erfassbar sind.

Aus der Personenfotografie kennen wir bestimmte Blickrichtungen: Steht eine Person rechts im Bild und schaut nach links, so schaut sie dem Betrachter entgegen, die Blicke „begegnen“ sich. Steht die Person links und schaut nach rechts aus dem Bild, so folgt sie dem Blick des Betrachters.

Auch bei Produkten kann eine solche Blickrichtung ausgemacht werden. Selbst ein Gebäckstück kann so mehr oder weniger den Betrachter ansprechen oder eher neutral wirken.

Das Gebäckstück auf *Abbildung 16.1* scheint uns anzuschauen: Es kommt dem Blick des Betrachters entgegen.

Der Betrachter von *Abbildung 16.2* könnte davon ausgehen, dass sich das Gebäckstück abwendet – es möchte

wohl nicht gegessen werden. Nachvollziehbar, für das Marketing aber fatal. Das erste Bild würde hier besser funktionieren. Deutlich wird die Wichtigkeit der genauen Motivbetrachtung: Schauen Sie sich das zu fotografierende Produkt genau an. Auf der Suche nach der richtigen Perspektive stellen Sie sich einfach vor, Sie würden rechts im Bild stehen und dem von links kommenden Betrachter das Objekt präsentieren wollen. Die Richtung, die das Produkt nun einnimmt, wird fast immer gut sein.

Generell ist allerdings zu sagen:

Sämtliche hier genannten Tipps und Regeln sind nicht als absolut zu verstehen. Sie können diese verwenden, um Ihre Bilder prüfen und optimieren zu können. Sollte Ihnen ein Bild nicht gefallen, achten Sie doch beispielsweise einmal darauf, wie das Objekt angeordnet ist oder ob das Bild Ruhe ausstrahlt. Wenn Ihnen das Bild, das entgegen dieser Regeln gestaltet ist, besser gefällt – prima! Lassen Sie es so. Regeln sollten nur der Orientierung dienen, wenn wir nicht genau wissen, was uns am Bild stört.



ABBILDUNG 16.1



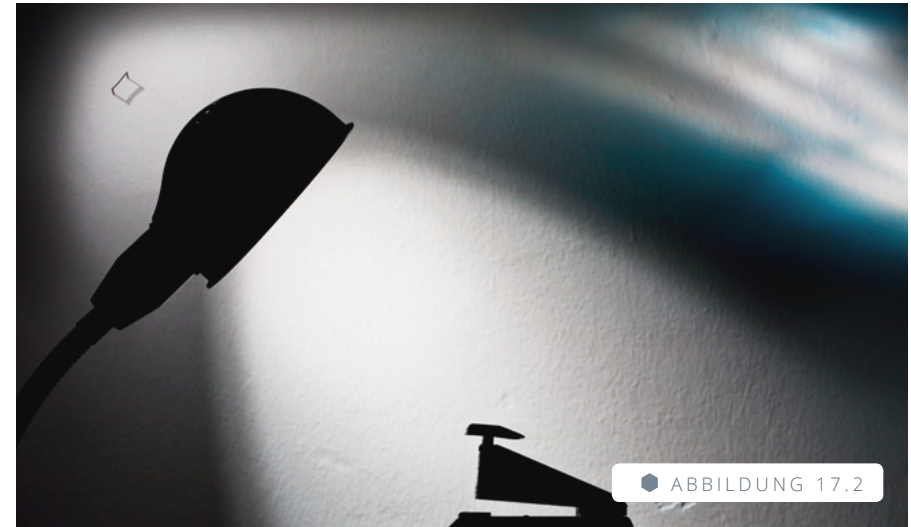
ABBILDUNG 16.2

Sach- oder Still-Life-Fotografie?

Für welchen Zweck fotografieren Sie? Dies ist immer die entscheidende Frage. Stellen Sie sich vor, ich möchte Ihnen die Schreibtischlampe aus *Abbildung 17.1* verkaufen und zeige Ihnen die Still-Life-Aufnahme auf *Abbildung 17.2*. Im besten Fall lachen Sie, weil Ihnen das Foto gefällt. Ganz sicher aber ist, dass Sie keine Information bekommen, was Sie eigentlich kaufen werden. Eine schwarze Lampe – oder ist sie vielleicht sogar grün, matt oder glänzend, mit Fuß oder zum Klemmen? Sie sehen: Informativ ist das Bild wirklich nicht, aber immerhin werden Sie den Schein der Leuchte erkennen. Er wird in der Sachaufnahme nur zu vermuten sein.



So, wie im Still-Life die Leuchte den Hefter anschaut und scheinbar schon eine kleine Geschichte erzählt, schaut in der Sachaufnahme die Leuchte zum Betrachter. In der Werbung könnte eine Kombination aus beiden Bildern gut funktionieren, neben dem dekorativen Still-Life-Bild würde die Sachaufnahme für die nötigen Informationen sorgen.



Farbe oder Schwarz-Weiß?

Es gibt immer wieder Situationen, in denen Bilder „nur“ in Schwarz-Weiß gedruckt oder abgebildet werden können. Natürlich werden Sie wahrscheinlich das Bild wie gewohnt aufnehmen: in Farbe – und es im Zweifel einem anderen überlassen, das Bild entsprechend in Schwarz-Weiß zu präsentieren. Gute Konvertierungen zeichnen sich jedoch durch ein besonderes Augenmerk auf die Tonwerte aus. Ich selbst habe es allerdings bereits erleben müssen, dass letztendlich einfach nur monochrom gedruckt wurde. Eine einfache Entsättigung jedoch reicht nicht aus, die Hell-Dunkel-Kontraste können uns einen Streich spielen. Was in Farbe noch kontrastreich und lebendig aussieht, kann in Schwarz-Weiß einfach nur grau wirken.

Drei Tassen in besonderen Farben: Was auf *Abbildung 18.1* so harmonisch wirkt, kann uns fast schon erahnen lassen, dass es sich trotz der deutlichen Farbunterschiede um ähnliche Tonwerte handelt. Eine einfache Schwarz-Weiß-Umwandlung, in der alle Farben gleichermaßen entsättigt werden, zeigt: Auf *Abbildung 18.2* ist kaum ein Hell-Dunkel-Kontrast im Bild vorhanden.



ABBILDUNG 18.1

blaue Tasse: R 0 G 66 B 127

rote Tasse: R 82 G 6 B 45

grüne Tasse: R 70 G 112 B 12

Legen Sie einfach drei Farbfelder mit den genannten Werten an und wandeln diese dann in Schwarz-Weiß um.

Was also bei Aufnahmen von einzelnen, einfarbigen Produkten kaum eine Rolle spielt, kann bei solchen Zusammenstellungen, wie hier gezeigt, zu Problemen führen. Sollten Sie in die Lage kommen, selbst Umwandlungen in SW vorzunehmen, kann ich Ihnen nur ein Bildbearbeitungsprogramm oder einen RAW-Konverter empfehlen, mit dem Sie die Helligkeitswerte der einzelnen Farben separiert beeinflussen können.

Recht häufig werde ich gefragt, wann SW-Abbildungen in der Sachfotografie sinnvoll sind. Die Antwort lautet dann meistens: „NIE.“ Es gibt sicher Abbildungen, die der reinen Wiedererkennung dienen, wie in Preislisten, Ersatzteilkatalogen etc. Hier wird oft aus Kostengründen oder weil die Farbigekeit der Abbildungen zu Missverständnissen führen kann und aus der Beschreibung die Machart eindeutig hervorgeht (zum Beispiel: Stahlschraube > Messingschraube) auf Farbe verzichtet. Die Fotografie dient hier aber nicht mehr dazu, das Produkt zu präsentieren, sie hat nur noch eine Kontrollaufgabe. Sie erreichen den Betrachter immer dann, wenn Material und Farbe eindeutig und klar zu erkennen sind... in Farbe!

So sehen Bilder im Internet gut aus

Davon ausgehend, dass Ihre Bilder bei Ihnen auf dem Monitor perfekt aussehen, möchten Sie natürlich alle anderen Betrachter im Netz ebenso beeindrucken. Dies können wir jedoch ganz sicher ausschließen. Tun Sie dennoch alles dafür – und dazu gehört, selbst zunächst an einem kalibrierten Monitor zu arbeiten. Nur so können Farben verbindlich beurteilt werden. Viele Betrachter werden später an „Büromonitoren“ sitzen, die weniger für Bilder geeignet sind. Hierauf haben Sie leider keinen Einfluss. Zudem werden die Fotos in unterschiedlichen Browsern angeschaut, die Bilder nicht gleich verarbeiten und die eingebetteten Profile in den Aufnahmen unterschiedlich interpretieren. Um sicherzugehen, dass es hier nicht zu Farbverschie-



ABBILDUNG 18.2

Als mir dieser Effekt das erste Mal begegnete, hielt ich es zunächst für einen Trick. Ich war verblüfft, wie schlecht erkennbar Hell-Dunkel-Kontraste sein können. Falls Sie über ein Bildbearbeitungsprogramm verfügen: Testen Sie diesen faszinierenden Effekt einmal aus! Die Farbwerte der Tassen lauten im RGB-Modus:



bungen kommt, speichern Sie bitte sämtliche Bilder, die für das Internet gedacht sind, im sRGB-Format ab. Dieser Farbraum wird von allen Browsern unterstützt. Mit diesen beiden Schritten haben Sie alles Mögliche getan, um Ihre Bilder so gut und so sicher wie möglich zu präsentieren.

Wie scharf muss ein Bild sein? Auf diese Frage gibt es nur eine Antwort: Sehr scharf. Arbeiten Sie mit einem Bildbearbeitungsprogramm und sind mit den unterschiedlichen Schärfungsmethoden nicht vertraut, verlassen Sie sich ruhig auf die möglichen Vorgaben bei der Entwicklung oder der Speicherung. Zum Beispiel > *für Web schärfen* oder > *für Druck schärfen*.

Ich erlebe immer wieder, dass sich unerfahrene Bildbearbeiter dazu hinreißen lassen, Bilder zu überschärfen. Das wirkt an einem alten Monitor noch ganz gut und „knackig“, am guten Monitor sehen solche Bilder nur beschädigt und fehlerhaft aus. Überschärfte Bilder wirken im Druck pixelhaft und erwecken den Eindruck, als wären die Kanten nachgezeichnet. Das Fatale daran: Der Betrachter vermutet unwillkürlich, dass dieses Bild manipuliert wurde, um etwas zu kaschieren. Wenn Sie also schärfen möchten, seien Sie bitte kritisch und hinterfragen Sie, ob die zusätzliche Schärfe notwendig ist und dem Bild wirklich guttut!

Bildbearbeitung

Auch ohne große Bildbearbeitung ergibt es Sinn, Aufnahmen am Rechner zu kontrollieren und gegebenenfalls zu bearbeiten. Damit sind nicht die aufwendige Bildbearbeitung, sondern einfache kleine Korrekturen gemeint, wie zum Beispiel die Helligkeit oder der Kontrast.

Bei gestellten Aufnahmen, womöglich auf einem weißen Untergrund, wird es schwierig sein, Licht und Kamera so perfekt einzustellen, dass keine Kontrastkorrekturen mehr nötig sind. Bei natürlichen Aufnahmen im Freien oder mit Räumen im Hintergrund fallen kleine Kontrastprobleme weniger auf. Wenn jedoch ein weißer Untergrund zu dunkel ist oder mit einem Farbstich abgebildet wird, beeinflusst dies das Bild in besonderem Maße.

Ein paar Tipps, um die Bildbearbeitung so klein wie möglich zu halten:

- 01** *Arbeiten Sie sehr penibel auf wirklich sauberen Untergründen. Spätere Retuschen und Ausfleckarbeiten sind wesentlich zeitaufwendiger als ein kurzes Putzen des Objektes und des Hintergrundes.*
- 02** *Achten Sie darauf, dass möglichst nur eine Lichtart im Raum vorherrscht. Jede Lichtart hat Ihre Farbe. Sie kennen den Unterschied zwischen Tages- und Kunstlicht. Tageslicht wirkt wesentlich blauer als das Licht einer Glühbirne oder eines Halogenstrahlers. Fotografieren Sie in einem Raum mit Tageslicht und zusätzlichem Halogenlicht, werden sich diese beiden Arten des Lichtes mit den unterschiedlichen Farbwerten (Kelvinwerte) mischen. Man spricht dann auch von Mischlicht. Im Bild werden also bläuliche und gelbliche Farbstimmungen vorkommen, die spätestens in den Bereichen, wo sie ineinander übergehen, nicht mehr auf einen Farbwert zu korrigieren sind. Dann sind wirklich sehr aufwendige Korrekturarbeiten notwendig.*
- 03** *Vermeiden Sie außerdem zu viel „Fleisch“ bei Ihren Aufnahmen. Abgesehen von der Positionierung der Objekte im Bild erlebe ich immer wieder, dass die Objekte viel zu klein eingestellt werden. Das Argument, später noch einen Ausschnitt entnehmen zu können, zieht nicht wirklich. Oder haben Sie sich deshalb eine 50-Millionen-Pixel-Kamera gekauft, um getrost Bildausschnitte definieren zu können? Versuchen Sie bereits im Sucher Ihr Bild (Größenverhältnisse und Umfeld) einzustellen. Es erspart Ihnen nicht nur spätere Arbeit, es ist einfach auch wesentlich befriedigender, gleich gut zu fotografieren.*
- 04** *Definieren Sie die Kameraeinstellungen so umfangreich wie möglich – dazu gehören eine gerade Ausrichtung und ein definierter Bildausschnitt. Alles was Sie bei der Aufnahme richtig umsetzen, muss später nicht mehr mühevoll korrigiert werden. Das penible, bewusste Arbeiten führt zudem dazu, dass Fehler im Aufbau und in der Darstellung frühzeitig erkannt werden! (siehe auch Kapitel 1)*

Wenn Sie all dies beachten, kann die nachfolgende Bearbeitung sehr minimiert werden. Wahrscheinlich können Sie auf ein „großes“ Bildbearbeitungsprogramm sogar ganz verzichten. Fast alle Kameras werden inklusive einer entsprechenden Software geliefert, mit der RAW-Files entwickelt werden können. Dieses Format gibt Ihnen dann direkt bei der Entwicklung Ihrer Daten die nötigen Korrekturmöglichkeiten, die ausreichen sollten, um gut belichtete und kontrastoptimierte Bilder zu erhalten. Auch das nachträgliche, zusätzliche Schärfen der Bilder für das Internet kann bei diesem Schritt erfolgen.

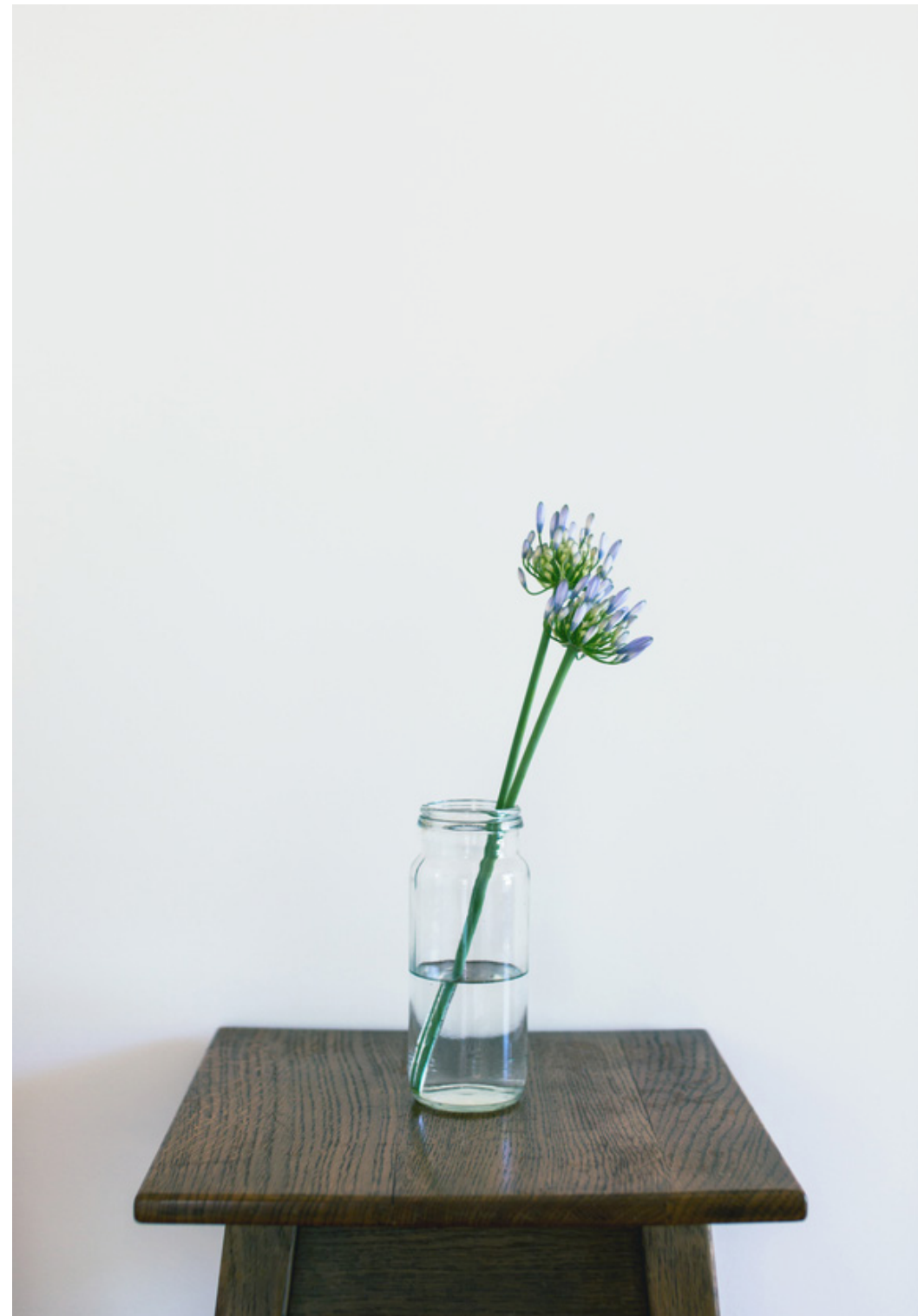


RESÜMEE

Die vorliegende Anleitung soll Ihnen die wichtigsten Tipps zum Thema „Produktfotografie“ vermitteln und einen guten Einstieg ermöglichen. Ich schöpfe dabei aus meiner über 30-jährigen Berufserfahrung als Still-Life-Fotograf und möchte Ihnen einen Einblick in die Grundzüge meiner Arbeit liefern: Den hier vorgestellten Mustersaufbau verwende ich täglich – mit ihm lassen sich fast alle Aufgaben lösen.

Natürlich werden Sie immer wieder Modifikationen vornehmen müssen. Wenn Sie jedoch darauf achten, welches Licht und welche Aufhellungen für Reflexionen und Einspiegelungen zuständig sind, kommen Sie sehr schnell zu Ihren ganz individuellen Lösungen, wie wichtige Details am besten dargestellt werden können. Ich bin sicher, bereits nach einigen Wochen Arbeit mit diesem Basis-Set werden Sie zu einem versierten Produktfotografen, der sehr schnell erkennt, wie Metall, Glas oder Kunststoffe reflektieren – und wie sich diese gut darstellen lassen. Es sind dabei immer die Grundregeln zu beachten: Alle nicht hochreflektierenden Oberflächen kann man beleuchten, durchsichtige Objekte aus Glas oder Kunststoff sollten Sie durchleuchten und reflektierende Dinge wie polierte Oberflächen oder Chrom ein-spiegeln. Das heißt, es wird zum Beispiel nur eine weiße Fläche beleuchtet, die sich dann wiederum hell in

der spiegelnden Fläche abbildet. Jedes Objekt wird dabei seine Eigenarten haben. Auch ich muss mir nach über 30 Jahren in der Produktfotografie jedes Objekt genau anschauen, um das entsprechende Licht zu finden. 85 Prozent meiner Bilder werden nur mit einer Leuchte fotografiert, danach folgen Aufhellungen und Einspiegelungen mit weißem Papier, kleinen Spiegeln oder Silberkartons. Wichtig ist, am Set mit diesen Dingen zu spielen und Lichtwirkungen zu beobachten. Dies sollte der Grundstein sein für Ihre Produktfotografie. Ich wünsche Ihnen viel Spaß und Erfolg mit Ihren Aufnahmen!



AUTOR

Eberhard Schuy, Meisterfotograf, arbeitet in Köln als selbstständiger Werbe- und Industriefotograf für internationale Kunden. Er ist Autor verschiedener Trainings und Bücher zum Thema Produktfotografie. Sein Buch „Objektfotografie im Detail“ wurde mittlerweile in mehrere Sprachen übersetzt. Als Gastdozent arbeitet er an verschiedenen Hochschulen für Design und Kommunikation.



IMPRESSUM

K - Mail Order GmbH & Co. KG
Sachsenstraße 23
75177 Pforzheim

Wenz ist eine Marke der K - Mail Order GmbH & Co. KG

www.wenz.de

BILDNACHWEISE

Cover.....© Branislav Jovanović / stocksy.com
Seite 2.....© Simone Becchetti / stocksy.com
Seite 5.....© Simone Becchetti / stocksy.com
Seite 16, 17.....© Uli Staiger/ Berlin
Seite 48© Lumina / stocksy.com
Seite 51© Jacqui Miller / stocksy.com
Seite 53© Jacqui Miller / stocksy.com

Alle restlichen Fotos.....© Eberhard Schuy