

digit!

WWW.DIGIT.DE

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

2-2026

JFM **AMJ** JAS OND



DEUTSCHLAND: 8,50 €

ÖSTERREICH: 9,50 €

SCHWEIZ: 12,00 CHF

SCHWERPUNKT

People & Portrait

EXPERTE: Caleb Ridgeway Lösungen statt Fotos | **TWILIGHT ZONE:** Sascha Hanke Weniger Pixel schieben, mehr Sinn stiften |
PORTFOLIO: Wolf-Peter Steinheißer Der Vielschichtige | **INTERVIEW:** Miriam Bettermann Aktfotografie in Zeiten von #MeToo |
SOFTWARE: Picture Instruments Die KI-Organizer | **Workflow-Software** Aftershoot, Excire Foto, Neurapix, Retouch4me |
PRAXISTEST: Nikon Die Budget-Trinitys | **Sigma 135mm:** Großartiges Bokeh | **WORKSHOP:** KI Von Assistenten und Agenten |
DIE STORY: Sylvie Blum Wilde Schönheit | **KOLUMNE:** Steib geht steil Ist Fotografie noch ein Beruf?



©Kankavee Kanjanadecha

PHOTOGRAPHY FIRST



X-T5

40,2 MEGAPIXEL | X-TRANS CMOS 5 HIGH RESOLUTION SENSOR | X-PROZESSOR 5
INTEGRIERTE BILDSTABILISIERUNG (IBIS) | PRÄZISER & SCHNELLER AUTOFOKUS

FUJIFILM-X.COM

TEAMWORK

**Tilo Gockel**→ tilo.gockel@digit.de**Michael Marczok**→ michael.marczok@digit.de**Peter Schuffelen**→ peter.schuffelen@digit.de**Stefan Steib**→ stefan.steib@digit.de**Thorsten Wulff**→ thorsten.wulff@digit.de

Alle Beiträge in digit!, die sich mit dem Thema KI und Fotografie beschäftigen, sind mit dem KI-Logo gekennzeichnet – geschrieben wurden sie selbstverständlich von (intelligenten) Menschen.

Registrieren Sie sich für unseren kostenlosen **Newsletter**, um auf dem Laufenden zu bleiben.

→ digit.de/newsletter

→ facebook.com/digit.profinmagazin
→ instagram.com/digit.profinmagazin/
→ twitter.com/digit_de

DU SOLLST DIR KEIN BILD MACHEN (LASSEN)

Immer häufiger bestimmen Algorithmen, wie fotografische Bilder entstehen und aussehen. Wo verlaufen die Grenzen digitaler Einflussnahme? Was unterscheidet KI-basierte Eingriffe in die fotografische Abbildung von den digitalen und analogen Manipulationen, die das Medium von Anfang an begleiteten? Im digitalen Zeitalter scheint alles immer und jederzeit veränderbar.

Die Manifestation von Information oder Abbildung, so wie sie in gedruckten Medien oder eben „echten“ Fotos gegeben war, ist passé. Auf TikTok begegnen mir die Helden meiner Jugend wie David Bowie in filmisch animierten Sequenzen, die nie stattgefunden haben. Und sie verwässern, ob ich will oder nicht, meine Erinnerung und mein Wissen. Was früher nur mit enormem Aufwand, wenn überhaupt, nachträglich verändert werden konnte, wird heute mit wenigen Prompts zur visuellen Realität.

In dieser digit! Ausgabe ist das Schwerpunktthema „People- & Portraitfotografie“ – und auch in dieses klassische Genre greifen die KI-Algorithmen immer tiefer ein. Mit leider verblüffenden Ergebnissen, wie Sie beim Lesen des Hefts feststellen werden. Mit wenigen Prompts wird aus zwei Handvoll Selfies ein ansehnliches Businessportrait mit hohem Wiedererkennungswert. Natürlich attraktiver als das Alltagsgesicht – aber diesen Anspruch haben auch die meisten fotografischen Portraitinszenierungen. Und der Zauber geht endlos weiter.

Seit Ende 2025 geisterte die erste KI-Schauspieler*in Tilly Norwood durch die Medien. So perfekt wie langweilig. Sollte es also einen Ehrenkodex für Portraitfotos geben, „garantiert KI-frei“? Droht der Branche eine exklusive Nische wie dem Portrait in Ölmaltechnik? Was dagegen spricht: Eine Portraitfotosession ist immer auch ein Erlebnis, ein Kennenlernen von Fotografierenden und Fotografierten. Diese Bindung geht in vollsynthetischen KI-Workflows vollkommen verloren. Und das gilt im Grunde für die allermeisten promptgesteuerten Bilder. Denn wer, bitte schön, kann voraussagen, welches Ergebnis genau eine KI-Engine hervorbringt? Bei hochwertigen KI-Bildern hängt – Referenzbilder und Prompt-Know-how hin oder her – ein Rattenschwanz an iterativen Annäherungen und Varianten dran. Und diese finden vor dem Bildschirm und nicht live im Studio statt.

Den Blickwinkel mag man nostalgisch finden. Kann sein. Mich berührt das abgegriffene Cover meiner ersten Bowie-LP („Hunky Dory“) jedenfalls deutlich mehr als der eingangs erwähnte inszenierte KI-Clip. Wie der Meister himself darüber gedacht hätte? Ich weiß es nicht. Vermutlich hätte er einen Song daraus gemacht: „Real people, false memories“.

In diesem Sinne wünsche ich eine nachdenkliche Lektüre.

Roland Franken



Foto: Tom Barnes

SZENE

- 6 **Eizo** Dauerhafte Preissenkung
Canon C2PA-konform
Sony Fotowettbewerb für Frauen
Imaging World, die Zweite
Sony Alpha 7R VI

- 7 **Canon EOS R6 V**
CEWE Photo Award 2027

- 8 **BFF** Förderpreis
Sony World Photography Awards

- 10 **TIPA World Awards 2026**

AUGENBLICK

- 12 **Warum fotografieren wir?** Ein Treffen mit Bruce Gilden

PORTRAIT

- 14 **CEWE:** Starke Frauen-Portraits

EXPERTE

- 16 **„Lösungen verkaufen statt Fotos“**
Caleb Ridgeway

BIZZ BITS

- 20 **Bizz bits** **Straßenfotografie daheim**
Karylne Wintels

TWILIGHT ZONE

- 24  **„Weniger Pixel schieben, mehr Sinn stiften“**
Sascha Hanke

PORTFOLIO

- 28 **Der Vielschichtige**
Wolf-Peter Steinheißer

INTERVIEW

- 38 **Food-Fotografie mit Menschen**
Markus Bassler

- 44 **Balance-Act: Nude-Fotografie in Zeiten von #MeToo**
Miriam Bettermann

PRAXISTEST

- 48 **Sigma 135 mm F1.4 DG ART**
Großartiges Bokeh für ausdrucksstarke Bilder

- 50 **Nikon-Trinity-Objektive:** Das Glück wartet bei ZweiAcht

SOFTWARE

- 54 **DxO:** Abo-freie RAW-Bildbearbeitung

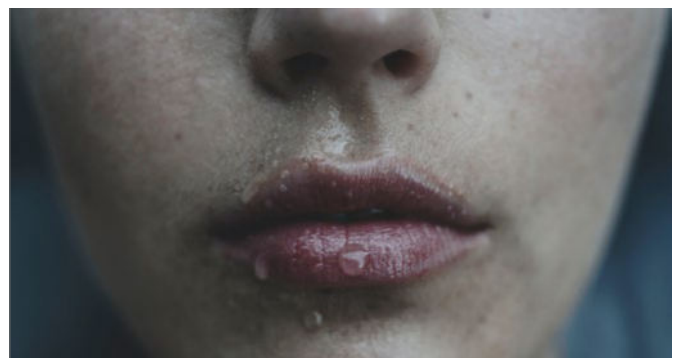
- 56  **Portraitfoto-Workflow mit KI**
Aftershoot, Excire Foto 2027, Neurapix, Retouch4me

- 60  **Die KI-Organizer**
Picture-Instruments-AI-Lab-App und
AI-Lab-UXP-PS-Plug-in



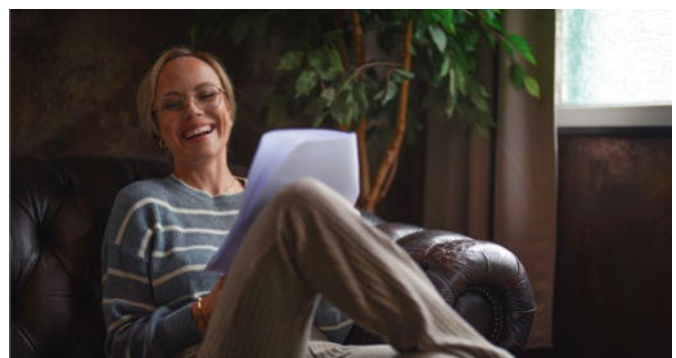
10 TIPA WORLD AWARDS 2026

Die **Technical Image Press Association (TIPA)** hat die Gewinner der World Awards 2026 bekannt gegeben.



28 PORTFOLIO

Wolf-Peter Steinheißer zieht in seinen Menschenbildern inszenatorisch und lichttechnisch alle Register.



44 INTERVIEW

Profi-Model **Miriam Bettermann** im Gespräch mit **Tilo Gockel** über das Thema Aktfotografie in #MeToo-Zeiten.



56 SOFTWARE

Workflow-Software hilft beim Auswählen und Optimieren von Portraits. **Michael Marczok** hat vier Lösungen ausprobiert.



64 WORKSHOP

Was kommt nach der „Generation Prompt“? Tilo Gockel blickt auf Agenten und Assistenten im generativen KI-Workflow.



66 DIE STORY

Sylvie Blum hat mit Helmut Newton und Jan Saudek zusammengearbeitet, ehe sie hinter die Kamera wechselte.



72 DAS PROJEKT

Jens Krauer über seine späte Liebe zur Streetfotografie und wie er beim Shooting in der Umgebung „assimiliert“.

62 SOFTWARE



Selbstversuch:
Business-Portrait mit KI

64 WORKSHOP



KI für Bildermacher (8):
Von Assistenten und Agenturen – wie sich die KI-Welt verändert

66 DIE STORY

Wilde Schönheit – Auf beiden Seiten der Kamera
Sylvie Blum

72 DAS PROJEKT

Ein Jahrzehnt zu Fuß
Jens Krauer

78 WEBSICOUT

Das Leben der anderen

80 KOLUMNE

Steib geht steil: Quo vadis – Ist Fotografie noch ein Beruf?

82 SERVICE | VORSCHAU | IMPRESSUM

Angebote für unsere Leser | Impressum



TITELFOTO

Vor der Kamera und hinter der Kamera: Die Story der Fotografin Sylvie Blum (Seite 66). | Foto: © Dr. Dee | [sylvie-blum.com](https://www.sylvie-blum.com)

VERLAG UND REDAKTION

Verlag und Herausgeber:
rough concept
Agentur und Verlag GmbH
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336

Geschäftsführer:
Roland Franken/DGPh
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:
Redaktion digit!
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336
✉ editors@digit.de

Gestaltung:
Anke Dievernich

Abonentenservice:
digit! Aboservice
Postfach 1331, 53335 Meckenheim
Tel. 02225 7085-340
Fax 02225 7085-399
✉ abo-digit@ips-d.de

Autoren dieser Ausgabe:

Tilo Gockel
Michael Marczok
Peter Schuffelen
Stefan Steib
Thorsten Wulff



digit! ist Mitglied der
Technical Image Press
Association (TIPA),
www.tipa.com

DAUERHAFT PREISSENKUNG



Eizo senkt dauerhaft die Preise für die beiden besonders gefragten Monitore ColorEdge CS2740 und ColorEdge CS2731. Mit der Preisanpassung erleichtert EIZO Kreativen den Zugang zu farbverbind-

licher Bildschirmtechnologie. Die Zielgruppe der Geräte reicht vom ambitionierten Hobbynutzer bis zu professionellen Anwendern in Fotografie, Film, Druck und Design. Die ColorEdge-CS-Serie steht für eine präzise Bilddarstellung und verlässliche Hardware, die für den täglichen, professionellen Einsatz ausgelegt ist. Sowohl der CS2740 als auch der CS2731 sind verlustfrei hardwarekalibrierbar und decken relevante Farbräume wie Adobe RGB oder P3 nahezu vollständig ab. Mit der Preissenkung trägt Eizo der wachsenden Nachfrage nach verlässlicher Farbkontrolle Rechnung und reagiert zugleich auf den wirtschaftlichen Druck, dem viele Kreative und Unternehmen derzeit ausgesetzt sind.

www.eizo.de

CANON IST C2PA-KONFORM

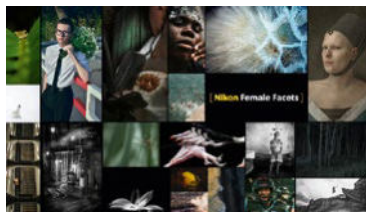


Mit dem neuen Authenticity Imaging System von Canon lassen sich Herkunft und Integrität von Fotos bereits zum Zeitpunkt der Aufnahme dokumentieren. Das System basiert auf dem internationalen C2PA-Standard (Coalition

for Content Provenance and Authenticity) und richtet sich zunächst an professionelle Nachrichtenmedien. Unterstützt werden zum Start die spiegellosen Vollformatkameras Canon EOS R1 und Canon EOS R5 Mark II, sofern die kostenpflichtige Funktion zur Bildauthentifizierung aktiviert ist. Das System ergänzt Bilddateien um sogenannte Provenienz-Daten. Dazu gehören unter anderem Aufnahmezeit, Kamerastandort, verwendete Kamera und Objektiv sowie weitere Aufnahmeeinstellungen. Diese Informationen werden digital signiert, mit Zertifikaten versehen und mit einem vertrauenswürdigen Zeitstempel versehen. So lässt sich nachweisen, ob und wie ein Bild seit der Aufnahme verändert wurde.

www.canon.de

FOTOWETTBEWERB FÜR FRAUEN



Nikon hat den Startschuss für die 2026er-Ausgabe des Nikon-Female-Facets-Fotowettbewerbs gegeben. Der Wettbewerb läuft bis zum 28. September. Bis dahin können Fotografinnen

mit insgesamt fünf Fotos in bis zu sechs Kategorien am Fotowettbewerb teilnehmen. Dies sind: Architektur & Street, Landschaft & Reisen, Makro & Still Life, People & Portrait, Tiere & Wildlife sowie Action & Sport. Mit Tanja Brandt, Marion Payr, Alexandra Evang, Heike Jasper, Alina Rudya und Kathrin Schafbauer stellt Nikon den Teilnehmerinnen weiterhin erfahrene und inspirierende Nikon-Fotografinnen und -Expertinnen als Mentorinnen zur Seite, die mit kreativen Ideen und fotografischem Know-how zum Austausch und Lernen einladen. Auch in diesem Jahr bietet die Nikon School allen Interessierten ein spannendes Kursprogramm mit Mentorinnen und weiteren talentierten Fotografinnen an.

www.mynikon.de/de/inspiration/nikon-female-facets

IMAGING WORLD, DIE ZWEITE



Die Nürnberger Imaging World geht in die zweite Runde. Mit 100 Top-Marken, spektakulären Erlebniswelten und inspirierenden

Workshops wird die Veranstaltung vom 2. bis 4. Oktober erneut zum zentralen Treffpunkt für Fotografie, Videografie und Content-Creation. Bei mehr als 100 Ausstellern und Marken können sich Besucher über die neuesten Kameras, Objektive, Drohnen, Audio- und Lichtlösungen sowie innovative Tools aus den Bereichen Foto, Video, KI, Printing und Content-Creation informieren. Auf über 12.000 Quadratmetern entsteht darüber hinaus eine interaktive Erlebniswelt mit kreativen Playgrounds, Live-Shootings, Community-Aktionen und einem umfangreichen Bühnen- und Workshopprogramm. Ein besonderes Highlight ist das umfangreiche Workshop- und Seminarprogramm mit mehr als 60 Sessions, Fotowalks und Masterclasses.

imagingworld.de

SECHSTE GENERATION DER ALPHA 7R



Mit der Sony Alpha 7R VI präsentiert Sony die neueste Generation der hochauflösenden spiegellosen Vollformatkamera. Gegenüber der Sony Alpha 7R V steigt die Auflösung von 61 auf 66,8 Megapixel mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde. Damit positioniert Sony die Alpha 7R VI als vielseitige Profi- und High-End-Kamera für Anwender, die keine Kompromisse eingehen möchten.

Hohe Auflösung für Landschaft, Architektur, Portrait- und Studiofotografie trifft auf schnelle Serienbilder und KI-gestützten Autofokus für Sport- und Wildlife-Aufnahmen. Hinzu kommen ein großer Dynamikumfang, eine verbesserte Leistung bei hohen ISO-Werten sowie umfangreiche Videofunktionen bis hin zur 8K-Aufzeichnung. Auch im Videobereich der Kamera legt Sony mit der 6. Generation nach: Die Alpha 7R VI zeichnet 8K mit bis zu 30p sowie 4K mit bis zu 120p auf. Neu in der Alpha-Serie ist eine Dual-Gain-Aufzeichnung, die das Rauschverhalten optimieren soll. Die Alpha 7R VI unterstützt Sonys „Camera Authenticity Solution“ auf Basis des C2PA-Standards.

www.sony.de

FÜR VIDEO CREATOR: CANON EOS R6 V



Canon hat mit der EOS R6 V sein spiegelloses EOS-R-Vollformatsystem um eine Kamera mit Schwerpunkt Video erweitert. Die Neuheit bietet umfangreiche Videofunktionen in einem kompakten Body ohne elektronischen Sucher. Nach der Canon EOS

R50 V mit APS-C-Sensor und der Kompaktkamera Canon PowerShot V1 ist die neue Canon EOS R6 V die erste EOS R mit dem „V“ im Namen, die einen Vollformatsensor bietet. Mit den V-Kameras spricht Canon vor allem Content-Creator an, die ihren Schwerpunkt auf Video, Vlogging, Streaming und Social-Media-Produktionen legen. Für professionelle Filmproduktionen bietet Canon parallel die Canon EOS C50 als kompakten Einstieg in das Cinema-EOS-System an, während die Canon EOS R6 Mark III als klassische Hybridkamera gleichermaßen für anspruchsvolle Foto- und Videoanwendungen konzipiert ist. EOS R6 V, EOS R6 Mark III und EOS C50 basieren dabei auf derselben Sensorplattform. Die Unterschiede liegen in Bedienkonzept, Gehäuseausstattung und Workflow. Die EOS R6 Mark III ist dabei das vielseitigste Modell des Trios und richtet sich an Fotografen und Filmer, die einen elektronischen Sucher, ein vollwertiges Hybridkonzept und eine klassische EOS-Bedienung erwarten. Die EOS R6 V verzichtet auf den Sucher, übernimmt aber wesentliche Technologien der R6 Mark III und ergänzt sie um eine deutlich stärker videofokussierte

Bedienung mit Front-Aufnahmetaste, vertikalem Stativgewinde und optimierter Benutzeroberfläche für Social-Media-Formate.

www.canon.de

CEWE PHOTO AWARD 2027



Mit dem Start des siebten CEWE Photo Awards unter dem Motto „Our world is beautiful“ lädt CEWE erneut Fotografiebegeisterte aus aller Welt dazu ein, ihre Sicht

auf die Schönheit der Welt festzuhalten. Der Wettbewerb rückt erneut die Vielfalt fotografischer Perspektiven in den Fokus – von Alltagsmomenten bis hin zu außergewöhnlichen Motiven. Über die besten Fotos entscheidet eine Jury aus erfahrenen Persönlichkeiten der Fotografie, die unterschiedliche Blickwinkel und Hintergründe in den Auswahlprozess einbringen. Fotograf Jimmy Nelson ist erstmals in der internationalen „CEWE Photo Award“-Jury vertreten. Auch die neue Kategorie „Die Welt in Abstrakt“ wird für abwechslungsreiche Impressionen im Fotowettbewerb sorgen. Der Zeitraum bis zum 31. Mai 2027 bietet Amateuren und Profis die Möglichkeit, ihre Fotos einzureichen und ihren ganz eigenen Blick auf die Welt zu teilen. Nach der großen Resonanz der vergangenen Jahre rechnet man auch dieses Mal mit einer hohen Beteiligung. Insgesamt werden 1.000 Preise im Gesamtwert von über 250.000 Euro vergeben.

contest.cewe.de/cewephotoaward2027/de_de/

Produktfotografie High-End!



- Automatisiertes, hochpräzises Focus Stacking für die Produktfotografie
- Nutzen Sie ihre vorhandenen, hervorragenden Fachkameraobjektive in einem modernen Stacking-Workflow
- Exakt steuerbare Schärfentiefe, nicht nur in einer Ebene (Scheimpflug) sondern dreidimensional
- Maximale Abbildungsleistung
- Verwendbar mit praktisch allen aktuellen Digitalkameras und Backs: Canon EOSR, Nikon Z, Sony E-Mount, Fujifilm GFX, PhaseOne und Hasselblad
- Modulares System, weiteres Zubehör in Vorbereitung

STACKPRO 1
Stackingkamera

NOVOFLEX Präzisionstechnik GmbH • Brahmstraße 7 • 87700 Memmingen

N
NOVOFLEX
Made in Germany

BFF-FÖRDERPREIS 2025/2026



Der BFF hat die besten Nachwuchsfotografen und Young Professionals des BFF-Förderpreises 2025/26 prämiert. Für die herausragenden Umsetzungen ihrer Konzepte zum Thema „Spielen“ erhielten E. Alejandro De Paoli Padilla

den 1. Preis, Malte B. Oing den 2. Preis sowie Charly Krüger und Zerina Kaps jeweils den 3. Preis. Bei E. Alejandro De Paoli Padillas Gewinnerarbeit „According to the Dice / From an Inventory of 236 Objects“ steht der fotografische Umgang mit dem gelenkten Zufall im Mittelpunkt. Malte B. Oings „Playing Birthday Games (Alone)“ ist eine performative Umsetzung einzelner Spiele, die man an Kindergeburtstagen in einer Gruppe spielt. Charly Krüger ging mit „ROSA“ der Frage nach, wie Geschlechterstereotype über Spielzeug und Spiele reproduziert werden und warum die Farbe Rosa dabei als omnipräsenter visueller weiblicher Code wiederkehrt. Zerina Kaps' Arbeit „Der schwarze Kater“ untersuchte, was passiert, wenn das große Spiel mit der Natur endet und der schwarze Kater allen gehört.

Zahlreiche junge Fotografen haben sich mit ihren Konzepten zum Thema „Spielen“ für den zum sechsten Mal vom Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter ausgelobten BFF-Förderpreis beworben. Die zwölf von einer Fachjury ausgewählten Teilnehmer entwickelten ihre Projekte über sechs Monate hinweg in engem Austausch mit ihren Mentoren. Der Preis mit seinem praxisorientierten Mentoring-Programm wird maßgeblich von WhiteWall, dem Umweltfotofestival „horizonte zingst“ und Sigma unterstützt.

Die Preisträger erhielten einen Epson-A2-Fotodrucker SureColor P900 sowie einen WhiteWall-Gutschein. Der erste Preis umfasste zusätzlich eine Leica SL2-S mit einem SL-35mm-ASPH-Objektiv, der zweite Preis das Objektiv SIGMA 28-105mm F2,8 DG DN | Art. Darüber hinaus vergab Leica einen Sonderpreis an Zerina Kaps für besondere Leistungen: eine Leica SOFORT 2 Burton Edition.

Die Vielfalt, Kreativität und handwerkliche Qualität der Arbeiten begeisterten die Jury: „Abwechslungsreicher geht es kaum, wenn zwölf Fotografen zum Thema ‚Spielen‘ losziehen: Man schluckt vor Rührung, tanzt mit, wird intellektuell herausgefordert oder kann einfach nur schallend lachen. Ein großartiges Spektrum und überraschende Arbeiten. Besonders überzeugt haben die diesjährigen prämierten Gewinner“, sagte Edda Fahrenhorst, BFF-Förderpreis-Jurorin und Kuratorin des Festivals.

Die Jury setzt sich aus Experten aus Fotografie, Kunst und Medien zusammen: Roland Breitschuh (Fotograf und BFF-Vorstand), Edda Fahrenhorst (Kuratorin Umweltfotofestival „horizonte zingst“), Theresa Gramckow (Werbeagentur brinkertlück creatives), Susanne Kastner (Art Producer & Picture Editor), Kerstin Mende (Head of Art Buying, Scholz & Friends), Robert Morat (Robert Morat Galerie), Karin Rehn-Kaufmann (Art Director & Chief Representative Leica Galleries International) und Max Strohe (Sternekoch, Tulus Lotrek).

www.bff.de

SONY WORLD PHOTOGRAPHY AWARDS

Die Sony World Photography Awards haben bei einer Galaveranstaltung in London die Gesamtgewinner 2026 bekannt gegeben. Die diesjährigen Gewinner sind:

ARCHITEKTUR & DESIGN: Joy Saha (Bangladesch) für „Homes of Haor“ • KREATIV: Citlali Fabián (Mexiko) für „Bilha, Stories of My Sisters“ • DOKUMENTATIONSPROJEKTE: Santiago Mesa (Kolumbien) für „Under the Shadow of Coca“ • UMWELT: Isadora Romero (Ecuador) für „Notes on How to Build a Forest“ • LANDSCHAFT: Dafna Talmor (Vereinigtes Königreich) für „Constructed Landscapes“ • PERSPEKTIVEN: Seungho Kim (Republik Korea) für „Sunny Side Up: Ein Porträt der durchschnittlichsten K-Erziehung von heute“ • PORTRAIT: Jean-Marc Caimi & Valentina Piccinni (Italien) für „The Faithful“ • SPORT: Todd Antony (Neuseeland) für „Buzkashi“ • STILLLEBEN: Vilma Taubo (Norwegen) für „Talking Without Speaking“ • WILDLIFE & NATUR: Will Burrard-Lucas (Vereinigtes Königreich) für „Crossing Point“.

Mit Andreas Secci (Landschaft), Marisa Reichert (Portrait) und Wolfgang Duerr (Wildlife & Natur) gehörten drei deutsche Fotografen zu den Finalisten des Wettbewerbs.

Der Titel „Photographer of the Year 2026“ wurde an Citlali Fabián für die Serie „Bilha, Stories of my Sisters“ verliehen. Fabián ist eine bildende Künstlerin aus der indigenen Gemeinschaft der Yaalteca in Mexiko. Sie lebt derzeit in London und setzt sich in ihrer Fotografie mit Fragen der Identität und deren Verbindungen zu Territorium, Migration und Gemeinschaftsbindungen auseinander.



© Citlali Fabián | Sony World Photography Awards

Der Open-Wettbewerb ist eine Hommage an die Kraft des fotografischen Bildes. Hier werden herausragende Bilder ausgewählt. Die „Open Photographer of the Year 2026“ ist Elle Leontiev (Australien). Und „Student Photographer of the Year 2026“ darf sich Jubair Ahmed Arnob (Bangladesch, Counter Foto – A Center for Visual Arts) nennen.

Die Sony World Photography Awards, die bereits zum 19. Mal stattfinden, setzen Maßstäbe für die internationale Anerkennung von Fotografie, ein unverzichtbarer Moment im globalen Kulturkalender, der die Fotografen entdeckt, feiert und würdigt, die unsere visuelle Welt prägen. Bei den diesjährigen Wettbewerben wurden über 430.000 Bilder aus mehr als 200 Ländern und Gebieten eingereicht. Jede Ausgabe der Awards rückt Geschichten und Bilder mit tiefgreifender Resonanz in den Fokus und bietet eine maßgebliche Perspektive auf die sich ständig weiterentwickelnde Kunst der Fotografie.

www.worldphoto.org/sony-world-photography-awards

TAMRON
Focus on the Future

18mm

300mm

5
year warranty

5YEARS.TAMRON.EU
REGISTER NOW FOR FREE
5 YEAR WARRANTY

18-300mm F/3.5-6.3 Di III-A VC VXD

Modell B061

Erhältlich für:

Sony E-, Fujifilm X-, Nikon Z- sowie Canon RF-Mount.

Di III-A: Für spiegellose Systemkameras mit APS-C-Sensor.



SHOP ONLINE
AUF TAMRON.DE



TIPA WORLD AWARDS 2026

Die Gewinner der TIPA World Awards 2026 stehen fest. In insgesamt 40 Kategorien hat die Technical Image Press Association (TIPA) die aus Sicht ihrer Mitglieder besten Produkte und Lösungen der Imaging-Branche ausgezeichnet, von Kameras und Objektiven über Software und Zubehör bis hin zu Druck- und Workflowlösungen.

Die Entscheidungen wurden im Rahmen der jährlichen General Assembly getroffen, die in diesem Jahr in Berlin stattfand. Neben den Arbeitssitzungen bot das Rahmenprogramm den Teilnehmern Gelegenheit zum fachlichen und kulturellen Austausch, unter anderem bei einem Besuch des Fotografiska Berlin.

Internationale Expertise aus vier Kontinenten

Die TIPA vereint führende Fachmedien aus Europa, Asien, Australien und Nordamerika. Ergänzt wird das Netzwerk durch einen Vertreter des Japan Camera Journal Press Club.

Damit fließen in die Bewertungen nicht nur technische Daten und Produkttests ein, sondern auch Erfahrungen aus sehr unterschiedlichen Märkten und Anwenderkulturen. Die Diskussionen während der General Assembly sind entsprechend intensiv: Redakteure und Publisher tauschen sich über technologische Trends, Marktveränderungen und die Entwicklung der Fachmedien aus. Dieser internationale Dialog ist ein zentraler Bestandteil der TIPA-Mitgliederversammlung und trägt wesentlich dazu bei, die Relevanz und Glaubwürdigkeit der Awards zu sichern.

Trends 2026: Hybrid, Workflow und anwenderorientiertes Design

Die TIPA World Awards 2026 spiegeln zentrale Entwicklungen der Imaging-Branche wider. Zu den wichtigsten Trends zählen:

- leistungsfähigere Sensoren und Bildprozessoren
- nochmals verbesserte Autofokus-Systeme
- die konsequente Hybrid-Ausrichtung moderner Kameras
- workflow-orientierte Lösungen für Foto, Video und Content Creation
- sowie ein klarer Fokus auf Bedienkomfort und praxisingerechtes Produktdesign

Die Auszeichnungen der TIPA reflektieren, wie die Hersteller ihre Lösungen auf die Anforderungen von professionellen Fotografen und Videografen, Fotoamateuren und Content Creator ausrichten.

Preisverleihung auf der Imaging World 2026

Die Verleihung der TIPA World Awards findet wie bereits im Vorjahr im Rahmen der Imaging World 2026 statt. Das Imaging-Festival wird vom 2. bis 4. Oktober 2026 im Messezentrum Nürnberg von Ringfoto veranstaltet.

Leserwahl: Photographers' Choice

Zusätzlich zu den Jury-Auszeichnungen lädt die TIPA auch 2026 wieder Fotografinnen und Fotografen weltweit zur Teilnahme an

den Photographers' Choice Awards ein. Leser von Fachzeitschriften und Nutzer von Online-Plattformen können ihre Favoriten in drei übergeordneten Bereichen wählen:

- Kameras und Objektive
- Zubehör und Services
- Technologie und Design

Die Abstimmung läuft seit dem 1. Mai auf der TIPA-Website. Die Ergebnisse werden ebenfalls im Rahmen der TIPA World Awards Ceremony auf der Imaging World in Nürnberg bekannt gegeben. Unter den Teilnehmern wird eine Canon-PowerShot-V1-Kamera verlost.

Eine Übersicht aller TIPA-World-Awards-2026-Gewinner und die Photographers'-Choice-Leserwahl finden sich auf tipa.com.



Oben: Die Vertreter der TIPA-Mitgliedszeitschriften trafen sich in diesem Jahr in Berlin. Im Mittelpunkt stand die Mitgliederversammlung und die Jury der TIPA-World-Awards-2026-Preisträger. | **Unten:** Zum Kulturprogramm für die Gäste aus vier Kontinenten gehörten Ausstellungsbesuche bei C/O Berlin und Fotografiska.



DIE BESTEN PRODUKTE DES JAHRES IM ÜBERBLICK



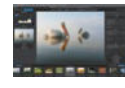
**BEST APS-C
CAMERA**
Fujifilm X-E5



**BEST MEDIUM
FORMAT CAMERA**
Hasselblad X2D II
100C



**BEST TILT/SHIFT
LENS**
TTArtisan TS 17mm
f/4.0 ASPH



**BEST RAW
PROCESSING
SOFTWARE**
DxO Photolab 9



**BEST FULL FRAME
ADVANCED CAMERA**
Nikon Z5 Mark II



**BEST FULL FRAME
WIDE-ANGLE PRIME
LENS**
Sigma 35mm F1.2
DG II | Art



**BEST SPECIALTY
LENS**
Canon RF 7-14mm
f/2.8-3.5L Fisheye
STM



**BEST AI PHOTO
EDITING SOFTWARE**
Evoto AI Photo Editor



**BEST FULL FRAME
EXPERT CAMERA**
Sony Alpha 7 V



**BEST FULL FRAME
TELEPHOTO PRIME
LENS**
Sigma 200mm f/2.0
DC Art DG OS Sports



BEST ACTIONCAM
Insta360 Go Ultra



**BEST PHOTO
MANAGEMENT
SOFTWARE**
Excire Foto 2026



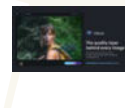
**BEST ADVANCED
COMPACT CINEMA
CAMERA**
Nikon ZR



**BEST FULL FRAME
WIDE-ANGLE ZOOM
LENS**
Tamron 16-30mm
f/2.8 Di III VXD G2



**BEST PHOTO
SMARTPHONE**
Samsung Galaxy
S26 Ultra



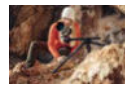
**BEST AI B2B
SOFTWARE**
Viesus AI Image
Enhancement Engine
(Cloud & Enterprise)



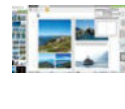
**BEST HYBRID FULL
FRAME CAMERA**
Canon EOS R6
Mark III



**BEST FULL FRAME
SUPERZOOM LENS**
Sigma 20-200mm
f/3.5-6.3 DG DN
Contemporary



BEST TRIPOD
Manfrotto
ONE Photo



**BEST PHOTOBOOK
DESIGN SOFTWARE**
Fotobuch Software
DESIGNER 3



**BEST PROFESSIONAL
CINEMA CAMERA**
Fujifilm GFX
Eterna 55



**BEST FULL FRAME
STANDARD ZOOM
LENS**
Nikkor Z 24-70mm
f/2.8 S II



**BEST PROFESSIONAL
PORTABLE FLASH**
Godox AD800 Pro



**BEST PRINTING
KIOSK & AI
SOFTWARE**
Photoaid Photo Kiosk
& AI Photo Cards



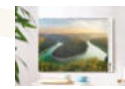
**BEST CONTENT
CREATOR CAMERA**
Canon Powershot V1



**BEST FULL FRAME
TRAVEL LENS**
Tamron 35-100mm
f/2.8 Di III VXD



**BEST PROFESSIONAL
PHOTO/VIDEO
MONITOR**
BenQ PD2770U



**BEST PHOTO
SERVICE**
CeWe
Wall Calendar



**BEST APS-C
COMPACT CAMERA**
Ricoh GR IV



**BEST FULL FRAME TELE-
PHOTO ZOOM LENS**
Sony FE 50-150mm
f/2 G Master



**BEST LARGE FORMAT
PRINTER**
Epson Surecolor
P7370/P9370



BEST PHOTO BOOK
CeWe Photobook
with memory
compartment



**BEST RANGEFINDER-
STYLE CAMERA**
Leica M EV1



BEST MACRO LENS
Sony FE 100mm F2.8
Macro GM OSS



**BEST AI PROFESSIO-
NAL WORKFLOW
SOFTWARE**
Aftershoot AI Profiles



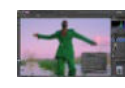
**BEST PROFESSIONAL
PRINTING APP**
CeWe Online
Direct 2.0



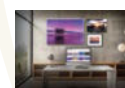
**BEST PROFESSIONAL
FIXED LENS CAMERA**
Sony DSC-RX1R III



**BEST ULTRA
MACRO LENS**
Laowa FF 1-5x & 5-10x
ULTRA MACRO APO



**BEST EXPERT PHOTO
EDITING SOFTWARE**
Canva Affinity



**BEST PHOTOLAB
SERVICE**
Whitewall Shopify
Lab Connection

WARUM FOTO-GRAFIEREN WIR?

Ein Treffen mit Bruce Gilden.
Von Thorsten Wulff

Die schlechte Nachricht zuerst: Es gibt keine Marzipan-Aale mehr. Bei Portraitterminen habe ich Marzipan dabei, meist die kleinen roten Herzen. Zu Interviews brachte ich gerne diese Aale aus Lübeck mit, Marzipan umhüllt von schwarzer Schokolade, verpackt in einer authentischen Holzkiste. Bruce Willis, Christo, Elliott Erwitt oder Frank-Walter Steinmeier bekamen so einen Aal. Für Bruce Gilden konnte ich jetzt keinen besorgen, die Holzkisten wurden Niederegger zu teuer. Stattdessen brachte ich ihm ein Foto mit.

Nichts an Gilden verrät seine 79 Jahre. Supragil und leicht ungestüm ist er auf seinen blauen New Balance 992 unterwegs, so als wenn er direkt losfotografieren will. Bekanntgeworden mit Straßenportraits aus New York, rechts am Auge die Leica M4 mit 28-mm-Optik und verkabeltem Elektronenblitz in der linken Hand fotografierte er Passanten die Avenues rauf und runter. Die Idee zum Blitzen kam Bruce, der sich als wenig technikaffin beschreibt, durch die unberechenbaren Lichtwechsel der New Yorker Straßenschluchten. Gleichzeitig half ihm das Blitzlicht, die Energie und Aufregung der Stadt einzufangen.

Der Look wurde sein Markenzeichen. Gilden sagt, dass man nicht vierzig Jahre dasselbe fotografieren kann, ohne dass die Bilder langweilig werden. In aktuellen Arbeiten wie dem „American Made“-Zyklus hat er die klassische Leica M gegen die wuchtige S getauscht. In Orten wie Columbus, Ohio, streift er mit einem den Blitz haltenden Assistenten durch heruntergekommene Nachbarschaften und fotografiert den gesellschaftlichen Bodensatz. Junkies, Alkoholiker und Prostituierte werden im Gegensatz zu seinen New Yorker Streifzügen angesprochen und um Erlaubnis gebeten. Die Allermeisten stimmen zu, halten still und werden digital farbig mit jeder Wunde und Narbe und leuchtender Iris hochaufgelöst von Gilden



Portrait in dunkler Ecke: Bruce Gilden fotografiert im April 2026, Berlin.
Fujifilm X-Pro 2, 16(24)/1,4, ISO 3.200, f1,4, 1/60 Sekunde.

dokumentiert. Ähnlich wie Richard Avedon, der seine hölzerne Großbildkamera durch den amerikanischen Westen schleppte, dokumentiert Bruce das untere Drittel der Gesellschaft, mit unbarmherziger Schärfe und Ausleuchtung.

Bruce Gilden stammt aus Brooklyn und aus weniger gutem Hause. Der Vater war Gangster, häufig gab es Reibereien. Als Bruce am Ende seiner verkürzten Schullaufbahn Laster im väterlichen Schrotthandel fuhr, ging das nicht lange gut. Es folgten vier Jahre als Taxifahrer. Gleichzeitig besuchte Bruce die New Yorker Museen, entwickelte eine Vorliebe für Impressionisten und begann, zu fotografieren. Seine frühen Vorbilder waren Cartier-Bresson, den er auf ersten Reisen nach Europa imitierte, die von ihm bewunderte Lisette Model oder William Klein (den er allerdings seit einem Streit nicht mehr

mag). Gilden sagt, negative Energie treibe ihn zu Höchstleistungen an, was er dem Einfluss seines Vaters zuschreibt.

Seine fotografische Ausbildung bekam Bruce aus dem Abo der Fotozeitung „Camera Magazine“, die er als seine Bibel bezeichnete. Er wartete jeden Monat gespannt auf die nächste Ausgabe im Briefkasten. Seine erste größere Fotogeschichte fotografierte er im Laufe mehrerer Sommer am Strand Coney Islands. Hier stapfte er mit Armeejacke und Arbeitstiefeln (er kann Flipflops nicht ausstehen) durch den Sand und erregte dennoch kaum Aufsehen. Seine fertige Arbeit zeigte er damals nicht groß herum, aus Furcht jemand könnte seine Ideen kopieren.

Der Besuch der Ausstellung „New Japanese Photography“ im MoMA entfachte ein dauerhaftes Interesse an Japan in Bruce,

dem er 1995 schließlich folgte. Mit Frau, Tochter und haufenweise Kodak Tri-X landete er in Tokio, ohne ein Wort Japanisch zu sprechen. Sechs Monate blieb er, finanziert von einem französischen Stipendium. Nachdem Bruce sich durch die freundlichen Schichten der japanischen Gesellschaft gearbeitet hatte, entdeckte er den schmutzigen Sanya-Distrikt Tokios. Hier entstanden seine ikonischen Portraits des japanischen Gangsterlebens im Reich der Yakuza. Und er verbrachte Zeit mit den japanischen Fotografen, deren Arbeit ihn begeisterte: Shōmei Tōmatsu, der Japan durch die schwierige Phase der amerikanischen Besatzung und des damit verbundenen rapiden gesellschaftlichen Wandels als Chronist begleitet hatte, Eikō Hosoe und Daidō Moriyama.

Das Berliner Fotografiska zeigt Bruce Gilden unter dem Titel „Why These?“ bis zum 23. August 2026. Wir begegneten uns zur Eröffnung der Ausstellung. Im Sommer 1987 war ich zum ersten Mal in New York und fotografierte die Stadt in Kodak-Schwarzweiß. Viele Motive dieses Sommers sind über die Jahre bei mir geblieben, wie auch das Bild, was ich an der Ecke 6th Avenue und 57th Street vor Wolf's Delicatessen aufnahm. Ein Paar lief mir direkt vor die Kamera, die Frau mit frisch verbundenem Auge strahlte eine große Verletzlichkeit aus. Gleichzeitig macht das Bild Hoffnung, sie hakt sich bei ihrem Begleiter unter. Klick. Ich habe nur ein Bild gemacht, mit dem 24 Millimeter. Diesen Print, Ilfospeed 24x30, Gradation 3, habe ich für Gilden dabei. „Dieses Bild hatte ich vor 39 Jahren für dich gemacht“, sagte ich ihm, halb im Scherz.

Solche Momente bergen immer ein gewisses Restrisiko. Bruce Gilden ist ein harter Kerl und teilt beim Kritisieren von Fotos auch gerne mal aus. Was ist, wenn er mein Bild als belanglos abtut?

Ich habe Glück. Er sah sich das Bild an, lachte und sagte: „Not bad“. Mehr kann man nicht verlangen. Natürlich möchte ich noch ein Bild von ihm machen, ich zeige ihm die X-Pro 2 mit dem 16/1,4. Auch wenn ich ihn nicht anblitze, wird es ein Weitwinkelportrait. Wir stehen im Dunkeln vor einer strukturierten Wand, die Fuji schafft hier mit ISO 3.200 eine solide Sechzigstel.

Ich machte zwei, drei Bilder, das reicht. Das ist ziemlich gut gelaufen. Manchmal überkommen mich Zweifel, ob der große Stellenwert, den die Fotografie seit Jahrzehnten in meinem Leben einnimmt, ge-



Eine Geschichte zweier Weitwinkel:
die Nikon F3 mit dem 24er, die Fujifilm X-Pro 2 mit dem APS-C-16er.

rechtfertigt ist. Im letzten August starb mein Freund Volkmar Bendig, dessen Portraits mir vor 40 Jahren bewiesen, dass ich Menschen fotografieren kann ... Die New-York-Fotos von 1987 sind ähnlich wichtig für mich; in diesen alten Bildern steckt sehr viel von dem, was mich immer noch täglich zur Kamera greifen lässt. Ich frage Bruce nach seiner Motivation, mit

79 Jahren immer noch rauszugehen und Bilder zu machen. Er antwortet mit einem Zitat Shōmei Tōmatsus:

„Und hätte ich sieben Leben, jedesmal wäre ich Fotograf!“

Wir lachen, Bruce bricht auf, mein Bild unter dem Arm.



Begegnung vor Wolf's Deli, Sommer 1987:
Nikon F3, Nikkor 24/2,8 und Kodak-T-Max-400-Film.

STARKE FRAUEN-PORTRAITS

Bei manchen Fotos reicht ein einziger Blick, um ein ganz starkes Gefühl zu wecken: Das Motiv, die Person oder die Stimmung – ein bestimmtes Detail fasziniert so stark, dass es die ganze Aufmerksamkeit des Betrachters beansprucht. Marta Urbanelis nennt diesen Augenblick den „magischen Moment“. Für CEWE hat die Bremer Fotografin am Beispiel von starken Frauen-Portraits zusammengefasst, wie sie in ihrer Arbeit diesen „magischen Moment“ erzeugt.

Das Shooting beginnt genau in der Sekunde, in der das Model das Studio betritt. Ein warmer Tee, schöne Musik und aufrichtiges Interesse geben ihrem Gast das Gefühl, willkommen zu sein. Das ist wichtig, denn offene Kommunikation und Vertrauen sind die Basis für ein gutes Ergebnis. Versuchen Sie, die Frau kennenzulernen, die Sie porträtieren möchten. Erzeugen Sie Emotionen, indem Sie persönliche Fragen stellen – und Gemeinsamkeiten herausfinden. So erhalten Sie Zugang zur Persönlichkeit Ihres Models und können versuchen, diese fotografisch festzuhalten. Denn ein Portrait-Shooting ist immer auch ein Dialog zwischen Fotograf und Model.

Take it easy!

Wenn Sie sich erst seit Kurzem für Portraitfotografie interessieren, kommt Ihnen das Gefühl der Unsicherheit vielleicht bekannt vor. Aber keine Sorge: „Keep it simple!“ Gerade zu Beginn versuchen viele Fotografen, mit schrillen Requisiten und auffälligen Locations zu punkten. Mein Tipp: Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche. Und das ist die Frau, die vor Ihrer Linse steht. Überladene Hintergründe sorgen zwar für Aufmerksamkeit, lenken aber vom Gesicht des Models ab. Dabei sind die Geschichten, die das Gesicht einer Frau erzählen kann, unendlich und wunderschön. Fühlen Sie sich beim



Das Fenster zur Seele: Starke Augen erzählen starke Geschichten – nutzen Sie das für Ihr Portrait-Shooting.

Bildaufbau unsicher und wissen Sie nicht, worauf Sie bei der Location achten sollen? Dann folgen Sie meiner simplen Regel: Weniger ist mehr. Ihr Modell ist das Wichtigste auf dem Bild. Darum versuchen Sie erst einmal alles, was davon ablenkt, zu minimieren: Pflanzen, die „aus dem Kopf wachsen“, Steckdosen, die neben dem Ohr blinken, überladene Hintergründe, die dem Foto keinen Mehrwert bringen – weg mit alledem.

Perfect Imperfection

Die Schönheit liegt in der Perfektion? Das finde ich nicht. Wenn man die vermeintlichen Fehler und natürlichen Makel bei sich selbst und seinem Gegenüber akzeptiert, eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten. Und zwar auch für das Portrait-Shooting! Ein perfektes Portrait, das ein perfektes Gesicht zeigt, wirkt auf mich unnahbar – und manchmal auch einfach langweilig. Unvollkommenheit bedeutet hingegen auch immer Einzigartigkeit. Und das ist zufällig einer der wichtigsten Aspekte in der Fotografie. Was für das Model gilt, ist auch für Sie als Fotograf wichtig: Dreck auf der Linse, gezielter Out-of-Focus-Stil oder bewusste Bewegungsunschärfe sorgen für Resultate, die vielleicht nicht perfekt, aber eben auch nicht austauschbar sind. Sondern einmalig.

The Right Light

Was hingegen perfekt sein darf, vielleicht sogar muss, ist das Licht. Für mich ist das richtige Licht das A und O für ein perfektes Portraitfoto. Denn nur mit dem richti-

STARKE FRAUEN-PORTRAITS ALS WANDSCHMUCK

Wandbilder bringen mit wenig Aufwand eine neue Stimmung in den Raum. Bei CEWE lassen sich persönliche Motive je nach Wohnstil als Fotoleinwand, Premium-Poster oder Foto auf Acrylglas-Direktdruck gestalten. Während die Fotoleinwand warm und wohnlich wirkt, lässt sich das Premium-Poster vielseitig kombinieren. Das Foto auf Acrylglas-Direktdruck bringt Farben und Details besonders brillant zur Geltung.

- Fotoleinwand, ab 17,99 € (www.cewe.de/wandbilder/foto-auf-leinwand.html)
- Premium-Poster, ab 4,99 € (www.cewe.de/wandbilder/poster.html)
- Foto auf Acrylglas-Direktdruck, ab 24,99 € (www.cewe.de/wandbilder/acrylglas-direktdruck.html)

gen Licht lässt sich eine bestimmte Stimmung erzeugen – dramatisch oder leicht, kontrastreich oder moody. Aus diesem Grund beginne ich jedes Shooting damit, mich auf die Suche nach den bestmöglichen Lichtverhältnissen zu machen.

Für Beauty-Portraits eignet sich weiches Licht besser als hartes, da es den gleichen Effekt wie ein Weichzeichner-Filter hat: Die Haut wirkt glatter, Augenringe werden verringert und Unreinheiten kaschiert. Stellen Sie das Modell in kein direktes Licht und nicht in die direkte Sonne. Eine gute Hilfe ist eine Softbox, die als Zubehör erhältlich ist. Oder Sie warten beim Outdoor-Shooting auf Wolken oder hängen in Innenräumen weiße, transparente Tücher vor die Fenster.

Eye Control

Schauen Sie Ihrem Model direkt in die Augen! Eine starke Augenpartie erweckt jedes Portrait sofort zum Leben. Sie ist ein wichtiges Element, weil sie uns dabei hilft, Gesichter zu lesen und zu verstehen. Ein Portrait, das klare und ausdrucksstarke Augen zeigt, wirkt lebendig. Und viel intensiver! Die Augen sind der Blickfang für alle, die das Foto am Ende betrachten. Und führen zu dem Bedürfnis, das ganze Gesicht erforschen zu wollen – das größte Kompliment für gute Arbeit.

Focus on the Focus

In der Fotografie gibt es bestimmte Regeln. Aber ich finde, dass der Spaß erst dann beginnt, wenn man anfängt, diese Regeln zu brechen: Experimentieren Sie doch einfach mal mit dem Fokus. Fokussieren Sie Hände und Arme Ihres Models manuell, sodass das Gesicht im Hintergrund unscharf zu erkennen ist. Diese Art zu fotografieren, erzeugt eine besondere Atmosphäre, die sich von perfekt fokus-

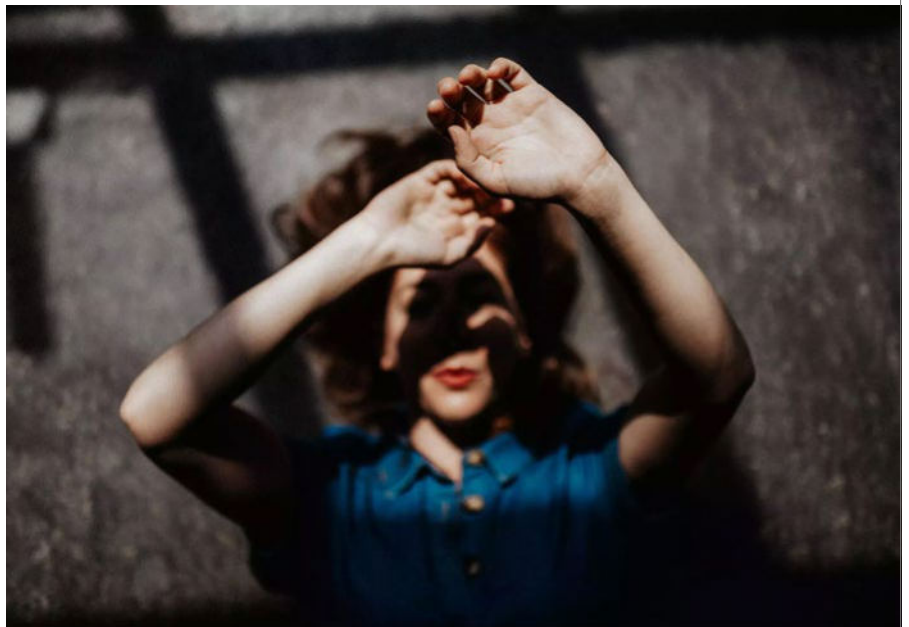
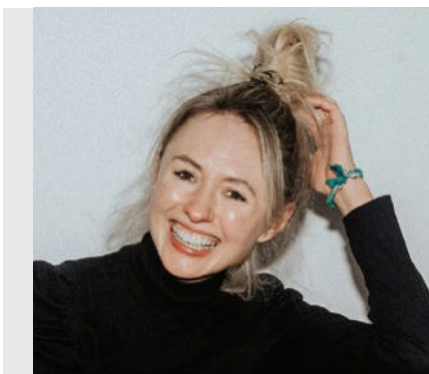


Bild oben: schlichte Location, keine Accessoires – nur das Model sollte im Fokus Ihres Interesses und Ihrer Linse stehen, das reicht vollkommen. Bild unten: Tiefenschärfe als Hilfsmittel. Indem Sie das Gesicht nicht komplett zeigen, lenken Sie die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Detail.

sierten Motiven abhebt. Spielen Sie mit der Tiefenschärfe, um bestimmte Aspekte des Gesichts hervorzuheben: die Augen,

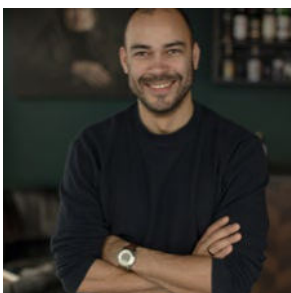
den Mund oder ein anderes Detail. Es funktioniert!

www.cewe.de



MARTA URBANELIS steht für eine authentische Spielart der Fotografie und Hochzeitsreportagen. Die studierte Grafikdesignerin und Wahl-Bremerin liebt außerdem Hunde, Sommerregen, Barfußlaufen, Ukelele spielen und kleine Cafés in großen Städten. Auf ihrer Homepage schreibt sie über sich selbst: „Ich verkaufe keine Fotos. Ich erzähle eure Geschichten, die aus kleinen und großen Momenten bestehen. Ich fotografiere nicht. Ich male mit Licht, Schatten, eurem Lächeln und meiner Leidenschaft.“

martaurbanelis.com



„LÖSUNGEN VERKAUFEN STATT FOTOS“

Businessfotograf und bpp-Geschäftsführer Caleb Ridgeway über Preis- und Vermarktungsstrategien, technische und ästhetische Trends, den Wert von Business-Coachings und den Einsatz von KI in der Portraitfotografie. Text: [Peter Schuffelen](#)

■ Herr Ridgeway, wie hat sich der Portraitmarkt in den letzten Jahren verändert?

Caleb Ridgeway: Der Markt ist in den letzten zehn Jahren deutlich anspruchsvoller geworden. Im Privatkundenbereich nimmt der Grad der Spezialisierung weiter zu. Auch im Corporate-Bereich geht es viel stärker um die richtige Positionierung und um strategische Kommunikation: Unternehmen fragen nicht mehr einfach nach guten Portraits, sondern danach, was das Bild später leisten kann.

■ Und wie entwickeln sich die Preise?

CR: Die Kunden sind bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn sie einen klaren Mehrwert erkennen.

■ Tatsächlich?

CR: Ja, das ist so, vorausgesetzt professionelle Fotografen und Fotografinnen können glaubhaft vermitteln, dass sie einen echten Mehrwert bieten. Allerdings beobachten wir altersspezifi-

sche Unterschiede beim Thema Preisgestaltung. Insbesondere jüngere Fotografen treten diesbezüglich heute deutlich selbstbewusster auf. Vielen älteren Kollegen fallen positive Preisanpassungen um 100, 200 oder mehr Prozent oft schwerer. Ich selbst habe diesbezüglich eine steile Lernkurve hingelegt.

! Was meinen Sie damit?

CR: Ich habe früher Bewerbungsbilder für 29 Euro angeboten, heute liege ich bei Bewerbungs-Shootings im Schnitt bei etwa 600 Euro.

! Wie haben Sie das geschafft?

CR: Im Wesentlichen durch drei Dinge. Zum einen habe ich begriffen, worum es Bewerbungsportrait-Kunden wirklich geht. Es geht nicht um gute Fotos, sondern um den besseren Job, den sie mit diesen Fotos bekommen möchten. Wenn ich als Fotograf deutlich machen kann, dass ich meinen Kunden in diesem Punkt weiterhelfen kann, tritt die Preisfrage in den Hintergrund: 600 Euro amortisieren sich angesichts eines besseren Gehalts im neuen Job binnen weniger Monate. Basierend auf dieser Erkenntnis biete ich zweitens Komplettlösungen an. Bei Bewerbungsbildern verkaufe ich zum Beispiel nicht nur Fotos. Ich stelle meinen Kunden kostenlos Bewerbungsvorlagen zur Verfügung, unterstütze sie auf Wunsch beim Aufbau einer Bewerbungswebsite und produziere Vorstellungsvideos oder Reels für sie. Kunden kaufen keine Bilder. Kunden kaufen das Ergebnis, das die Bilder für sie erzeugen.

Nicht selten bewerben sich meine Kunden auf unterschiedliche Jobs parallel, dann brauchen sie mehrere Bildvarianten. Ich kann ihnen größere Pakete verkaufen, weil diese die Erfolgsaussichten erhöhen. Und drittens bin ich dem Rat eines Business-Coachs gefolgt, habe meine Preisgestaltung komplett neu gedacht und deutlich angehoben und bin damit gut gefahren. Schon allein wegen dieser Erfahrung würde ich jedem Kollegen, der beruflich weiterkommen möchte, empfehlen, über ein Coaching nachzudenken. Man kann dort Dinge lernen, die man in der Ausbildung eben nicht lernt.

! Sind Coachings nicht ziemlich kostspielig, gerade im Vergleich zu Webinaren?



CR: Definitiv. Ich habe seit der Pandemie Zehntausende Euro für Coachings und Weiterbildungen ausgegeben. Viel Geld, zugegeben. Mein Business hat sich dadurch aber auch um 180 Grad zum Positiven gedreht. Wichtig ist es aber, genau hinzuschauen, ehe man sich entscheidet, denn natürlich gibt es auch schwarze Schafe. Das erste Coaching, das ich absolviert habe, hat mir keinen einzigen Neukunden gebracht. Ein guter Coach sollte aus meiner Sicht nachweisen können, dass er auch als Fotograf erfolgreich ist. Das ist das beste Indiz dafür, dass seine Methoden funktionieren. >>>



Best-Practice-Beispiele von bpp-Mitgliedern aus den Kategorien *Creative People* (Sandra Schönwald, oben links auf dieser Seite) sowie *(Business-)Portrait* (Caleb Ridgeway, alle anderen Bilder auf dieser Doppelseite).



Arbeiten von bpp-Mitgliedern aus den Kategorien *Wedding* (Dorit Schulze, oben) sowie *Creative People* (Anna Leste-Matzen, unten).

>>>

! Apropos Pandemie: Hat sich der Markt seit den Lockdowns verändert?

CR: Auf jeden Fall. Viele Portrait-Kunden vergleichen heute intensiver, bevor sie buchen. Früher kamen Menschen oft direkt ins Studio. Heute findet die erste Entscheidung online statt. Das hat zur Folge, dass ich als Fotograf mehr in Sichtbarkeit investieren muss. Die eigene Website regelmäßig zu aktualisieren, ist beispielsweise ein wichtiges SEO-Thema. Websites sollten regelmäßig aktualisiert werden. Dazu gehören neue Referenzen, aktuelle Projekte, Inhalte und regelmäßig neue Bilder. Außerdem gilt es, herauszufinden, wo die eigene Zielgruppe unterwegs ist. Einige bpp-Mitglieder generieren fast alle Aufträge über Instagram, bei mir funktioniert LinkedIn deutlich besser. Eine aktive Akquise ist ebenfalls wichtiger geworden, etwa über Social Media, Netzwerke oder eine direkte Kundenansprache.

! Welche Fähigkeiten müssen Portraitfotografen heute mitbringen, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein?

CR: Viele Fotografen denken noch zu stark aus dem Bestandsgeschäft und ihrer eigenen Perspektive heraus. Entscheidend ist aber die Frage: Welches Problem löse ich für meinen Kunden? Das betrifft auch das Thema Video. Aus meinem eigenen Bereich weiß ich: Viele Business-Kunden fragen heute selbstverständlich nach Imagefilmen oder Content-Paketen für Social Media. Das gibt Fotografen die Möglichkeit, Unternehmen Retainer-Modelle oder monatliche Abos anzubieten und so wiederkehrende Umsätze zu generieren.

! Semiprofessionelle Mitbewerber können ihre Dienste zu deutlich niedrigeren Preisen anbieten, dank verzeihenderameratechnik oft in guter Bildqualität. Wie reagieren?

CR: Die Technik ist heute nicht mehr das Entscheidende. Anatomisch korrekte Bilder kann inzwischen jeder machen, das allein reicht aber nicht. Gute Fotografie bedeutet, subtile Dinge sichtbar machen zu können: eine spezifische Körpersprache, die Persönlichkeit und Ausstrahlung eines Menschen etwa. Dafür braucht es aber jahrelange Erfahrung und Menschenkenntnis. Ich muss verstehen, wer da vor mir sitzt: Worüber lacht dieser Mensch? Wie kleidet er sich? Wie möchte er wahrgenommen werden? Welche beruflichen Ziele verfolgt er? Wenn man nur etwas Austauschbares verkauft, entscheidet am Ende der

Preis. Sobald man aber Ergebnisse liefert, die der Kunde oder ein semiprofessionell arbeitender Fotograf nicht erzeugen können, verändert das die Diskussion komplett. Gerade deshalb gewinnen Netzwerke und Communitys wie der bpp zunehmend an Bedeutung. Viele Herausforderungen lassen sich gemeinsam deutlich schneller lösen als allein.

! Welche Bildästhetiken sind aktuell gefragt?

CR: Authentizität ist momentan einer der wichtigsten Faktoren. Viele Kunden möchten weg von überinszenierten Bildern hin zu natürlicheren Shootings und Reportage-Charakter. Wenn es um Content für Social Media geht, sind selbst im Corporate-Bereich Bilder gefragt, die spontaner und im Zweifel weniger perfekt wirken. Aktuell scheint der Trend zudem in Richtung Mischlicht und mutigere Perspektiven zu gehen. Viele Fotografen arbeiten derzeit mit Weitwinkeloptiken oder ungewöhnlichen Blickwinkeln, um Aufmerksamkeit zu generieren. Möglicherweise wird dieser Trend auch durch KI-basierte Bildästhetiken beflügelt.

! Verändert die KI die Portraitfotografie?

CR: KI verändert vor allem die Arbeitsprozesse. Tools wie Evoto sind für die Bildbearbeitung ein absoluter Gamechanger. Auch in Sachen Marketing oder E-Mail-Kommunikation macht der Einsatz von KI einen großen Unterschied. Der große Vorteil liegt in der Geschwindigkeit. Wenn ich auf Anfragen binnen Sekunden mit maßgeschneiderten Angeboten reagieren und Bilder extrem schnell bearbeiten und dem Kunden zurückschicken kann, ist das ein echter Wettbewerbsvorteil. Viele Fotografen haben aber noch Respekt vor der KI. Genau hier leisten Organisationen wie der bpp bereits wichtige Aufklärungsarbeit und helfen dabei, Chancen und Risiken realistisch einzuordnen.

! Gibt es Bereiche, in denen Sie den Einsatz von KI kritisch sehen?

CR: Ja, definitiv. Gerade bei hochrangigen Businesskunden spielt Vertrauen eine enorme Rolle. Wenn ich hier erkennbar KI-generierte Bilder oder Avatare einsetze, kann dieses Vertrauen schnell beschädigt werden.



Was kann das Bild für mich leisten? So lautet die Kernfrage der Kunden, sagt Businessportrait-Experte Caleb Ridgeway, von dem diese beiden Bildbeispiele stammen.

! Spielen denn Digital Twins, so wie sie beispielsweise in der Modelfotografie eingesetzt werden, eine Rolle?

CR: Nein, das ist aktuell noch zu aufwändig, zudem stellt sich die Frage: Wie nachhaltig ist das? Ein CEO ist vielleicht nach zwei Jahren gar nicht mehr im Unternehmen. Vor diesem Hintergrund ist ein klassisches Shooting sicherlich die zielführendere Lösung im Vergleich zu (noch) sehr teuren Avataren.

CALEB RIDGEWAY ist ausgebildeter Fotograf und Ausbilder im Fotografenhandwerk. Als Inhaber und Fotograf des Unternehmens *Hy Image* hat er sich auf Businessportraits spezialisiert. Anfang 2025 übernahm das langjährige bpp-Mitglied zusammen mit Sebastian Weißmann die Geschäftsführung des bpp (bund professioneller portraitfotografen). Ridgeway spricht u. a. im hauseigenen *bpp Creativity Podcast* regelmäßig über das Fotobusiness.

📧 bpp.photography | 🌐 hyimage.de



Wintels findet in Singapur zur Streetphotography ...

STRASSENFOTOGRAPHIE DAHEIM

Unter dem Namen „A day in the life“ verbindet die niederländische Street-Fotografin Karlynn Wintels Familienfotografie mit Storytelling. Das Ergebnis sind authentisch-ungestellte Bilder, die nachhallen. **Von Peter Schuffelen**

Darum geht's

Karlynn Wintels Geschichte ähnelt der vieler fotografischer Quereinsteiger. Und wie so häufig, wenn es um berufliche Neuorientierungen geht, war die Covid-Pandemie dabei ein Katalysator. 2020 lebt die junge Niederländerin in Singapur, sie ist gerade zum zweiten Mal Mutter geworden und arbeitet im Büro eines Modeeinzelhandelsgeschäfts. Sie nimmt eine Mutterschaftsauszeit, direkt darauf folgt der Pandemie-Lockdown – und sie verliert ihren Job. Wintels, die sich schon immer für Fotografie begeistert hat, entschließt sich, einen einjährigen Fotokurs zu absolvieren und lernt dort viel über die richtige Aufnahmetechnik. Die kreative Praxis sucht und findet sie in den Straßen Singapurs.

Das ist ihr Weg zur Streetphotography, ein Genre, das sie schon fasziniert hatte, als sie den Begriff noch gar nicht kannte.

Wintels lernt die „Women in Street“-Fotocommunity kennen, sie hilft, Veranstaltungen und Ausstellungen zu veranstalten. Doch als sie mit ihrer eigenen Straßenfotografie durchstarten will, erkranken ihre Kinder. „Ich musste zu Hause bleiben und war entsprechend frustriert. Dann aber hatte ich die Idee, die typisch situative Streetfotografie-Herangehensweise auf mein Zuhause und meine Familie zu übertragen“, sagt Wintels. Sie beginnt, ihre Kinder und ihren Ehemann zu fotografieren und konzentriert sich dabei bewusst auf die Momente zwischen den Ereignis-

sen. So, sagt sie, entsteht ein intimes Storytelling, auch weil die Kinder irgendwann vergessen, dass sie fotografiert werden. Wintels zeigt die Bilder ihrem Lehrer, der ist angetan, ebenso wie ihre Freunde, die sie bitten, ihre eigene Familie zu fotografieren: Das Geschäftsmodell „A day in the life“-Fotografie ist geboren.

Das steckt dahinter

„A day in the life“ ist genau das, was der Name suggeriert: Es geht darum, einen normalen Tag im Leben einer Familie zu dokumentieren – möglichst ungestellt und authentisch, also ohne Regieanweisungen. „Im Grunde ist es wie in der Streetphotography“, sagt Wintels. Das Konzept geht auf,

bereits kurze Zeit später hat sie erste Kunden, vor allem unter den „Expats“ – den aus Arbeitsgründen vorübergehend in Singapur Eingewanderten, zu denen sie selber zählt. Sie ist zu diesem Zeitpunkt die erste und einzige Fotografin im südostasiatischen Stadtstaat, die diese Art der Familienfotografie anbietet. 2024 kehrt die Niederländerin mit ihrer Familie zurück in ihr Heimatland, wo sie ein dreijähriges Studium an der Fotoacademie Amsterdam aufnimmt. Parallel dazu etabliert sie ihr „A day in the life“-Fotobusiness in ihrer Heimatstadt Utrecht und darüber hinaus. Wintels bietet drei unterschiedliche Pakete zu Preisen ab 900 Euro an, die Shootings zwischen drei Stunden, einem halben oder einem ganzen Tag abdecken, dazu eine unterschiedliche Zahl von Prints sowie ein Fotoalbum im Stil eines Moleskine-Notizbuchs, das Wintels entlang von Storytelling-Aspekten editiert. Ebenfalls zum Angebot gehört ein persönlicher Ersttermin mit der Familie vor Ort oder per Videocall etwa zwei Wochen vor dem Shooting. „Das ist wirklich sinnvoll, denn so lernen wir uns vorher kennen, und ich kann den Ablauf erklären, was eine gelöste Atmosphäre am Shooting-Tag ermöglicht. Außerdem erfahre ich etwas über die Vorlieben und Besonderheiten der einzelnen Familien und kann mir im Vorfeld Gedanken darüber machen, bei welcher Aktion und wo ich die Aufnahmen mache.“

Das sagt die Fotografin

„Der Reiz für meine Kunden und Kundinnen besteht darin, dass eben nicht nur gute Bilder von den Kindern entstehen, sondern von der Familie als Ganzem, und das im normalen Alltag und bei unterschiedlichsten Gelegenheiten. Tatsächlich habe ich Familien unter anderem beim Frühstück oder Spieleabend daheim, beim Marktbesuch, im Sportverein, auf Geburtstagsfeiern, auf dem Spielplatz oder am Strand begleitet. Die ersten 15 Minuten sind oft noch seltsam, irgendwann aber haben alle Beteiligten mich und meine Kamera vergessen. Falls die Kinder zwischendurch dennoch mit mir interagieren, lege ich die Kamera eine Zeit lang wieder beiseite. Schon wegen dieser Unterbrechungen dauern Shootings oft einen halben Tag oder gar einen ganzen. Wie schon >>>

... und später auch zur ungestellten Familienfotografie, die sie inzwischen auch in ihrer niederländischen Heimat anbietet.





„A day in the life“: ein Tag im Leben einer Familie ...

>>> in Singapur so gehören auch in den Niederlanden die Expats zu meiner Kernzielgruppe. Insbesondere Amerikaner und Australier fragen mein Angebot nach, Menschen aus Ländern, in denen die professionelle Portraitfotografie einen ganz an-

deren Stellenwert hat als in Mitteleuropa. In Sachen Eigenmarketing setze ich deshalb weniger auf Instagram, sondern gezielt auf Facebook Expats Groups. Noch wichtiger ist allerdings die Mund-zu-Mund-Propaganda, denn meine Art der

Fotografie lebt wegen ihrer intimen Momente vor allem vom Vertrauen.

Die Shootings finden stets am Wochenende statt, denn das ist der einzige Zeitpunkt, an dem die ganze Familie Zeit hat. Als Mutter



Links: Blick in eins der Moleskine-Fotoalben, die Winter anbietet.
Rechts: Die Fotografin in Aktion.

von zwei kleinen Jungen kann ich nur an einem Wochenende aktiv werden, sodass ich je nach Nachfrage zwischen zwei und vier Terminen pro Monat absolviere. Eine hauptberufliche Beschäftigung ist das nicht, zumal die Wertschöpfung wegen des hohen Zeitaufwands weniger hoch ist als beispielsweise in der Hochzeitsfotografie oder bei Businessportraits. Dafür macht mir diese Art der Familienfotografie sehr viel Spaß, denn sie ist nah an der Straßenfotografie, der ich nach wie vor mit großer Leidenschaft nachgehe. Zweimal pro Jahr fahre ich dazu ohne Mann und Kinder mit Freunden für eine Woche in irgendeine Stadt, in der wir von morgens acht bis abends acht fotografieren. Eine fantastische Zeit, die mich zudem in meiner kommerziellen Fotografie weiterbringt. Die Straßenfotografie ist aus meiner Sicht ein ideales Trainingsterrain für Beobachtungsgabe, Timing und Bildaufbau. Denn hier wie auch in meiner Familienfotografie geht es darum, aus dem Vorhandenen das Beste herauszuholen – und das oftmals unter suboptimalen Bedingungen.

Zur Technik: Während ich auf der Straße am liebsten mit der Leica Q3, also mit einer 28-mm-Festbrennweite, arbeite, setze ich bei „A day in the life“ auf die Flexibilität eines 24-70-mm-Objektivs an einer Sony Alpha 9. Die Kamera eignet sich sehr gut für Available-Light-Aufnahmen in Innenräumen, denn sie besitzt eine hervorragende Lowlight-Performance.

Die Hauptherausforderung meiner Arbeit hat aber nichts mit der Aufnahmetechnik zu tun. Sie besteht vielmehr darin, die Voraussetzungen für wirkliche Authentizität zu schaffen. Meist sind es die Mütter, die mich buchen. Während die Männer sich freuen, wenn sie hören, dass sie ganz sie selbst sein dürfen, ja sollen, habe ich zuweilen Mühe, die Frauen davon zu überzeugen, dass sie sich eben nicht extra stylen oder schminken sollen. Ich sage: Die Bilder sind nicht für Social Media oder eure Verwandten, die sind nur für euch, entspannt euch!



... lebensnah, authentisch – und bildsprachlich gekonnt.

Das funktioniert in der Regel, und das Feedback meiner Kunden gibt mir recht: Die meisten reagieren sehr emotional und dankbar, wenn sie die Bilder sehen. Eine

Frau hat mir Cupcakes gebacken, auf denen stand: „Danke für Erinnerungen, die nicht mehr verblasen“ – ein Satz, den ich zu meinem Unternehmens-Claim gemacht habe.“

KARLYNNE WINTELS ist eine Street- und Dokumentarfotografin, die früher in Tokio, später in Singapur gelebt hat, jetzt in den Niederlanden arbeitet und sich auf „A day in the life“-Shootings spezialisiert hat. Parallel dazu absolviert sie ein dreijähriges Studium an der Fotoacademie Amsterdam und geht ihrer wahren Leidenschaft nach: der Streetfotografie, einer Disziplin, in der sie bereits mehrfach ausgezeichnet wurde. Wintels lebt mit ihrem Mann und ihren beiden Söhnen in Utrecht.

📧 kw-photography.com/day-in-a-life-photography

📷 [instagram.com/wintels_photography](https://www.instagram.com/wintels_photography)





Foto: © Dardan Sejdija

„Weniger Pixel schieben, mehr Sinn stiften“

Die Kreativagentur happy nutzt Künstliche Intelligenz intensiv und macht sich zugleich über deren kreative Fallhöhe lustig. Wo in der Werbung macht KI Sinn – und wo nicht? Das haben wir happy-Mitgründer und Chief Creative Officer Sascha Hanke gefragt.



Mit der KI über die KI lachen: happy-Kampagne für das Fairtrade-Unternehmen GEPA.

I Herr Hanke, Sie haben mit happy schon 2022, also vor dem eigentlichen Hype, eine KI-gestützte Kampagne gelauncht, als erste Agentur in Deutschland ...

Sascha Hanke: Das stimmt, allerdings haben wir das damals mit einem Augenzwinkern getan: Wir haben die Kampagnenmotive bewusst schlecht gepromptet.

I Warum das?

SH: Wir wollten deutlich machen, dass Künstliche Intelligenz ohne menschliche Kreativität dumm ist wie Brot.

I Vor Kurzem haben Sie die KI erneut vorgeführt, diesmal mit witzigen Clips, die zeigen, auf welche abstrusen Vorstellungen die Technologie zuweilen kommt. Worum ging's genau?

SH: Um eine Kampagne für das Fairtrade-Unternehmen GEPA. Im Zentrum stand die Idee „Fair, wenn du KI fragst“, also ein Slogan, der nicht nur inhaltlich, sondern auch visuell die Richtung vorgab. Wir haben uns für einen KI-Look entschieden, der die KI-Ästhetik bewusst überzeichnet. Gleichzeitig haben wir die durch die KI halluzinierten Beispiele für Fairness – etwa eine Bankfiliale, die auf der Straße Goldbarren an Passanten verschenkt – strategisch gegen das real existierende Fairness-Verständnis unseres Kunden positioniert.

I Sie machen sich in diesen Clips lustig über die KI. Hat die Technologie für Sie als Werber keinen Wert?

SH: Doch, natürlich, sie spielt in unserer wie in praktisch jeder Kreativagentur sogar eine große Rolle. Allerdings setzen wir die Technologie eher spielerisch-organisch ein.



! Welche KI-Tools nutzen Sie aktuell und für was?

SH: Unter anderem nutzen wir Midjourney für die schnelle Visualisierungen für Moodboards, Kampagnen und Ideenentwicklung, ChatGPT zur interaktiven Ideen- und Content-Generierung, Veo3 für Concept-Spots in Kinoqualität, Higgsfield zur Erzeugung realistischer Video-Avatare und Runway für Videoeffekte. Hinzu kommen weitere Tools wie ElevenLabs (Voiceovers), Descript (Videoschnitt und Screen-/Voice-Overs) oder Topaz AI für die Bild-Skalierung.

! Man könnte den Eindruck gewinnen, dass Ihnen mittelfristig die Arbeit ausgeht.

SH: Ganz und gar nicht. Sobald es um die strategische und kreative Arbeit für unsere Kunden geht, funktioniert nichts ohne „menschliche Intelligenz“. KI nimmt uns nicht die Kreativität, sie senkt vielmehr die Einstiegshürden für Kreativität, weil sie gestalterische Möglichkeiten eröffnet, die früher große Budgets erforderten. Darüber hinaus kann uns die KI bei Routinearbeiten massiv entlasten. Dinge, die früher Stunden dauerten – Recherche, Variantenentwicklung, Feinschliff etwa –, lassen sich jetzt binnen Minuten erledigen.

! Wie wirkt das auf Ihre Arbeit zurück?

SH: KI räumt uns den Tisch frei, damit wir endlich groß denken können. Wir gewinnen Raum für das, was uns Agenturen eigentlich ausmacht: Haltung, Idee, Story, Empathie. Wenn das Alltägliche von selbst läuft, bleibt mehr Raum für das Unerwartete, für wirkliche >>>



Menschliche Intelligenz statt KI (v. o.): happy-Kampagnen für Verpackungsinnovationen des Getränkeherstellers Vilsa (mit Testimonials Papaplatte sowie Siegfried & Joy).



Oben: Der konventionell entstandene Weihnachtsfilm für die Biomarktkette Denns belegte im Ranking der Werbefachzeitschrift Horizont den ersten Platz. | **Rechte Seite:** KI-gestützte häppy-Kampagne in eigener Sache von 2022: bewusst schlecht gepromptete Kampagnenmotive.

>>> Gestaltungskraft. Wir lieben die neuen Möglichkeiten, wissen aber auch um die Schwächen der Künstlichen Intelligenz.

❗ An welche denken Sie konkret?

SH: Die offensichtlichste ist ihre Fähigkeit, uns über die Maßen zu imponieren. Beispielsweise liefert die KI Ergebnisse in einem atemberaubenden Tempo. Das sollte man aber nicht mit Qualität verwechseln. Nur weil etwas schnell generiert ist, heißt das nicht, dass es gut ist. Ohne Geschmack, Urteilskraft und Markenführung bleiben die Ergebnisse der KI austauschbar. Hinzu kommt: Wir stehen vor einer echten Verantwortungsfrage. Wie stellen wir sicher, dass KI fair, transparent, respektvoll und kulturell sensibel eingesetzt wird? Wer entscheidet, was „richtig“ ist?

❗ Wie reagieren Ihre Kunden auf das Thema?

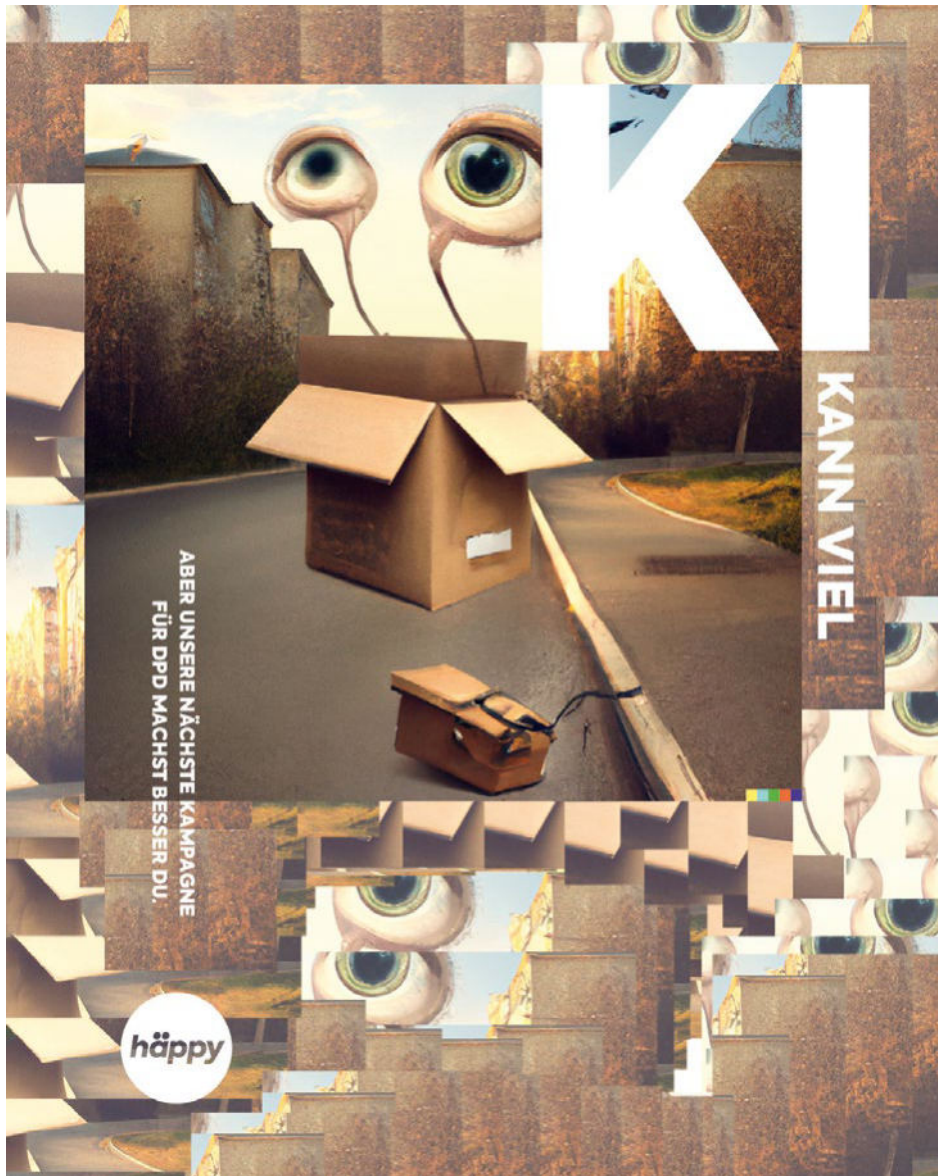
SH: Sehr unterschiedlich, im Grunde gibt es drei typische Reaktionen: Die einen sehen KI als Effizienzhebel und fragen: „Wie können wir schneller und günstiger werden?“ Die zweiten schauen auf die

kreativen Möglichkeiten und sagen: „Zeigt uns, was wir damit Neues erzählen können.“ Und die dritten sind verunsichert, weil sie nicht einschätzen können, wie sich KI auf Markenidentität, Authentizität oder Urheberrechte auswirkt. Unsere Aufgabe als Agentur ist es, genau hier Orientierung zu geben. Wir müssen zeigen: KI ist kein Spar-, sondern ein Kreativ- und Qualitätskonzept. Zugleich müssen wir klarmachen, dass KI nicht entmenslicht, sondern, richtig eingesetzt, Tiefe, Variantenreichtum und Klarheit in Prozesse bringt.

❗ Wohin geht die Reise technisch und stilistisch?

SH: Mittelfristig wird die KI zum kreativen Co-Piloten. Technisch wird sich die Arbeit weiter in Richtung hybride Workflows entwickeln: Ideenfindung, Recherche und Entwürfe entstehen schneller und iterativer. So können wir viel mehr Varianten testen, bevor wir uns entscheiden. Stilistisch bedeutet das: Wir werden weniger von festen Look-Konventionen ausgehen, sondern Kampagnen in Stilen denken, die situativ generiert werden.

❗ Welche Trends sehen Sie mit Blick auf die Ausspielung?



Kreativagenturen werden weniger Pixel schieben und mehr Sinn stiften.

! Viele Unternehmen führen KI-Bildproduktionen inzwischen inhouse durch. Was bedeutet das für das Agenturgeschäft?

SH: Präsentationen und Moodboards werden tatsächlich immer öfter unternehmensintern erstellt. Für Agenturen bedeutet das: Sie müssen sich auf höherwertige Kreation, Strategie sowie Markenführung konzentrieren und deutlich machen, warum ihre kreative Handschrift unverzichtbar bleibt. Zudem können sie sich als Partner bei komplexen Themen wie KI-Training, Prompt-Engineering oder Ethik & Recht positionieren. Schließlich birgt die KI-Bildproduktion Risiken, z. B. mit Blick auf Urheber- und Bildrechte sowie die Markenidentität.

! Sie sehen also keine KI-getriebene Krise des Kreativsektors?

SH: Nein, in diesem Punkt sollten Kreative allgemein und Agenturen im Besonderen aus der Defensive kommen. Wir sollten Kreativität nicht ständig rechtfertigen,

sie ist kein Kostenfaktor, sondern ein Werttreiber. Wer glaubt, Markenführung ließe sich durch Algorithmen ersetzen, hat nicht verstanden, warum Menschen Marken lieben. Dank KI denken wir vielleicht schneller, interdisziplinärer und datenbewusster. Aber am Ende zählt, was immer schon gezählt hat: die Idee, die hängen bleibt. KI kann unfassbar gut Muster erkennen. Was sie nicht kann, ist Herzen berühren.

SH: KI wird hier dafür sorgen, dass Botschaften adaptiver werden – nicht nur zielgruppenpersonalisiert, sondern kontextsensitiv, also passend zu Stimmung, Situation und Kanal. Die Richtung, der Ton, das Gefühl bleiben aber zutiefst menschlich. Marken brauchen künftig noch dringender Partner, die Haltung, Kontext und kulturelles Gespür haben. Die wertvolle Ressource bleibt auch in Zukunft der menschliche Instinkt. Plakatativ gesprochen:

SASCHA HANKE begann seine Karriere bei Springer & Jacoby in Hamburg und wechselte 2002 zu Jung von Matt, wo er später Managing Creative Director wurde. Von 2012 bis 2018 war er Partner und Executive Creative Director bei Kolle Rebbe.

2020 spezialisierte er sich als CCO und Mitgründer mit der Kreativagentur happy auf ganzheitliche Markenführung im digitalen Zeitalter. Die Kunden der inhabergeführten, unabhängigen Kreativagentur kommen mehrheitlich aus dem FMCG- und insbesondere aus dem Food-Bereich, wie z. B. VILSA Mineralwasser, Denms Biomarkt, Dr. Oetker, Yakult oder GEPA Fair Trade. Hanke ist einer der meistausgezeichneten Kreativen Deutschlands, mehrfaches Cannes-Lions-, D&AD- und Clío-Jurymitglied und vertritt im Präsidium des Art Directors Club Deutschland (ADC) den zentralen Fachbereich Werbung.

saschahanke.de





DER VIEL- SCHICHTIGE

Geheimnisvoll, ästhetisch, abgründig, intensiv:
Wolf-Peter Steinheißer zieht in seinen Menschenbildern
inszenatorisch und lichttechnisch alle Register.

Von Peter Schuffelen

>>>

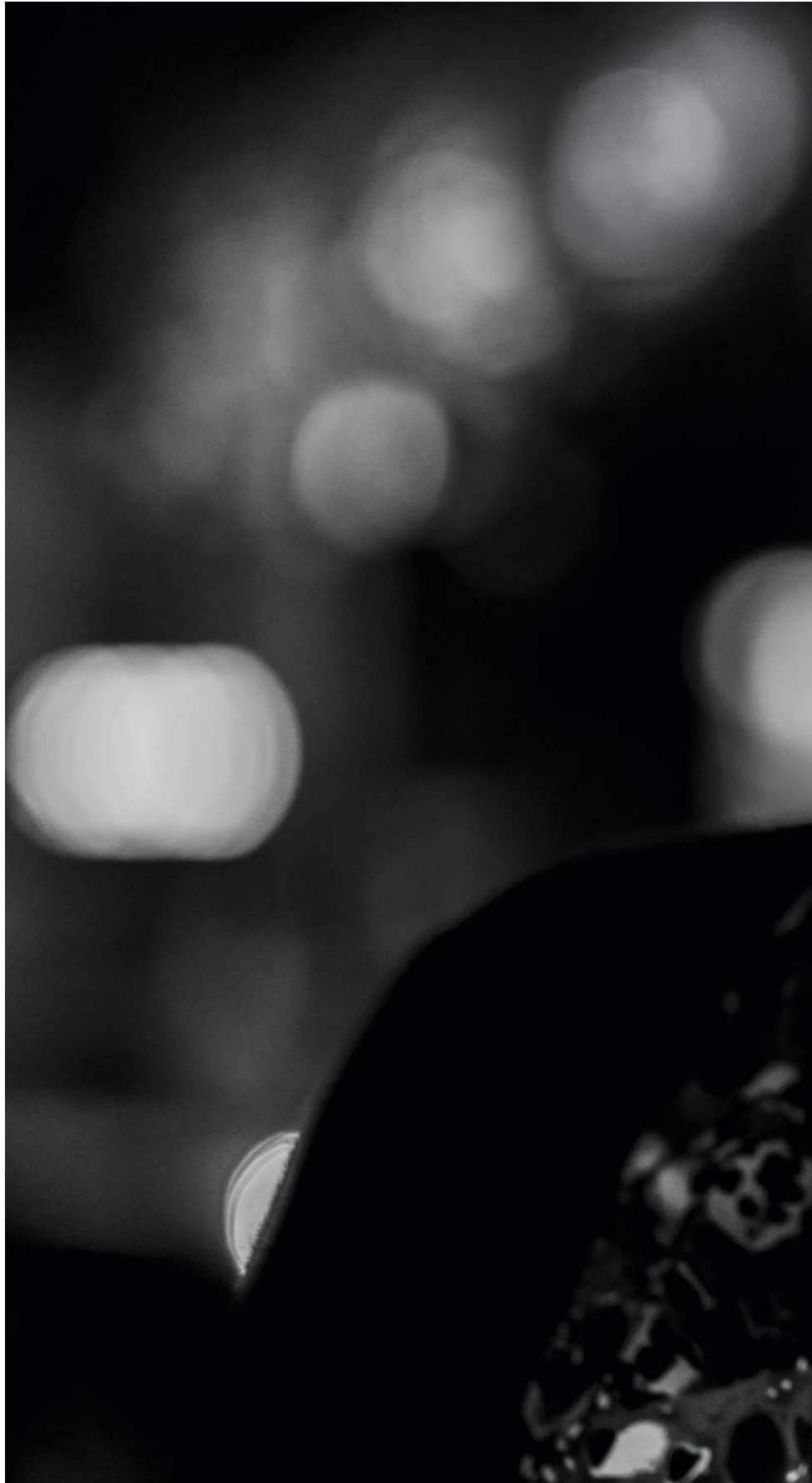
Links: Shooting mit vier Spiegeln für die Tanzkompanie des
Theaterhauses Stuttgart.

Rechts: Die Finger der Bassisten Leonie Hey.

Steinheißer shootet gerne bei Available Light, oft flankiert durch LED-Handleuchten – etwa im Stuttgarter Jazzclub BIX.

>>> Die Gesichter in seinen Bildern wirken geheimnisvoll, lüstern, gequält, gedankenversunken, freudig, ätherisch, herrisch, bedrohlich, ekstatisch, erotisch, entrückt, berauscht und jenseitig. Die Farbgebung ist oft monochrom oder farblich entsättigt – manchmal aber auch kontrastreich überhöht. Das Licht wirkt theaterhaft und cineastisch, einige Bilder haben eine caravaggioartige Schlaglicht-Intensität. Der Look ist mal klassisch-modern, mal mit fotohistorischen Anspielungen durchtränkt; hier hochglanzpoliert und knackscharf, dort bewegungs- oder fokusunscharf. Und alles dazwischen: Gesichter etwa, die durch ihre *Nahezuschärfe* bezaubern. Die Settings: von editoriell und situativ bis bühnenreif inszeniert.

Wolf-Peter Steinheißer, das zeigen diese Aufzählungen, hat einen Heidenspaß an der experimentellen Vielfalt. Der 60-Jährige arbeitet meist mit dem vorhandenen Licht, bei Bedarf flankiert durch eine kleine LED-Handleuchte. Etwa im Stuttgarter Jazzclub BIX, für den er bereits seit der Eröffnung 2006 fotografiert. Inzwischen sind rund 650.000 Aufnahmen zusammengekommen, darunter Portraits von musikalischen Schwergewichten wie Klaus Doldinger, Quincy Jones, Ginger Baker oder Esperanza Spalding. Das Spektrum reicht von Halbinszenierungen über klassische Portraits bis hin zu „Pars pro toto“-Aufnahmen oder wilden experimentellen Shots, in denen die Intensität und die Transzendenz des musikalischen Spiels sichtbar werden. Als ehrenamtlicher Clubfotograf genieße er „völlige Narrenfreiheit“, sagt Steinheißer, der inzwischen drei Bildbände und einen Kalender zum Jazzclub und seinen Künstlern veröffentlicht sowie sieben Ausstellungen bespielt hat, unter anderem in der Schweiz, Österreich und Italien.



Neben dem vorhandenen Licht kommt Dauerlicht zum Einsatz. Diese Vorliebe kommt nicht von ungefähr, denn Steinheißer ist auch im Bewegtbild zu Hause. Gemeinsam mit seinem Team realisiert



Musiklegende Quincy Jones, unter anderem Produzent von Michael Jacksons Megabestseller „Thriller“, fotografiert im Backstagebereich des Jazzclub BIX.

der BFF-Professional auch Imagefilme, Produkt- und Musikvideos, Dokumentar- sowie Corporate-Filme und fungiert dabei mal als Regisseur, mal als Director of Photography oder als Postproduktions-

Exaltierte Inszenierungen, kunstvolle Lichtregie

Die Vermittlung inszenatorischer Kompetenz und die ausgefeilte Lichtsetzung spielen auch bei Steinheißers Lehrauftrag an der

>>>

Diese Seite: Kreatives
Spielen mit Schärfe und
Unschärfe.

Rechte Seite: Motiv aus
Steinheißers Visualisierung
von Edgar Allan Poes
Schauererzählung „Maske
des Roten Todes“.





Magie von Licht und Wasser: Lookbook-Shooting für Model Evelyn.

>>> Hochschule der Medien Stuttgart eine wichtige Rolle. Hier produziert er gemeinsam mit den Studentinnen und Studenten Fotobücher zu literarischen Klassikern, vorzugsweise der abgründigen Art: Theater-Athmo, exaltierte Kostüme und Kunstblut inklusive. Etwa Franz Kafkas Kurzgeschichte „In der Strafkolonie“, George

Orwells „1984“ oder H.P. Lovecrafts Horror-Science-Fiction-Fantasie „Berge des Wahnsinns“. Steinheißer geht an diese Arbeit mit Perfektionismus und viel Detailliebe heran. Bret Easton Elliss' nihilistisches Kultbuch „American Psycho“ beispielsweise fasste er mit den Studierenden mit einer *Fujifilm-Instax-Wide*-Sofortbild-



Klassische und experimentelle Portraits, serielles Storytelling, theaterhafte Inszenierungen, Retrolook und High Gloss: Die Bilderwelt des Stuttgarters lässt sich schwerlich auf einen Begriff bringen.

Einen besonders wilden Mix verschiedener Lichtquellen setzt der selbsternannte „Lichtfreak“ hingegen bei seiner seit 2019 laufenden freien Serie „Heroes“ ein: Steinheißer kombiniert hier Langzeitbelichtungen, Blitzeffekte, Lichtmalerei, Filmlicht sowie Texturen, die über einen händisch bewegten Diaprojektor auf die Protagonisten geworfen werden, miteinander. Das Ergebnis: geisterhafte, stilvollendete Models, die dem Laufsteg einer jenseitigen Modenschau entstiegen zu sein scheinen.

Steinheißers Vita: eine gesamtdeutsche Geschichte

Wolf-Peter Steinheißer wird im fränkischen Teil Thüringens geboren. Als er zehn ist, schenkt ihm sein Vater, ein Chirurg und ambitionierter Hobbyfotograf, eine Kleinbildsucherkamera der Ost-Marke Mimosa II. Der Junge fotografiert auf Kindergeburtstagen und später auf Feten, nach seinem Schulabschluss nimmt er in der damaligen DDR ein Elektrotechnikstudium auf.

Als sich seine Mutter in einen Mann aus dem Westen verliebt und ihm ebendahin folgen will, geht Steinheißer mit. Er bewirbt sich an der Hochschule der Medien in Stuttgart mit Spezialisierung auf Fotografie und Filmproduktion und wird dank Übersiedler-Status ohne Wartesemester angenommen. Nach seinem Abschluss 1995 macht er sich gemeinsam mit einem ehemaligen Kommilitonen selbstständig. Eine Zeitlang arbeitet das Duo für das Haus der Geschichte Baden-Württemberg und liefert den

kamera in Bilder. Für H.P. Lovecrafts in den 1930er-Jahren entstandenen Roman kaufte er eigens technisch veraltete Objektive aus ebenjener Zeit und adaptierte sie an seine Digitalkamera. Das Resultat: ein Schwarzweißfilmlook, der die düstere Erzählung in zeitkoloristisch glaubwürdige Bilder übersetzt.

Content für Kataloge und Filme. In den ersten Jahren entfallen 90 Prozent der Aufträge auf den Bewegtbildbereich, doch der Fotobereich wächst kontinuierlich und überwiegt irgendwann. 2015 entschließen sich die beiden Kommilitonen, beruflich separate Wege zu gehen.

>>>



Oben: Aus der im Skye Magazine erschienenen freien Serie „Odysseus & Nausikaa“. | **Rechts:** „Visions of space & time“, entstanden an der Hochschule der Medien Stuttgart mithilfe von Langzeitbelichtung, Diaprojektion, Film- und Blitzlicht.

>>> Heute setzt Steinheißer als Fotograf und Filmproduzent gemeinsam mit seinem Team Image-, Werbe-, Reise-, Portrait- sowie Lifestyleaufnahmen um für B2B- und B2C-Kunden unterschiedlichster Branchen – von Allianz über Deutsche Bank und L'Oréal bis hin zu Porsche, Sony Music oder Zeiss. Für den Objektivhersteller fungiert Steinheißer auch als Markenbotschafter. Darüber hinaus arbeitet er kontinuierlich an freien künstlerischen Projekten.

Klassische und experimentelle Portraits, serielles Storytelling, theaterhafte Inszenierungen, Retrolook und High Gloss: Die Bil-

derwelt des Stuttgarters lässt sich nur schwerlich auf einen Begriff bringen. Steinheißer: „Meine Repräsentanz hat mich gefragt: Was für ein Bildermacher bist du eigentlich? Unter welchem Label sollen wir dich vermarkten? Meine Antwort lautete: Ich kann nur sagen, was ich nicht fotografiere, und das sind Dinge, denn mich interessieren ausschließlich Menschen.“

Mit seiner stilistischen und konzeptuellen Vielschichtigkeit entzieht sich Steinheißer jeder Verschlüsselung. Genau das macht sein fotografisch wie gestalterisch hoch qualitatives Portfolio so spannend.



WOLF-PETER STEINHEISSER, Jahrgang 1965, studierte audiovisuelle Medien an der Hochschule der Medien in Stuttgart und arbeitet seit 1995 als freiberuflicher Fotograf und Filmproduzent. Seine Arbeiten bewegen sich zwischen künstlerischer Inszenierung und visueller Markenkommunikation. Darüber hinaus ist der BFF-Professional berufenes Mitglied der DGPh und seit gut 15 Jahren auch als Dozent für Film und Fotografie an der Hochschule der Medien in Stuttgart tätig sowie Zeiss-Markenbotschafter.

wpsteinheisser.com



FOOD-FOTOGRAFIE MIT MENSCHEN

Markus Bassler ist einer der bekanntesten Food-Fotografen in Deutschland. Er selbst sieht sich eher als People- und Reportage-Fotograf und sagt über sich: „Wie soll ich meine Arbeit beschreiben? Die Kraft der Bilder entsteht im besten Fall durch ein Glücksgefühl. Glück des Augenblicks und Freude an dem, was morgen kommt.“ Im Interview mit **Tilo Gockel** erklärt er, wie er ins Metier gekommen ist, was ihn umtreibt, welche kreativen Gedanken er hat und welche Technik er nutzt.



Markus Bassler in einer seiner Lieblingsrollen, als Fisherman's Friend.

I Markus, du bist ausgebildeter Fotograf und hast damals, nach dem Abschluss der katalanischen Fotoschule in Barcelona, in der Architekturfotografie begonnen. Wie bist du dann zum Thema Food und zu den Food-Reportagen gekommen?

Markus Bassler: Mein Abschlussjahr war 1992, das Jahr der Sommerolympiade in Barcelona. Im Umfeld der Olympiade wurde viel gebaut – neue Plätze, Gebäude, Kunstwerke –, und so war der Start in die Architekturfotografie naheliegend. Aber in dieser Sparte bist du allein mit deiner Arca Swiss unterm schwarzen Tuch. Es ist ein einsames Geschäft. Kurz nach meinem Berufsstart wollte mich dann ein Freund zu einem Fußballspiel mitnehmen. Jetzt muss man wissen, dass mir Fußball nicht wirklich liegt, aber ich bin mitgegangen. Bei dem Spiel hat er mich dann mit Food-Profi Günter Beer bekannt gemacht. So begann meine mehrjährige Assistenzzeit bei ihm.

Günter hat mir beim Kennenlernen gesagt, dass er schlicht „Teller fotografiert“. Die Food-Fotografie war damals weder bekannt noch besonders angesagt oder anerkannt, hat dann aber rasch Fahrt aufgenommen. Wir waren fast sofort international unterwegs, in Spanien, Frankreich, dann in Indonesien, Malaysia und Singapur. Mit Food kommt man rum, und genau das war für mich von Anfang an auch ein Traum.

Wie viel Potenzial in dem Metier tatsächlich steckt, habe ich aber erst gespürt, als wir fünf Tage in der Küche von Ferran Adrià Acosta im legendären ElBulli fotografiert haben. Im ElBulli wurde mit edlen Zutaten, aber auch mit scheinbar profanen Produkten wie Seegurken und Kaninchenhirn gekocht, die in Adriàs Molekularküche zu feinsten Gelees, Perlen und Schäumen verarbeitet wurden. Adrià hat mir eine neue Welt eröffnet. Danach habe ich die

Lebensmittel und vor allem auch die Leistung der Köche und der Erzeuger mit völlig neuen Augen gesehen.

„Ferran Adrià hat mir eine neue Welt eröffnet. Danach habe ich die Lebensmittel und die Leistung der Köche und Erzeuger mit völlig neuen Augen gesehen.“

Die Architekturfotografie habe ich aber mitgenommen. Noch immer möchte ich auch den Raum transportieren. Da sind Linien, und da ist eine Sprache der Formen, die dem Gericht wesentlich helfen können. Mir geht es immer auch um den Raum, in dem das Ganze stattfindet.

I Wie setzt sich heute dein Kundenkreis zusammen?

MB: Aktuell fotografiere ich viele Reportagen für den „Feinschmecker“ und für Food-Bücher für DK, Gräfe und Unzer und andere. Es gab auch schon Abstecher in die Autofotografie (für VW und Seat Spanien), und gerade arbeite ich mit Krimi- und Kochbuchautor Alexander Oetker an einem neuen, gemeinsamen Projekt. Der „Feinschmecker“ bleibt aber mein fester Dreh- und Angelpunkt, weil mir die Redaktion die Türen unzähliger Topadressen in Deutschland, Europa, Australien, Afrika und zuletzt Japan geöffnet hat. Ich liebe dieses Magazin, und diese Liebe geht bei mir nicht nur durch den Magen.

I Was treibt dich an?

MB: Mich interessiert die komplette Geschichte – vom Fischfang über den Transport über die Zubereitung in der Sterneküche bis zu dem Moment, wenn ich das fantastische Gericht vor mir habe. Für mich ist der komplette Weg sehr wichtig. Ich möchte zeigen, dass hinter köstlichem Food immer Menschen stehen – Fischer, Lieferanten, Köche, Tellerwäscher.

„Mich interessieren auch die Menschen, die hinter den Gerichten stehen.“

I Kann man jungen Fotografen diese Richtung zum Broterwerb empfehlen? Wie gelingt der Einstieg? Wie wichtig ist die klassische Ausbildung? Welche Talente braucht der angehende Food-Fotograf?

>>>

Im Uhrzeigersinn: Die sensorischen Eigenschaften sind der Schlüssel, um die beste Kōji-Kultur für den Sake zu produzieren. | Der Braumeister oder „Toji“ betrachtet zufrieden das Ergebnis seiner Arbeit. | Die Form und der Inhalt der Flaschen von IWA verkörpern die Philosophie der Brauerei. | Eine wahre Schatzkammer: Shigeri Shiraki ist stolz auf ihren feinen Vintage-Sake.





V.l.n.r.: Ein kulinarischer Moment mit der Kuramoto-Familie, die die Amabuki-Brauerei leitet. | Die Zutaten, die Zubereitungsarten und auch das feine Geschirr und Besteck werden stets passend zum Sake und zur Saison ausgewählt. | Die rituelle Zeremonie des Sake-Anbietens am Altar hat eine lange Tradition.



>>> **MB:** Wenn ihr dafür brennt, dann macht es, aber stellt euch auch auf Hürden und Rückschläge ein. Als ich begonnen habe, war es einfacher, an lukrative Aufträge zu kommen. Die Verlage oder auch die Werbekunden haben damals ganz selbstverständlich auch die Reisen und sogar den Assistenten bezahlt. Das alles ist nun nicht mehr so selbstverständlich. Für mich war der Einstieg über die professionelle Ausbildung an der katalanischen Fotoschule in Barcelona der richtige Weg, aber in unserer Zeit können die Newcomer auch über YouTube und andere Kanäle vieles lernen. Fast noch wichtiger war aber für meinen Werdegang meine Assistenzzeit bei Günter Beer. Assistenzen sind noch immer ein guter Weg, Wissen aufzubauen, und damit meine ich nicht nur das Technikwissen, sondern auch das Geschäftliche und den Umgang mit den Menschen am Set und den Kunden. Leider wird es für Neuanfänger immer schwieriger, eine Assistenzstelle zu bekommen – schlicht, weil der Auftraggeber die Kosten für die Assistenz nicht mehr bezahlt.

„Der Bedarf an guten Bildern war noch nie so groß wie heute.“

Übrigens bin ich zwar der Meinung, dass ein guter Food-Fotograf das Kochen und Essen lieben muss, aber er muss nicht unbedingt ein Meisterkoch oder ein perfekter Food-Stylist sein. Das können dann andere beisteuern. Geht lieber raus zu jenen Menschen, die gut kochen und auch Essen präsentieren können und

bietet eure Dienste an. Der Bedarf an guten Bildern war noch nie so groß wie heute.

I Dein Umgang mit Licht ist gekonnt. Kannst du eine Empfehlung geben, wie man so etwas lernen kann und wie man das Auge für vorteilhaftes Licht schulen kann?

MB: Schaut auf das natürliche Licht, lernt vom Sonnenlicht. Scheut euch auch nicht, unter direktem, hartem Sonnenlicht zu fotografieren. Lasst die Szene auf euch wirken: Was passiert je nach Kamerawinkel mit dem Licht?

„Lernt vom Sonnenlicht!“

Was ist vorteilhaft für das Gericht, was weniger? Profitiert die Szene von einem Reflektor gegenüber der Lichtquelle? Braucht es noch ein zusätzliches, mitgebrachtes Licht für einen Akzent? Man muss einfach vieles ausprobieren und Erfahrungen sammeln.

I Wie wichtig ist für dich die Ausrüstung? Mietest du bei Bedarf auch Equipment an?

MB: Begonnen habe ich mit Chemiefilm und mit Canon, aber mittlerweile setze ich zwei Sony-Kameras und für spezielle Jobs eine Mittelformatkamera von Hasselblad ein. So komme ich im



Moment gut durch alle Kundenvorgaben. Sowohl die Hasselblad als auch die Sony A7R IV liefern mir Auflösungen, die locker für eine Doppelseite im Magazin ausreichen (Anmerkung: für eine Doppelseite 2x DIN A4 braucht es bei 300 dpi rund 4.800 × 3.600 Pixel, die Sony A7R IV liefert 9.504 × 6.336 Pixel). Ich fotografiere häufig für Print und damit im Portraitformat. Die Auflösung würde sogar für einen Crop von Hoch nach Quer genügen, aber das ist nicht mein Ziel. Ich habe das Format schon bei der Aufnahme vor Augen und vermeide nachträgliche Zuschnitte. Und nein, das Anmieten ist bei mir bisher nicht erforderlich gewesen.

! Wie wichtig ist ein eigener Stil als Wiedererkennungswert? Was macht deinen Stil aus?

MB: Mir ist wichtig, dass die Bilder authentisch sind. Ich möchte nicht unbedingt im Studio Food-Portraits oder Steps für ein Kochbuch fotografieren, sondern einfach rausgehen und die komplette Geschichte einfangen. „From Nose to Tail“, vom Acker auf den Teller. Wenn ich ein Lebensmittel vorstelle, dann immer auch zusammen mit den Menschen, die es produzieren, verarbeiten, zubereiten und genießen. Ein schönes Beispiel dafür ist unser Buch „Sake: The Art and Craft of Japan's National Drink“, das neben anderen Preisen letztes Jahr den James Beard Award 2025 gewonnen hat. Gerne spiele ich mit dem Licht vor Ort, und auch das Umfeld der Speise ist mir wichtig. Fertige Looks aus der Dose vermeide ich, schon allein, weil sie so rasch überholt sind. So sind meine Fotos

vom natürlichen Licht geprägt, von einer überlegten Komposition und vom Einbezug der Szene und der Menschen vor Ort.

! Wie muss denn ein Gericht beschaffen sein, um fotogen zu werden?

MB: Man könnte schon meinen, dass die Teller in der Haute Cuisine schöner angerichtet und fotogener sind als die Pappschalen im Burger-Imbiss. Aber wenn man sich von der Perspektive des Feinschmeckers löst, werden auch vermeintlich weniger fotogene Gerichte wie Gulasch interessant.

! Die Fotografie ist ein schnelllebiges Geschäft und Trends unterworfen. Welche Trends erkennst du gerade in der Food-Fotografie?

MB: Ich stelle fest, dass sich die Food-Fotografie für Bücher und Magazine wandelt. Aktuell sind es eher die kleinen Auflagen, in bester Qualität, richtig fein präsentiert. Ich meine auch, dass mittlerweile mehr Eigeninitiative gefragt ist. Das kann dann bis zum komplett selbst erstellten Kochbuch oder Reisekochbuch gehen. Ich arbeite bei einigen Projekten mittlerweile fast autark, aktuell im Dreierteam, mit dem Autor und einem dritten Partner, der für das Layout zuständig ist. Die entstehenden Bücher vertreiben wir dann auf Englisch und Deutsch, beispielsweise über den DK Verlag.

! Dein Kundenkreis beeindruckt. Brauchst du überhaupt noch die klassische Akquise?

MB: Tatsächlich bin ich gut ausgelastet, und wenn neue Jobs kommen, geschieht das über Mundpropaganda oder aus der Historie bisheriger Jobs. Aber eine kleine Werbemaßnahme habe ich vor ein paar Monaten dann doch gestartet. Ich habe an Restaurants aus der Region, die ich interessant fand, silberne Löffel verschickt (gesammelt von den hiesigen Flohmärkten). Im Anschreiben habe ich mich dann wortreich entschuldigt, vor langer Zeit den schönen Löffel gestohlen zu haben, und am Ende dann meine Dienste als Fotograf angeboten. Was soll ich sagen, es hat funktioniert.

! Wo siehst du die besonderen Herausforderungen in deinem Job?

MB: In den Profiküchen, besonders in der Sternegastronomie, stehen die Köche dauernd unter Druck und haben nur wenig Zeit für den Fotografen. Da ist keine Zeit für Smalltalk oder für eine ruhige Minute, um sich zu sammeln. Wenn ich Glück habe, stehen zwei Stunden zur Verfügung. Und wir bringen nichts mit! Wir bringen keine Teller mit, keine Unter- oder Hintergründe, keine Requisiten. Alles soll authentisch mit den Mitteln vor Ort erzeugt werden. Wenn dann aber das Ambiente auf den ersten Blick vom Licht her, von den Untergründen, Farben und Texturen her scheinbar wenig hergibt, ist das schon ein Stressmoment. Aber man lernt, damit umzugehen, und findet dann doch noch schöne Szenen.

! Canon oder Nikon? Festbrennweiten oder Zooms? Stativ oder kein Stativ? Tethered Shooting ja oder nein? Postproduktion im Hause oder outsourcen? Adobe oder Capture One? Sirup oder Motoröl über die Pancakes?

MB: Früher Canon und Nikon, mittlerweile Sony und Hasselblad. Bei mir immer Festbrennweiten, und zwar meistens 35 und 85 mm. >>>



>>>

Seltener verwende ich auch ein 50er-Makro oder ein 135er-Tele. Für Food-Fotos sitzt die Kamera bei mir auf einem Stativ, für Reportagen halte ich sie in der Hand. Früher habe ich Capture One fürs Tethering genutzt, mittlerweile nehme ich schlicht die hauseigene Sony-Software. Diese Software ermöglicht mit den neueren A7x auch die Anbindung des Notebooks über WLAN, über ein Ad-hoc-Netzwerk. Der Modus heißt WiFi Direct. Die Postproduktion in Photoshop mache ich selbst. Und bei mir bitte immer Sirup über die Pancakes, niemals Motoröl!

Wie bringen wir unsere Instagram-Fotos im Restaurant auf ein neues Level?

MB: Zuerst einmal ist es sicher eine gute Idee, vorm Fotografieren im Restaurant den Service zu fragen, ob das okay ist. Gerade in der Sterneküche ist es nicht immer gerne gesehen. Auch ist man mit der höflichen Frage direkt im freundlichen Dialog und lernt vielleicht sogar den Koch kennen. Der nächste Schritt ist, aufs Licht zu achten. Tageslicht am Fenster taugt fast immer und ist viel besser geeignet als das Kunstlicht im Raum. Und spielt dann auch mal mit der Perspektive. Es muss nicht immer die Sicht von senkrecht oben sein. Probiert auch mal, den Teller zu drehen und testet verschiedene Winkel zum Licht und zu der Kamera.

Spaß, Genuss und gute Gespräche – im Eureka! sorgt Sake für die richtige Mischung.

MARKUS BASSLER

- Geboren 1968 in Frankfurt am Main
- Ausbildung zum professionellen Fotografen an der katalanischen Fotoschule in Barcelona, Abschluss 1992 (im Jahr der Olympiade)
- Berufsstart als Architekturfotograf, dann motiviert durch den renommierten Günter Beer, Wechsel in die Food-Fotografie. Es folgte eine jahrelange Assistenz bei Beer. Der erste Job war im ElBulli bei Ferran Adrià. Es folgten viele weitere Aufträge in der gehobenen Gastronomie, bei Witzigmann, Wohlfahrt, Lafer, Mälzer und Co. Bassler ist dauernd unterwegs und bringt dann von fernen Orten seine Bildgeschichten mit. Ziele seiner Aufträge waren bisher China, Japan, Kanada, Malaysia, Dubai, Spanien, Italien, Marokko u.v.a.m.
- Mittlerweile arbeitet Bassler an der Schnittstelle zwischen Food, Portrait und Reportage. Seine Bildgeschichten für den „Feinschmecker“, seine Reisereportagen und seine Kochbücher wecken Begehren auf feinstes Essen und auf neue Länder und andere Kulturen. Im Jahr 2025 hat er zusammen mit Yoshiko Ueno-Müller mit dem Buch „Sake: The Art and Craft of Japan's National Drink“ mehrere renommierte Preise gewonnen: GAD Award 2025 GOLD, Swiss Gourmet Book Award 2025 GOLD, James Beard Award 2025, Fortnum & Mason Food and Drink Awards 2025, Gourmand World Cookbook Award 2025.

Markus Bassler wohnt in Frankfurt und betreibt dort mit seiner Partnerin Anja Jahn (AnjaJahn.com) ein kleines Studio in der Nähe der Bergerstraße.



Links: Eine Karte wie von Indiana Jones. Markus Bassler ist glücklich, weil er mit dem Thema Food so viel in der Welt herumkommt. Die USA fehlen noch – wer lädt ihn hierhin ein? | **Rechts:** Die Bilder in diesem Artikel sind zum größeren Teil aus Basslers prämiertem Sake-Buch entnommen.

Aber er ist kein Studiomensch, sondern reist für seine Foto-Reportagen lieber um die Welt. Seine Kunden sind (Auszug): „Der Feinschmecker“, Verlag Gräfe und Unzer (G+U), Rösle, Nescafé, Kenwood, Seat & VW Spanien, Verlag DK, Graef, Deutsches Weininstitut, Mövenpick Hotel & Resorts, Ibis Hotels, Random House Verlag, Axel Springer Verlag, Red Bull Media.

Seine Bildgeschichten finden Sie unter www.markusbassler.com und auf Instagram, unter [instagram.com/thefoodeye](https://www.instagram.com/thefoodeye)

1000 Erinnerungen. 769 Handgriffe. 1 Leidenschaft. **One Moment**

Für den Moment, der bleibt.
WhiteWall Fotodruck: Ihr Bild, unsere Leidenschaft.



Ausgezeichnet mit dem TIPA World Award
„Best Photolab Worldwide“ Galerie-Qualität
printed by WhiteWall.com



Hahnemühle FineArt Baryta
auf Aluminum Dibond
ArtBox Holz, Eiche Schwarz

 **WHITE WALL**

BALANCE-AKT: NUDE-FOTOGRAFIE IN ZEITEN VON #METOO

Kann man in unseren aufgeregten Zeiten überhaupt noch Akt fotografieren? Ja, man kann, sollte aber einiges beachten. Am besten fürs gegenseitige Verständnis ist, wenn sich der Fotograf einmal die Brille des Gegenübers aufsetzt. Profi-Model Miriam Bettermann hat sich die Zeit genommen, uns während eines Shootings ihre Sicht auf das Thema Akt zu schildern.
Von Tilo Gockel



Miriam Bettermann erläutert uns ihre Sicht auf die #MeToo-Bewegung und die Konsequenzen im Alltag eines Profi-Models.

Erotische Fotos in den Zeiten von Epstein und Co.

Die Verbindungen zwischen Jeffrey Epstein und der Modelbranche sind ein zentraler Bestandteil der aktuellen Untersuchungen. Parallel berichtet Ex-Model Laurie Marsden in ihrem Buch „Men and MeToo“ über die sexuelle Ausbeutung in der Branche. Die Vorwürfe gegen Terry Richardson, Mario Testino und Bruce Weber passen in die prekäre Lage (bei Testino und Weber klagten Male Models die Fotografen an).

Wir Bildschaffende stehen vor der Aufgabe, in diesem verminten Gelände weiter zu fotografieren und weiterhin Aktfotos oder zumindest erotisch konnotierte Fotos aufzunehmen. Das kann nur gelingen, wenn wir die Modelle zu Wort kommen lassen, und dann auf die Belange und auch auf die Bedenken eingehen. Ich habe dafür ein Shooting mit Profi-Model Miriam Bettermann organisiert und Miriam dabei auch ein paar Fragen gestellt. Miri und ich kennen uns schon lange – hier sehen Sie die Ergebnisse von unserem zehnten gemeinsamen Shooting, also sozusagen vom Jubiläum. Ich möchte das zum Anlass nehmen, Miri ganz herzlich zu danken. Die Shootings haben durch die Bank richtig Spaß gemacht, und die Ergebnisse waren immer super.

Interview

I Die MeToo-Bewegung schlägt immer noch Wellen. Was würdest du heutzutage angehenden Models empfehlen? Was angehenden Fotografen?

Miriam Bettermann: Ich persönlich habe noch nie wirklich schlechte Erfahrungen gemacht, aber von befreundeten Models höre ich so manches. Wichtig ist in meinen Augen, dass man sich vorab über den Fotografen informiert. Ist er „geprüft echt“ (das ist beispielsweise auf der Website Model-Kartei.de ein sogenanntes Prüfsiegel)? Wie sind seine Bewertungen in der Model-Kartei? Mit wem hat er schon gearbeitet? Wie sind die Erfahrungen der Models? Für Letzteres gibt es auch Facebook-Gruppen und -Foren, die nur Models zulassen

und die für die schwarzen Schafe unter den Fotografen sogenannte Blacklists führen. Auch würde ich empfehlen, zumindest anfangs immer eine Begleitperson mitzubringen. Wenn der Fotograf das nicht erlaubt, würde ich das Shooting ablehnen.

I Wieso meinst du, dass du persönlich nie schlechte Erfahrungen gemacht hast, andere Models aber schon?

MB: Es ist in meinen Augen eine Frage der Glaubwürdigkeit, denn am Ende steht vielleicht Aussage gegen Aussage. Ich habe in meinen Anfängen rasch mit Profis wie Matthias Reinsdorff und Stefan Beutler ein Portfolio und damit auch ein Standing aufbauen können, das mir Sicherheit und auch Glaubwürdigkeit gegeben hat. Meine Kritik gegenüber dem Verhalten eines Fotografen hätte Gewicht gehabt.

I Was meinst du zu der Aussage, dass die Aktfotografie gut als Einstieg für eine professionelle Model-Karriere taugt?

MB: Diese Aussage ist in meinen Augen komplett falsch. Wer als Newcomer einmal Akt macht, wird immer darauf bezogen und



Wenn sich alle am Set wohlfühlen, spiegelt sich das auch in den Fotos wider (Modell: Miri Be). Sony A7 IV mit Sony FE 50mm F1.2 GM Master, Blende 1,2, 1/250 Sekunde, ISO 100.

reduziert. Es ist dann schwierig bis unmöglich, den Shooting-Bereich derart zu verändern, dass Akt außen vor bleibt.

! Was ist in deinen Augen wichtig, damit ein Beauty- oder auch ein Nude-Shooting für das Model ein positives Erlebnis wird?

MB: Alle Beteiligten sollten sich wohlfühlen. Dafür hilft es, alkoholfreie Getränke und etwas zum Knabbern anzubieten, ein Vorgespräch zu den Shooting-Themen und auch zu den Shooting-Bereichen zu führen und angenehme Musik aufzulegen. Gerade auch über die Shooting-Bereiche muss von Anfang an Einklang herrschen, sei es Fashion, Bademode, Dessous, Teilakt, Akt oder freizügiger Akt. Es ist schlechter Stil, wenn der Fotograf nach Beginn des Shootings den Shooting-Bereich erweitern möchte. Auch Newcomer-Models sollten das auf jeden Fall ablehnen.

Während des Shootings hilft es dem Model, ab und an ein Ergebnis auf dem Kameradisplay zu sehen. Das motiviert nicht nur. Es hilft auch, zu erkennen, ob der Fotograf gerade Ganzkörper-, Zweidrittel- oder Close-up-Fotos aufnimmt. Und dann zeugt es von einer Zusammenarbeit auf Augenhöhe, wenn man im Anschluss gemeinsam alle Bilder durchgeht und dem Model dabei die Möglichkeit bietet, unvoreilhaft Bilder direkt in der Kamera zu löschen.

! Du sprachst die Shooting-Bereiche an. Diese sind nicht immer ganz einfach zu verstehen. Wie interpretierst du selbst die Shooting-Bereiche?

MB: Die Abgrenzung ist tatsächlich nicht einfach. Ich umgehe mittlerweile die Begriffe Dessous, Teilakt, Akt, freizügiger Akt, weil sie nicht klar definiert sind. So sind häufig auch beim klassischen, künstlerischen Akt Details des weiblichen Intimbereichs zu sehen. Ich möchte das nicht und formuliere deshalb meine Shooting-Bereiche selbst. Sie reichen in meinen eigenen Worten bis „klassischer Akt ohne sichtbaren Intimbereich“.

! Was machst du, wenn die Stimmung am Set kippt und in provokative Kommentare abgleitet?

MB: Ein schönes Kompliment ist „Ich finde unsere Fotos super!“ oder „Du machst viel Sport, oder?“. Nicht angemessen ist ein Kompliment wie „Dein Po ist super!“. Wenn so ein Satz fällt, sage ich, dass das nicht angebracht ist. Beim zweiten Mal breche ich ab.

! Miriam, du bist vor rund drei Jahren Mama geworden. Hat diese Veränderung in deinem Leben auch deine Shootings beeinflusst?

>>>



Sony A7 IV mit Sony FE 50mm F1.2 GM Master,
Blende 1,2, 1/500 Sekunde, ISO 320.

! Woher stammt die Vorlage für deinen Model-Release-Vertrag?

MB: Ich verwende die Vorlagen von Model-Kartei.de. Sie werden dort zum freien Download sowohl für Pay-Shootings als auch für TFP-Shootings angeboten (TFP = Time for Pictures, es fließt also kein Geld).

! Mittlerweile fotografierst du auch selbst (Instagram: MiriBePhotography). Was ist anders, wenn Frauen Frauen fotografieren?

MB: Das ist eine interessante Frage für mich, weil ich beide Seiten kenne. Fotografinnen sind genauer und detailverliebter. Den männlichen Fotografen reicht es oft aus, wenn das Licht schmeichelt und das Model schön anzusehen ist. Fotografinnen sind fordernder und geben sich nicht so schnell zufrieden. Ich selbst fotografiere tatsächlich lieber Frauen als Männer, weil ich dann leichter eine Pose vormachen kann.

! Was hältst du vom nackten Mann im Foto?

MB: Nichts gegen Männer mit Waschbrettbauch, topless. Auch einen skulpturalen Akt wie den griechischen Diskuswerfer finde ich schön anzusehen. Weiter ins Detail der männlichen Anatomie muss es für meinen Geschmack aber nicht gehen!

>>> **MB:** Ja, natürlich haben sich viele Dinge verändert. Zuerst einmal war für mich eine längere Pause wichtig, denn ich wollte meine Zeit komplett meinem Sohn widmen. So langsam, mit nun bald drei Jahren, steht er schon so weit auf eigenen Beinen, dass ich ab und an wieder ein Shooting mache. Ohne meinen Mann, der mich super unterstützt, wäre das nicht so einfach möglich. Und ich habe noch etwas verändert: Nach der Geburt meines Sohnes habe ich mein OnlyFans-Konto gelöscht. Es kam mir ab diesem Moment einfach nicht mehr richtig vor.

! Sind Shootings für Playboy oder Penthouse eine Option?

MB: Das kann ich schnell beantworten, weil der Playboy bei mir schon zweimal angefragt hat und ich beide Male abgelehnt habe. Also nein und für Penthouse auch ... nein! Die Gründe waren für mich, dass man als Model nach dem Shooting erst einmal ein Jahr gesperrt wird für Akt-Shootings und dass die Fotos im Playboy die Grenzen meines Shooting-Bereichs verletzt hätten. Das möchte ich nicht.



Sony A7 IV mit Sony FE 50mm F1.2 GM Master, Blende f/1,2, 1/500 Sekunde, ISO 400.

DETAILS ZUM SHOOTING



Miri bringt außer Dessous und Make-up auch gute Laune mit ans Set.

Was den altbekannten Werkstattkalender vom Akt in der Kunst unterscheidet, ist nicht zuletzt die Art der Lichtsetzung. Wirkungsvolle Aktfotos brauchen Erahnbares und im Dunkeln Liegendes. Weiße Studios mit weißen Wänden und vielen Tageslichtfenstern sind zuerst einmal komplett hell und lichtdurchflutet. Schwarze Studios sind dagegen komplett dunkel und verlangen vom Fotografen, dass er bewusst einzelne Lichter freigibt.

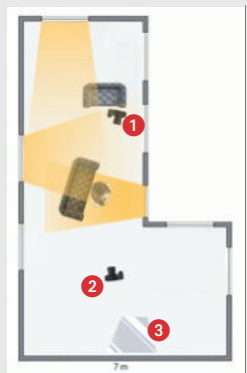
Das LYKE-Studio im Frankfurter Stadtteil Bergen-Enkheim kann beides. Es bietet von

drei Seiten Tageslicht, ist also zuerst einmal hell. Die Fenster lassen sich aber auch komplett verdunkeln. Dann kann man sozusagen „auf der grünen Wiese“ anfangen, das Licht zu setzen.

Als Kamera haben wir eine Sony Alpha 7 IV mit den Optiken Sony FE 50 mm F1.2 GM Master und Sony FE 24 mm F1.4 GM Master verwendet. Die meiste Zeit war das 50er auf der Kamera, denn dieses Objektiv taugt in meinen Augen für solche Fotos optimal. Es stellt Zweidrittel-Aufnahmen auch auf kurzem Abstand perfekt frei, und bei kompakten Posen gelangen damit auch Ganzkörperaufnahmen. Für engere Port-

raits wechsele ich auf ein 85er, aber sonst nehme ich, wann immer möglich, ein lichtstarkes 50er.

Für mich ist das Duo aus einer Vollformatkamera und einer lichtstarken und qualitativ hochwertigen 50er-Festbrennweite noch immer eine Traumkombination. Nicht umsonst besitze ich sage und schreibe sechs Fünfinger! Nur diese Brennweite liegt im Bildwinkel und damit auch in der Bildwirkung nah am menschlichen Auge. So liefert sie, mit dem richtigen Licht und mit ein bisschen Glück, einen fast holografischen Bildeindruck.



Links: So viele Möglichkeiten: Tageslicht von drei Seiten wie hier im LYKE bieten nur wenige Studios. Die Fenster kann man wahlweise mit Rollos (vertikal) oder mit Vorhängen (horizontal) auch komplett verdunkeln. www.lykeanatelier.de |

Rechts: Das LYKE bietet von mehreren Positionen aus gutes Licht ①, ②. An der unteren Seite steht ein Spiegel, der wie ein weiteres Fenster wirkt. ③ Man erkennt ihn im Aufmacherbild, im Hintergrund.

SIGMA 135 MM F1.4 DG ART

GROSSARTIGES BOKEH FÜR AUSDRUCKSSTARKE BILDER

Sie sind auf der Suche nach der perfekten Freistellung, auch für Ganzkörperportraits? Sie fotografieren Sport-Events oder Theaterbühnen? Oder Sie fühlen sich in der freien Natur wohl und lieben Nahaufnahmen von unseren gefiederten Freunden? Sie sind süchtig nach hoher Lichtstärke und bestem Bokeh? Dann dürfte die neue 135er-Festbrennweite von Sigma genau das Richtige für Sie sein. **Von Tilo Gockel**

Das weltweit erste 135mm F1.4 mit Autofokus

Die Reihe der klassischen Festbrennweiten lautet 24, 35, 50, 85, 105 und (Trommelwirbel) ... 135 mm. Über die Jahre habe ich sie alle kennengelernt und auch eine längere Zeit ein 135 mm f/2.0 genutzt. So kann ich sagen, dass Objektive mit 135 mm Brennweite etwas Besonderes sind. Sie bieten bezahlbar eine besonders gute optische Qualität und sind außergewöhnlich gut geeignet, Motive vom Hintergrund zu isolieren oder „freizustellen“. Und sie sind hinsichtlich des Aufnahmeabstands und des Gewichts besser handhabbar als ein Glas mit 200 mm.

Bekannte Klassiker mit dieser Brennweite sind das Canon EF 135 f/2.0L USM, das 1996 auf den Markt kam, und dessen Äquivalent, das Nikkor 135 f/1.8. Doch diese Objektive sind mittlerweile etwas in die Jahre gekommen. Zhongyi Optics hat dann 2016 das Mitakon Speedmaster herausgebracht, das wie das aktuelle Sigma mit den Kenngrößen 135 mm und Lichtstärke 1,4 aufwartet, allerdings keinen Autofokus besitzt. Sigma hat 2017 die Brennweite mit dem 135 mm F1.8 DG HSM Art vorgestellt und jetzt mit einer neuen Version mit Lichtstärke 1,4 nochmals nachgelegt. Das Sigma ist somit weltweit das erste Produkt mit dieser Brennweite, dieser extremen Lichtstärke und mit Autofokus.



Der neue Stern am Bokeh-Himmel (Modell Catarina Rie).
Sigma 135 mm F1,4 DG Art E-Mount an Sony A7 IV, Blende 1,4, ISO 80, 1/6.400 Sekunde.

Die Eckdaten des 135 mm F1.4 DG Art

Die technischen Daten des 135er lassen aufhorchen und beweisen viel Liebe zum Detail (siehe die Tabelle). So wurden in der Festbrennweite sage und schreibe 17 Einzellinsen verbaut, von denen 6 Sonderbauformen sind (asphärisch und „low dispersion“). Die Blende überrascht mit 13 Lamellen und erzeugt damit auch abgeblendet nahezu kreisrunde Zerstreuungskreise.

AB IN DIE PRAXIS

Die von uns verwendete Sony A7 IV bietet intern mehrere Optionen, um die Restfehler des Objektivs zu kompensieren. Im Detail sind dies die Vignettierungskorrektur, die Korrektur der chromatischen Aberration und die Kompensation der kissen- oder tonnenförmigen Verzeichnung. Wer Objektive bewerten möchte, sollte diese Mechanismen auch anschalten, weil die modernen Objektive exakt in Hinblick auf diese Algorithmen entwickelt wurden. Es wäre aufwändig, die Vignettierung optikseitig zu reduzieren. Softwareseitig ist diese Kompensation aber einfach. So bleibt den Herstellern mehr Freiraum, das optische System in jenen Fehlern zu optimieren, die algorithmisch schwer zu korrigieren sind. Und dann ist vor dem ersten Einsatz ein Firmware-Update für Objektiv und Gehäuse ratsam. Bis dato liegt aber für die Sony-Version noch keine neue Firmware-Version vor. Für die Test-



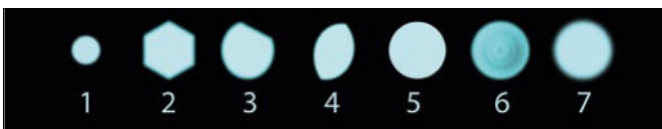
Mit 17 Linsenelementen in 13 Gruppen und mit einem Filterdurchmesser von 105 mm an der Frontlinse kommt das Sigma aufwändig daher. Da relativiert sich auch das Gewicht von 1.430 Gramm (Bildquelle Sigma).

fotos haben wir das Objektiv auf Blende 1,4 fixiert und dann ausschließlich offenblendig verwendet – wer öfters abblendet, könnte auch mit der preisgünstigeren 1,8er-Version glücklich werden. Auch komplett offen ist die Schärfe bereits sehr gut, und die unscharfen Bereiche sowie die Übergänge zwischen Schärfe und Unschärfe sind angenehm weich. Das Handling ist ausgezeichnet, und der Autofokus lässt in puncto Geschwindigkeit und Treffsicherheit nichts vermissen.

Die Qualität der Unschärfe, mittlerweile landläufig Bokeh genannt, lässt sich nur schwer messtechnisch ermitteln. Wenn man sich die Zerstreuungskreise in der Illustration ansieht, kommt man aber doch auf einen gemeinsamen Nenner. Letzten Endes wird man nur den idealen, weichen Kreis ganz rechts als perfektes Bokeh bezeichnen (7).



Sowohl die Schärfe als auch das Bokeh des Sigma überzeugen auf der ganzen Linie (alle Aufnahmen sind mit Blende 1,4 entstanden).



Zerstreuungskreise: ① zu kleiner Unschärfekreis und damit zu dezenter Bokeh-Effekt, ② eckiger Kreis, ③ angeschnittener Kreis, ④ durch zwei kreisförmige Anschnitte verformter Kreis, ⑤ zu scharf abgegrenzter Kreis, ⑥ Kreisfläche mit Zwiebelringstruktur, ⑦ perfekter Kreis mit weichem Rand. Kreis Nummer 7 wird gemeinhin als perfekter Zerstreuungskreis angesehen.

Die Zerstreuungskreise, die das neue Sigma liefert, kommen diesem Ideal sehr nahe. Wenn Motiv und Licht stimmen, vermitteln die Bilder durch das weiche und stimmige Bokeh ein fast schon holografisches Flair. In Sachen Freistellung überholt das neue Objektiv die genannten Klassiker – die hohe Lichtstärke zahlt sich tatsächlich aus.

Fazit

Das Sigma ist aktuell weltweit das erste 135er mit einer Lichtstärke von f/1,4 im Verbund mit einem Autofokus. Es ist hochwertig konzipiert und gefertigt. Videografen freuen sich über die rastfreie Blende. Landschafts- und Tierfotografen genießen die hohe Abbildungsqualität, Sport-, Event- und Hochzeitsfotografen nutzen wiederum die hohe Lichtstärke und den schnellen und treffsicheren Autofokus. Das Objektiv ist hochgezüchtet und damit nicht gerade ein Allrounder. Wer beispielsweise Hochzeiten fotografiert, braucht natürlich noch zwei, drei universellere Linsen in der Tasche, hat aber mit dem 135er auch das Glas für den ganz besonderen Look: Die Fotos werden später aus der Fotoserie herausstechen und in Erinnerung bleiben.

Für mich persönlich sind die Qualität des Bokeh sowie die Fähigkeit, Motive perfekt freizustellen, besonders wichtig. Direkt danach kommen die Schärfe bei Offenblende, das Gewicht und

nicht zuletzt natürlich auch der Preis. Wenn man so bewertet, punktet das Sigma auf der ganzen Linie. Werde ich es mir zulegen? Sagen wir mal so ... es ist nicht ganz unwahrscheinlich!

Technische Daten Sigma 135 mm F1.4 DG Art

Bajonett	Sony E-Mount (auch für L-Mount verfügbar)
Brennweite Bildwinkel	135 mm 18,2 Grad
Lichtstärke	1:1,4
Optikdesign	17 Elemente in 13 Gruppen (4 FLD-Elemente, 2 asphärische Elemente) <i>Anmerkung: FLD bedeutet Fluorit-Glas-ähnliches „Low Dispersion“-Glas</i>
Blende Blendenbereich	zirkuläre Blende mit 13 Lamellen f/1,4 bis f/16
Blendeneinstellung	Das Objektiv besitzt einen auf nicht rastend umstellbaren Blendenring und ist daher für Video besonders gut geeignet. Es besitzt weiterhin einen Schalter zur Verriegelung der Blendeneinstellung.
Innenfokus	✓
Fokusbereichsbegrenzer	–
Bildstabilisierung	–
Abdichtung	Das Objektiv ist wettergeschützt und abgedichtet hinsichtlich Staub und Spritzwasser
Filtergewinde	105 mm
Naheinstellgrenze größter Abbildungsmaßstab	1,1 m 1:6,9
Größe	Durchmesser: 112 mm Länge: 136 mm
Gewicht	1.430 g
mitgeliefertes Zubehör	Objektivbeutel und abnehmbare Arca-Swiss-Stativschelle
Besonderheiten	indirekter manueller Fokus („by wire“) zwei frei belegbare Tasten
Listenpreis, inkl. MwSt.	1.899,00 €

Das lichtstarke Sigma beeindruckt bereits auf dem Papier. Der Listenpreis ist in unseren Augen gut darstellbar.



DAS GLÜCK WARTET BEI ZWEIACHT

Nikon bietet mit drei Budget-Zooms im Brennweitenbereich von 17 bis 180 Millimetern und konstanter 2,8er-Offenblende eine preislich attraktive und leistungsstarke Trinity-Lösung. **Thorsten Wulff** hat sie ausprobiert.

Georg Fritzsch ist der Generalmusikdirektor des Staatstheaters Karlsruhe. Pfingstmontag. Im rappelvollen Zug Richtung Berlin lag ich bequem auf dem Boden des Fahrradabteils, als mir der GMD eine Textnachricht schickte. Zitat: „Danke für die herrlichen Bilder! Wahnsinn, wie du das bei dieser Beleuchtung hinbekommen hast!“

Oben: Die Nikon Z6III passt mit den drei Zooms perfekt in meine Lieblingstasche. | **Unten:** Felipe, der chilenische Jongleur, im Tempelhofer Sonnenaufgang.

Ich freue mich über das Lob, aber wie kam es dazu? Nach zwei Wochen in New York kam ich nach Berlin, um gleich über das Pfingstwochenende nach Karlsruhe zu fahren. Im Gepäck: die Nikon Z6III mit drei Zoomobjektiven von 17 bis 180 Millimetern. Dieses Set passt perfekt in meine über 36 Jahre ordentlich ausgefranste Domke-Tasche.

Schon 1988 hatte mich Robert Lebeck vor dem Gewicht zu vieler Nikons auf den Schultern gewarnt. Dieses Set hätte er geliebt. Die Nikon Z6III und diese drei Objektive erledigen unaufdringlich und präzise ihren Job. Der sofortige, präzise und lautlose Autofokus der drei Objektive, gepaart mit der Z6III, liefert das, was sonst nur Prospekte versprechen: Das Equipment tritt hinter die Aufgabe zurück.



Georg Fritzsch dirigiert in Karlsruhe. Mit der Bildstabilisierung der Nikon Z6III kann ich mit dem Tele die Dramatik und Dynamik der Bewegung darstellen, ohne dass das Bild an Bewegungsunschärfe verliert.

Wie aus einem Guss

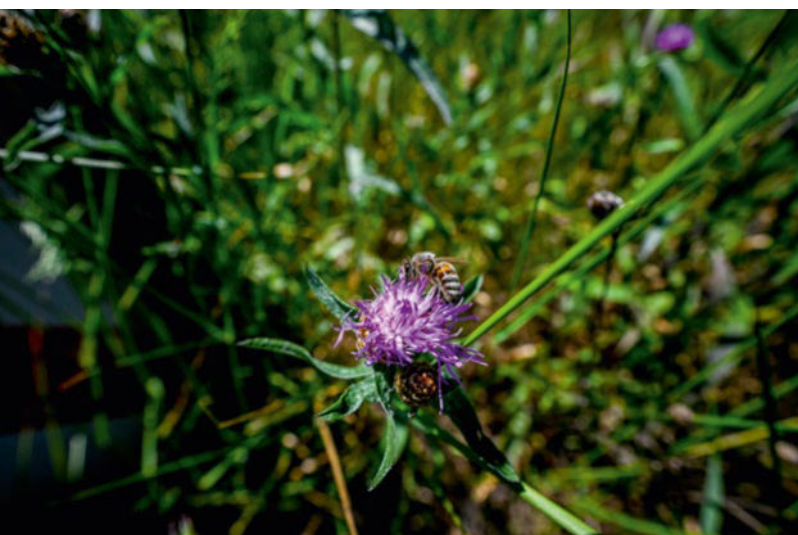
Die Protagonisten: das NIKKOR Z 17–28 mm f/2.8, das NIKKOR Z 28–75 mm f/2.8 und das NIKKOR Z 70–180 mm f/2.8. Die drei Objektive wirken optisch und haptisch wie aus einem Guss. Sie decken den relevanten Brennweitenbereich vom Ultraweitwinkel bis zum Tele ab und bieten durchgehend eine Lichtstärke von 1:2,8. Zusammen ergeben sie eine bemerkenswert kompakte und vergleichsweise preisgünstige Alternative zu den professionellen Spitzenmodellen.

So auch bei den Bildern aus dem Orchestergraben, die Georg Fritzsch so gut gefielen. Das NIKKOR Z 70–180 mm f/2.8 ist wie

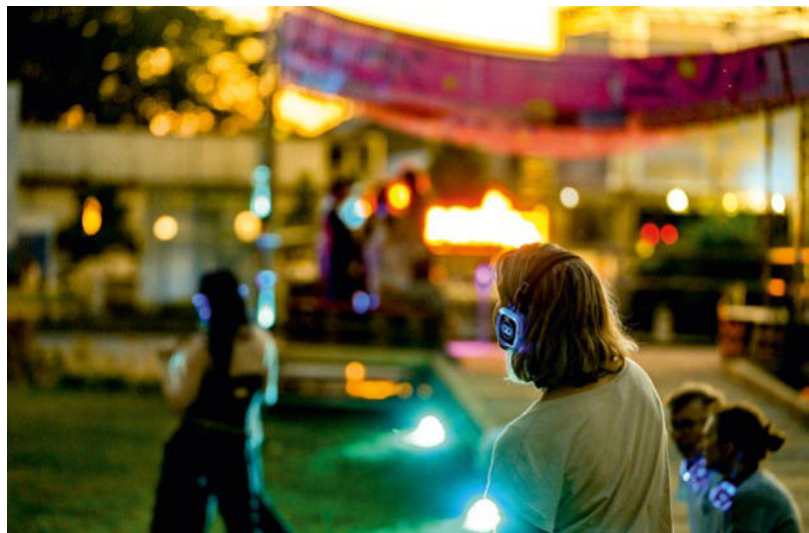
geschaffen für eine solche Aufgabe. Zusammen mit den beiden anderen Zooms entsteht der Eindruck eines einzigen, durchgängigen Systems. Die Objektive arbeiten gleichmäßig, unaufgeregt und präzise. Keines drängt sich mit Eigen- oder Besonderheiten in den Vordergrund, keines fällt in Leistung oder Handhabung ab.

Nah dran mit 17 Millimetern

Mit dem NIKKOR Z 17–28 mm f/2.8 steigt man direkt ins Geschehen ein. In Karlsruhe fotografiere ich die brasilianische Musikerin >>>



Links: Dank der Naheinstellgrenze von nur 19 Zentimetern eignet sich das NIKKOR Z 17–28 mm f/2.8 auch für Nahaufnahmen: Mit der Umgebung wirkt die Aufnahme natürlicher als eine klassische Makroaufnahme. | **Rechts:** Letzte Glühbirnen für das „Paradies“. Trotz harten Gegenlichts bewahrt das NIKKOR Z 28–75 mm f/2.8 Zeichnung in den hellen und dunklen Bildbereichen; es eignet sich hervorragend für Street und Reportage.



Links: Jazz aus Brasilien mit Angela Frontera. Das NIKKOR Z 17–28 mm f/2.8 bringt den Betrachter mitten ins Geschehen, ohne die Perspektive unnatürlich wirken zu lassen. | **Rechts:** Silent Disco im Abendlicht. Das NIKKOR Z 70–180 mm f/2.8 verdichtet die Perspektive und löst die Tänzer gleichzeitig wirkungsvoll vom Hintergrund.

>>> Angela Frontera in einem Jazzclub. Unbemerkt bewege ich mich hinter den Tresen und arbeite mich Schritt für Schritt näher an die Szene heran. Erst als ich praktisch direkt hinter ihr stehe, dreht sie sich lachend um. Der Moment reicht für das Bild.

Dabei hilft die kurze Naheinstellgrenze von nur 19 Zentimetern. Das Ultraweitwinkel erlaubt Perspektiven, die mit vielen anderen Zooms kaum möglich wären. Wenige Tage später nutze ich genau

diese Eigenschaft erneut, diesmal draußen in einem Park. Eine Biene sammelt Nektar auf der Blüte einer Wiesenflockenblume. Bei 17 Millimetern Brennweite kann ich nah heran, ohne die Umgebung aus dem Bild zu verlieren.

Das leichte, kompakte und gegen Staub sowie Spritzwasser geschützte Objektiv gefällt mir so gut, dass es während des Tests meist als Standardobjektiv auf der Kamera bleibt.



TECHNISCHE DATEN

	NIKKOR Z 17-28 MM F/2.8	NIKKOR Z 28-75 MM F/2.8	NIKKOR Z 70-180 MM F/2.8
Naheinstellgrenze	19 cm	19–39 cm (je nach Brennweite)	27–85 cm (je nach Brennweite)
max. Abbildungsmaßstab	1:5,3	1:2,9	1:2,1
Blendenlamellen	–	9	9
Blendenbereich	–	f/2.8–22	f/2.8–22
Filtergewinde	67 mm	67 mm	67 mm
Abmessungen	75 × 101 mm	75 × 120,5 mm	83,5 × 151 mm
Gewicht	445 g	565 g	795 g
Preis	1.049 €	899 €	1.149 €

Für Reportage und Reichweite

Das NIKKOR Z 28–75 mm f/2.8 ist für den klassischen Reportagebereich zuständig. Mit seinem großen Zoombereich und der durchgängigen Lichtstärke von 1:2,8 deckt es vieles ab, was im fotografischen Alltag anfällt: Gruppenbilder, Reportagen, Portraits oder Details.

In Karlsruhe wurde für eine Veranstaltung ein großes Schild mit dem Schriftzug „Paradies“ in einem trockengelegten Brunnen aufgebaut. Ein Techniker schraubte gerade die letzten Glühbirnen ein. Ich hatte das 28–75 mm auf der Kamera und lief hinüber. Die Sonne brannte mit über 35 Grad vom Himmel. Bei ISO 400, Blende 14 und 1/800 Sekunde entstand ein Bild mit sauberer Zeichnung trotz direkten Gegenlichts.

Das dritte Mitglied des Trios, das NIKKOR Z 70–180 mm f/2.8, kam anschließend im Orchestergraben zum Einsatz. Georg Fritzsch dirigierte mit vollem Körpereinsatz den Rosenkavalier. Bei 180 Millimetern Brennweite, Blende 2,8, 1/60 Sekunde und ISO 3200 gelang ein Bild, das die Dynamik seiner Bewegungen sicht-

bar macht. Das Gesicht bleibt scharf, während die Hände in Bewegungsunschärfe verschwimmen.

Trotz seiner Reichweite bleibt das Telezoom erstaunlich handlich. Mit nur 795 Gramm Gewicht und einer Länge von 151 Millimetern fügt es sich nahtlos in das Konzept des Trios ein. Gemeinsam decken die drei Objektive praktisch jede fotografische Situation ab – von der Reportage über Portraits bis zur Bühnenfotografie.

Bilder direkt weitergeben

Zurück in Berlin besuche ich meinen Freund Felipe, den „Ampelkeeper“, an seinem Arbeitsplatz. Der Chilene ist gelernter Bankier. Die Liebe verschlug ihn an die Spree – und seine Begeisterung für die Techno-Clubs der Stadt. Jeden Tag füllt er eine 42 Sekunden lange Grünphase mit Jonglage, Messern, Diabolos und Bällen.

Felipe nutzt Instagram und TikTok als wichtigste Plattformen. Um ihm Bilder direkt vor Ort zur Verfügung zu stellen, verwende ich Nikons SnapBridge-App (s. Kasten). Sie verbindet Kamera und Smartphone per Bluetooth oder WLAN und ermöglicht die schnelle Übertragung der Aufnahmen. In Verbindung mit der Nikon Imaging Cloud lassen sich Bilder zudem direkt sichern, organisieren und über Links teilen. Für Fotografen, die ihre Aufnahmen unmit-

telbar veröffentlichen oder an Kunden weitergeben möchten, ist das ein praktischer Bestandteil des Workflows.

Fazit

Wer mit einer Nikon-Z-Kamera einen durchgängigen Brennweitenbereich von 17 bis 180 Millimetern bei durchgehender Lichtstärke 1:2,8 sucht, findet hier eine ausgewogene Lösung. Nicht spektakulär. Nicht luxuriös. Sondern einfach gut. „Zu viele Kameras und Objektive auf den Schultern machen selten bessere Bilder“, mahnte Robert Lebeck bereits 1988. Diese drei Zooms sind die richtige Menge. Und sorgen dafür, dass bei ZweiAcht am Ende auch die Kunden glücklich sind.

VOM AUSLÖSER ZUM KUNDEN

Um Bilder auf der Kamera mit anderen zu teilen oder sie zu archivieren, kommen Nikon SnapBridge und die Nikon Imaging Cloud ins Spiel.

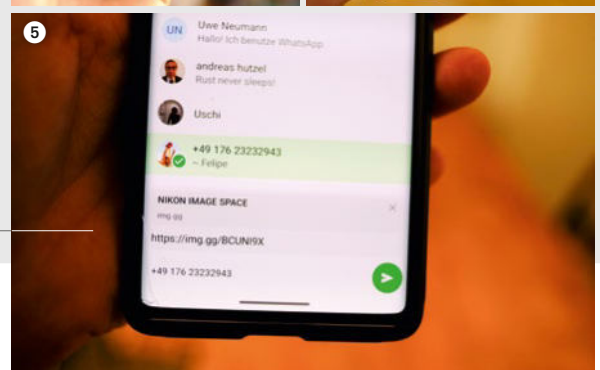
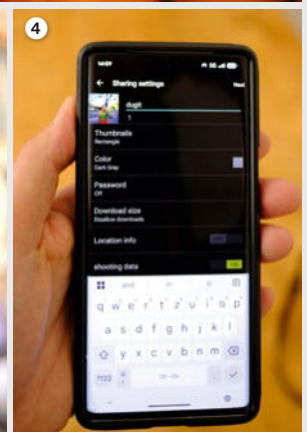
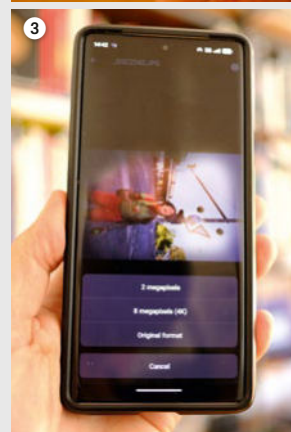
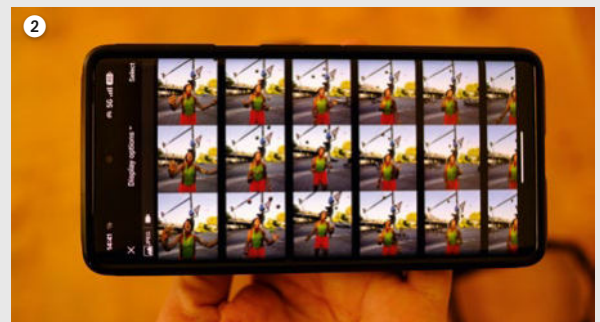
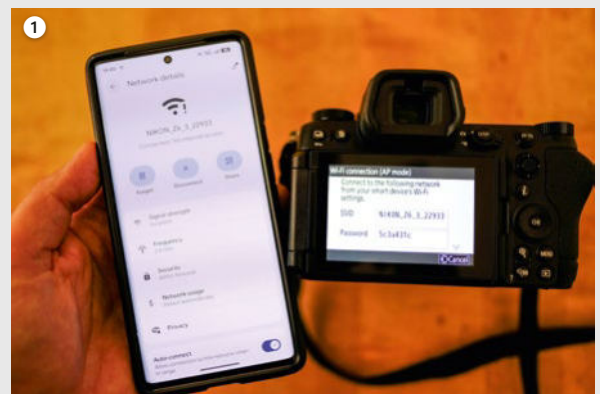
Die SnapBridge-App verbindet die Kamera per Bluetooth oder WLAN mit einem Smartphone oder Tablet. Bilder können direkt automatisch oder manuell übertragen werden und stehen unmittelbar für Social Media, Messenger-Dienste oder die schnelle Kundenkommunikation zur Verfügung. Gerade bei Reportagen und Veranstaltungen ist es praktisch, ausgewählte Aufnahmen bereits während des Shootings weitergeben zu können.

Die Nikon Imaging Cloud erweitert diesen Workflow um Cloud-Funktionen. Die Kamera kann Bilder direkt über WLAN in die Cloud übertragen. Darüber hinaus dient die Plattform als zentrale Schnittstelle für Firmware-Updates und die von Nikon angebotenen Bildbearbeitungsrezepte, also vordefinierte Bildlooks, die von und zur Kamera übertragen werden können.

Für die Speicherung, Organisation und Freigabe von Bildern gibt es den Nikon Image Space. Via Webbrowser lassen sich Bilder verwalten, in Alben organisieren und per Link mit Kunden, Redaktionen oder Projektpartnern teilen.

In der Praxis entsteht so ein durchgängiger Workflow: Die Kamera liefert die Bilder, SnapBridge bringt sie auf das Smartphone, die Imaging Cloud übernimmt die Verbindung zur Nikon-Welt und der Nikon Image Space sorgt für Archivierung und Bildaustausch.

- 1 Kamera und Smartphone über die SnapBridge-App per Bluetooth oder WLAN koppeln.
- 2 Die gewünschten Bilder auf der Speicherkarte auswählen.
- 3 Die Aufnahmen direkt auf das Smartphone übertragen – auf Wunsch automatisch bereits während des Fotografierens.
- 4 Die in der Nikon Imaging Cloud befindlichen Bilder sind über die Smartphone-App editier- und teilbar.
- 5 Veröffentlichte Ordner der Nikon Imaging Cloud können zum Beispiel über WhatsApp geteilt werden.



ABO-FREIE RAW-BILDBEARBEITUNG

Viele Fotografen kennen das Problem: Die Kamera liefert starke RAW-Dateien, aber der eigentliche Unterschied entsteht erst danach. In der Entwicklung. In der Rauschminderung. In der Korrektur von Objektivfehlern. In der Farbe. In der lokalen Bearbeitung. Genau hier setzt die professionelle RAW-Bildbearbeitungssoftware DxO PhotoLab 9 an.

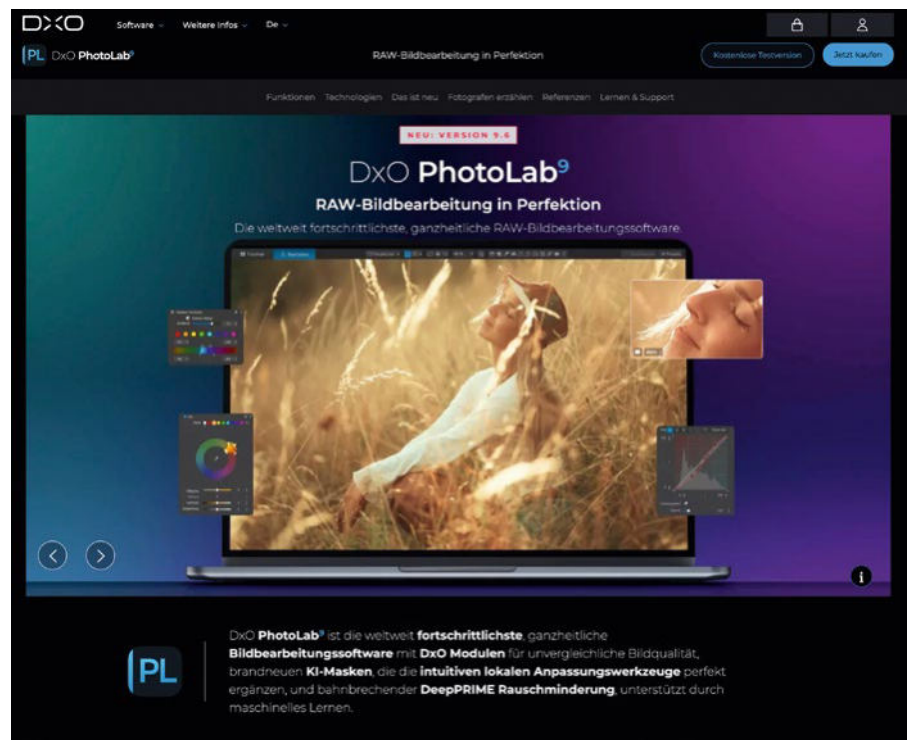
Sie richtet sich an alle Fotografen, die ihre Aufnahmen nicht nur verwalten oder schnell mit Presets versehen wollen, sondern wirklich ausarbeiten möchten. Die Software kombiniert moderne Werkzeuge der Künstlichen Intelligenz, präzise optische Korrekturen, starke Rauschminderung, lokale Anpassungen und professionelle Farbwerkzeuge in einem Workflow. Damit will DxO dem Fotografen nicht die Entscheidung abnehmen. Das Ziel ist, ihm eine technisch bessere Ausgangsdatei und mehr Kontrolle zu geben.

Verschiedene Profile

Ein zentraler Vorteil von DxO ist die Arbeit mit Kamera- und Objektivprofilen. DxO analysiert Kameras, Sensoren und Objektive wissenschaftlich und erstellt daraus präzise DxO-Module für konkrete Kamera-Objektiv-Kombinationen. Diese Module korrigieren typische Schwächen automatisch: Verzeichnung, Vignettierung, chromatische Aberration und objektivbedingte Unschärfe. PhotoLab erkennt anhand der Bilddaten, welches Kameragehäuse und welches Objektiv verwendet wurden, lädt das passende Modul bei Bedarf herunter und wendet es an. Für Fotografen heißt das: Die Bearbeitung startet nicht bei null, sondern auf einer sauberen, optisch korrigierten Grundlage.

Technisch bessere Basis

Gerade bei hochwertigen Kameras und modernen Objektiven ist das wichtiger, als es auf den ersten Blick klingen mag. Denn auch eine teure Ausrüstung ist nicht unbedingt perfekt. Viele Objektive verlie-



Die Homepage von DxO informiert ausführlich über DxO PhotoLab 9 und Softwareprodukte des Unternehmens.

ren an den Rändern Schärfe, zeigen Farbsäume oder verzeichnen sichtbar. PhotoLab 9 korrigiert diese Schwächen nicht pauschal, sondern abgestimmt auf die konkrete Kombination aus Kamera und Objektiv. So wird aus einer RAW-Datei nicht einfach nur ein bearbeitetes Bild, sondern eine technisch bessere Basis für den gesamten weiteren Look.

Rauschminderung

Besonders stark ist PhotoLab 9 bei der Rauschminderung. Die DeepPRIME-Technologie von DxO nutzt maschinelles Lernen, um RAW-Dateien sichtbar sauberer zu entwickeln. Mit DeepPRIME XD3 lassen sich selbst Aufnahmen mit hohen ISO-Werten so bearbeiten, dass Rauschen reduziert wird und feine Details erhalten bleiben. Das ist besonders spannend für Wildlife, Reportage, Konzerte, Innenräume, Nachtaufnahmen, Hochzeiten oder alle Situationen, in denen das Licht nicht perfekt ist. PhotoLab glättet Bilder nicht

einfach weich. Es versucht, Struktur, Kanten und Details zu bewahren.

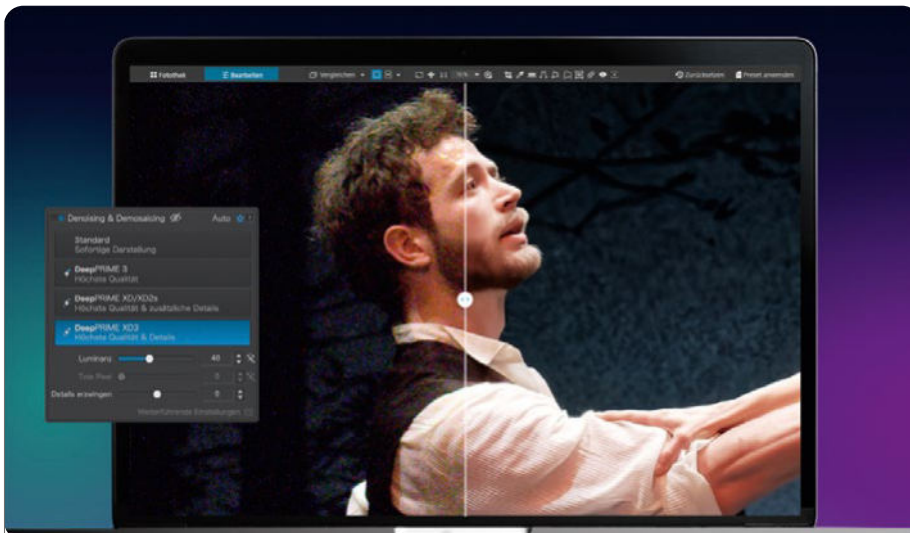
Keine Ein-Klick-Software

Trotz der starken Automatik bleibt PhotoLab 9 keine Ein-Klick-Software. Das ist wichtig. Die Software nutzt KI dort, wo sie sinnvoll ist: bei Auswahl, Maskierung und beschleunigten Bearbeitungsschritten. Die neuen KI-Masken helfen dabei, Bereiche wie Himmel, Personen, Tiere, Hintergründe oder andere Motive schneller auszuwählen. Danach entscheidet der Fotograf, was mit dieser Auswahl passiert. Heller, dunkler, wärmer, kontrastreicher, weicher, dramatischer oder natürlicher. Die KI ist Werkzeug, nicht Autopilot.

In Kombination mit der U-Point-Technologie wird die lokale Bearbeitung besonders intuitiv. Statt dass man sich durch komplizierte Ebenenstrukturen kämpft, lassen sich Bildbereiche gezielt anpassen. Kontrollpunkte, Kontrolllinien, Pinsel und Masken

Rabatt-Aktion

Mit dem Rabattcode **DxO-digit!** gibt es 15 Prozent Rabatt auf Neukäufe von DxO PhotoLab 9 sowie allen Produkten im DxO-Shop. Der Code gilt für neue Lizenzen und Neukunden, nicht für Upgrades.



Bilder oben und rechts: Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz erleichtert DxO PhotoLab 9 die Arbeit mit RAW-Bilddaten und optimiert so den Workflow der Fotografen.

ermöglichen präzise Eingriffe direkt im Bild. Ein Gesicht leicht aufhellen, den Himmel kontrollierter abdunkeln, den Blick auf ein Motiv lenken, störende Bereiche zurücknehmen oder Farben nur in einem bestimmten Teil des Bildes anpassen: PhotoLab 9 bietet dafür die passenden Werkzeuge, ohne den Workflow unnötig aufzublasen.

Farbe und Look

Auch bei Farbe und Look ist PhotoLab 9 breit aufgestellt. Weißabgleich, HSL, Tonwertkurve, LUTs, das DxO Color Wheel und weitere Werkzeuge geben Fotografen volle Kontrolle über Farbstimmung, Kontrast und Bildwirkung. Wer natürliche Farben möchte, bekommt eine präzise Grundlage. Wer seinen eigenen Stil entwickeln will, findet genug kreative Werkzeuge. Damit ist PhotoLab 9 nicht nur ein technischer RAW-Konverter, sondern eine vollständige Bildbearbeitungsumgebung.

Das macht die Software besonders interessant für Fotografen, die eine Alternative zu Adobe Lightroom suchen oder ihren bestehenden Workflow erweitern möchten. PhotoLab 9 kann als zentrale RAW-Software genutzt werden, lässt sich aber auch in andere Arbeitsabläufe einbauen. Wer bereits mit anderen Programmen arbeitet, muss nicht alles über Bord werfen. Entscheidend ist: PhotoLab 9 lässt sich dort einsetzen, wo es am meisten bringt, nämlich bei der hochwertigen RAW-Entwicklung, der optischen Korrektur, der Rauschminderung und der präzisen lokalen Bearbeitung. Danach lassen sich Bil-

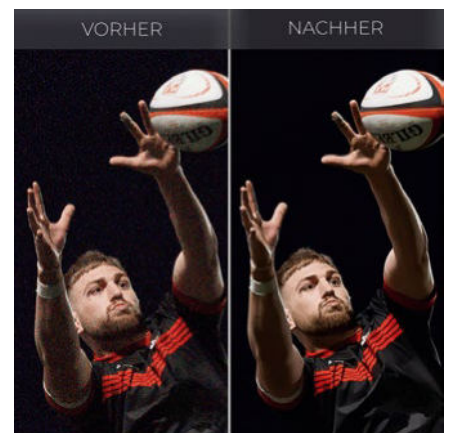
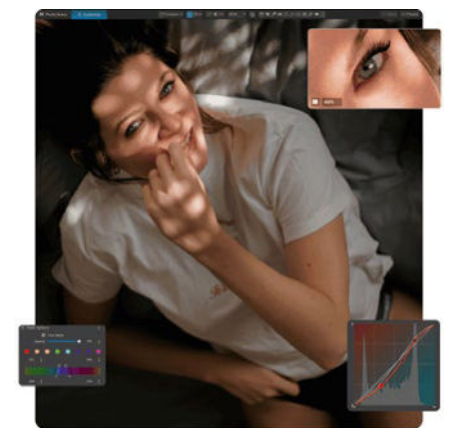
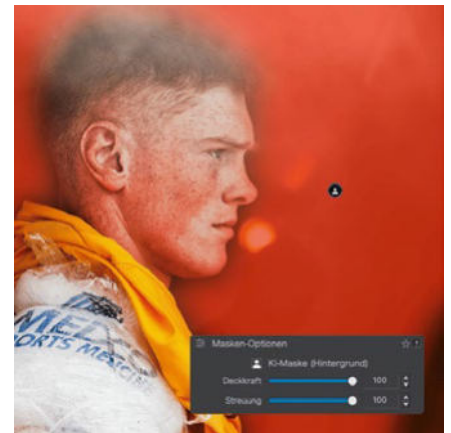
der je nach Workflow weiterverwenden, exportieren oder in andere Programme übergeben.

Darin liegt die Stärke: PhotoLab 9 ist modern, aber nicht beliebig. Es bietet KI-Unterstützung, aber keine Entmündigung. Es liefert automatische Korrekturen, aber keine austauschbaren Looks. Es hat alles, was man heutzutage für professionelle RAW-Bildbearbeitung braucht: Kamera- und Objektivkorrekturen, Rauschminderung, Schärfesoptimierung, lokale Anpassungen, Retusche, Farbkontrolle, Kontrast, Export und Bildverwaltung. Gleichzeitig bleibt der Fotograf derjenige, der entscheidet.

Kaufen statt abonnieren

Das Lizenzmodell ist ein weiteres starkes Argument. DxO setzt auf klassische Kaufsoftware statt auf ein Abo-Modell. Man kauft eine Lizenz und kann die Software dauerhaft nutzen. Keine monatliche Bindung, keine versteckten Gebühren, kein Gefühl, nur noch Mieter der eigenen Werkzeuge zu sein. Für neue Versionen gibt es Upgrade-Angebote. Wer später auf eine neue Version wechseln möchte, kann das zu Upgrade-Konditionen tun, statt wieder komplett neu einzusteigen.

Wer wissen will, ob PhotoLab 9 zum eigenen Stil passt, muss es nicht blind kaufen. DxO bietet eine 30-tägige kostenlose Testversion an, ohne Einschränkungen und ohne Kreditkartendaten. Der beste Test ist simpel: eigene RAW-Dateien öff-



nen. Ein schwieriges Low-Light-Bild. Eine Aufnahme mit hohem ISO-Wert. Ein Foto mit feinen Details. Ein Motiv mit kritischen Bildrändern. Genau dort zeigt sich, was PhotoLab 9 wirklich kann.

DxO PhotoLab 9 ist für Fotografen gemacht, die Qualität sehen, Kontrolle behalten und ihre RAW-Dateien ernst nehmen. Für alle, die Adobe nicht mögen, keine Lust auf ein Abo haben oder einfach ausprobieren wollen, wie viel mehr in den eigenen Bildern steckt, ist PhotoLab 9 eine starke Alternative.

www.dxo.com/de/dxo-photolab/





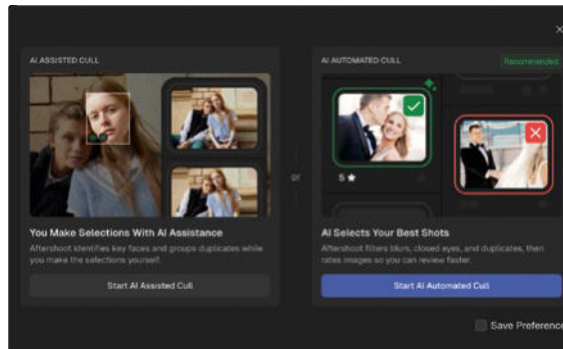
PORTRAITFOTO-WORKFLOWS MIT KI

Auf dem Weg vom Portraitshooting bis zum abgabereifen Bild sind verschiedene, oft sich wiederholende und zeitaufwändige Schritte zu gehen. Gut, dass es dafür mittlerweile KI-basierte Software-Werkzeuge gibt, die Fotografen unterstützen. **Michael Marczok** stellt vier Programme vor, die sich mithilfe von Künstlicher Intelligenz um die zahlreichen Facetten im Portraitfoto-Workflow kümmern.

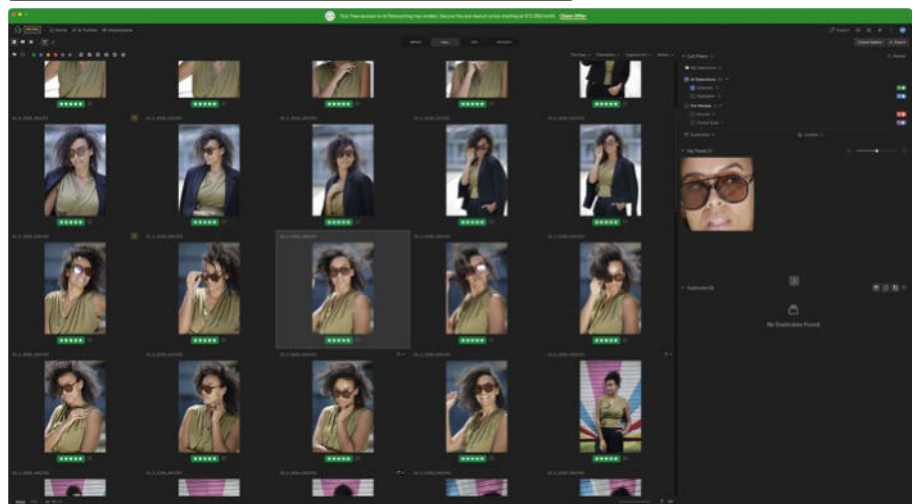
Ein modernes Portrait-Tool muss zu erst einmal zuverlässig Personen erkennen, Serienbilder gruppieren und die technisch und gestalterisch besten Aufnahmen identifizieren können, um den Selektionsaufwand zu minimieren und zu beschleunigen. Dieser Prozess wird „Culling“ genannt. Der Begriff stammt aus dem Englischen und bezeichnet das Aussortieren beziehungsweise Auswählen geeigneter Aufnahmen.

Auf der Retusche-Seite ist das Ziel, mit minimalem Aufwand natürliche Ergebnisse zu erhalten. Dabei sind automatische Hautkorrekturen ohne „Plastik“-Look, punktuelle Entfernung von Unreinheiten, subtile Faltenreduktion, Aufhellen der Augen und Zähne, Entfernung von abstehenden Haaren und Brillenspiegelungen sowie selektive Maskensteuerung für einzelne Personen in Gruppenbildern einige der grundlegenden Funktionen. Zusätzliche Merkmale, wie zum Beispiel eine Make-up-Funktion, können darüber hinaus hilfreich sein.

Ebenfalls wichtig sind nicht funktionale Features wie Offline-Fähigkeit, um dem Datenschutz gerecht zu werden und die Privatsphäre der Fotografierten zu schützen, Batch-Verarbeitung, um bei der Durchführung von Prozessen im Hintergrund weiterarbeiten zu können, sowie individuelle Voreinstellungen und Presets für Looks und wiederkehrende Bearbeitungen per Mausklick. Es sollte sich von selbst verstehen, dass die KI-Ergebnisse manuell zu korrigieren sein müssen.



Oben: Aftershoot bietet zu Beginn des Cullings die Wahl zwischen KI-assistierter und vollautomatischer Auswahl. Die vollautomatische Auswahl liefert bereits sehr gute Ergebnisse. | **Unten:** Nach dem Culling erhält man eine von der KI priorisierte Auswahl. Die Einstufung in Vier- und Fünf-Sterne-Bewertungen zeigt meist zuverlässig die besten Bilder eines Shootings.



Die Programme in der Übersicht

Aftershoot

Aftershoot kombiniert in der neuesten Version KI-basiertes Culling mit integrierter, automatischer Retusche und legt den Fokus auf Workflow-Beschleunigung. Die Wahl- und Sortierfunktionen „Automatisch oder Individuell“, Erkennung geschlossener Augen und Duplikaterkennung laufen offline und filtern bereits vor der Retusche die besten Bilder heraus.



Vorher-Nachher-Vergleich einer Retusche mit Aftershoot. Das Ergebnis wirkt natürlich und nicht übertrieben.

Die Retusche-Features sind KI-gestützt und umfassen Hautglättung, Entfernung von Hautunreinheiten, Faltenreduzierung, Zahnaufhellung, Haarbereinigung, Brillenspiegelungsentfernung und selektive Anwendung auf einzelne Personen. Diese Werkzeuge lassen sich im Batch auf Serien anwenden und als Presets speichern.

Fast alle Tools können offline mit den Formaten JPEG sowie TIFF umgehen und klinken sich in Adobe Lightroom Classic oder Capture One ein. Einige Retusche-Funktionen arbeiten cloubasiert, werden also nicht lokal auf dem Rechner ausgeführt. Zusätzliche KI-basierte Funktionen wie eine Doppelkinn-Reduktion sollen folgen.

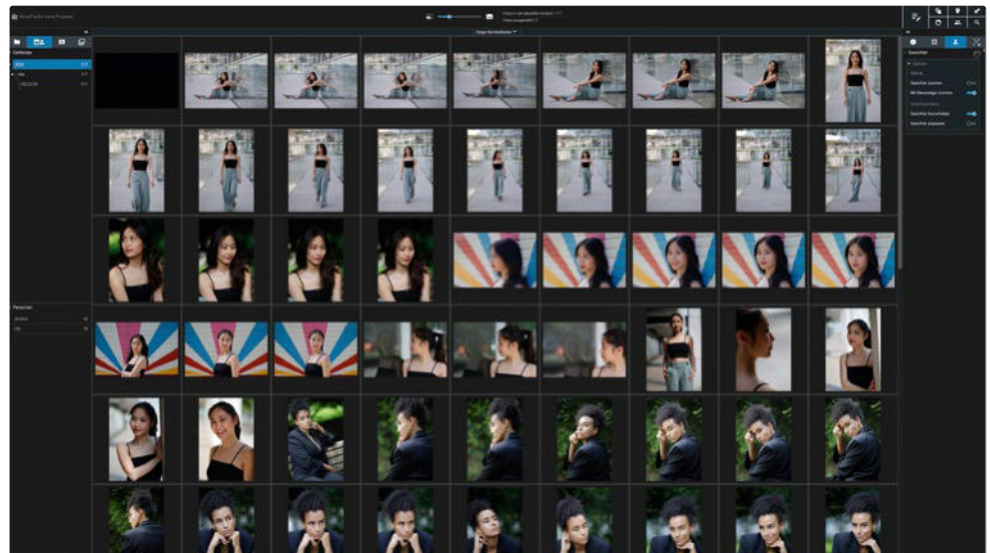
Excire Foto

Excire – und hier die aktuelle Version Excire Foto 2027 – ist ein KI-gestütztes Foto- und Asset-Management mit starken Personen- und Qualitätsanalyse-Funktionen für Portraitmotive. Die KI erkennt und markiert Gesichter präzise auch in Gruppen, bewertet Bildästhetik und Schärfe und erlaubt feinste Such- und Filterkriterien wie Gesichtsausdrücke, offene oder geschlossene Augen sowie Gruppen- und Einzelportraits.

Der Nutzen für Portraitfotografen liegt in der schnellen Organisation großer Archive, automatischem Face-Tagging, Ästhetik-Ranking und – ab der Version Excire Foto 2027 – einer Peaking-Ansicht zur schnellen Fokuskontrolle, zusätzlich zur regulären Erkennung der Schärfe von Gesichtern. Retusche an sich ist nicht das Kernprodukt, vielmehr unterstützt Excire Foto das Finden, Bewerten und Vorauswählen von Bildern, die dann in einer Bearbeitungssoftware weiterverarbeitet werden.

Neurapix

Neurapix bietet KI-gestützte Culling- und Batch-Bearbeitungs-Services, teils als Plug-in für Lightroom Classic, teils als cloud-bezogene serverbasierter Dienst; dabei liegt der Schwerpunkt



Excire Foto bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Auswahl, Analyse und Gruppierung von Motiven.

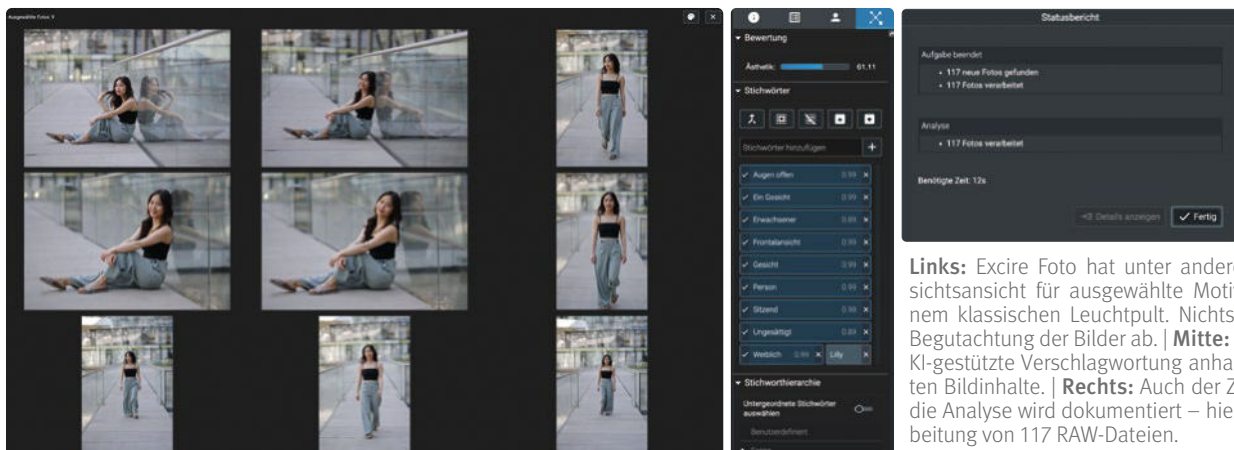
auf personalisierten KI-SmartPresets, die sich an einem vorgegebenen Stil orientieren sich im Batch abarbeiten lassen. Ein weiteres Augenmerk wird auf automatisches Begradigen und Beschneiden sowie auf integrierte Retusche-Masken gelegt.

Die Neurapix-KI kann Serien gruppieren, Augen- und Ausdrucks-Informationen wie offene Augen, Blick in die Kamera oder Lächeln in Gruppenaufnahmen liefern. Es lassen sich automatisierte RAW-Konvertierungen mit Stil-Vorlagen, den sogenannten SmartPresets, ausführen und eine Retusche-Maske erzeugen, auf die Hautglättung, Augen- und Zahnaufhellung und weitere portraittypische Anpassungen automatisiert angewendet werden können.

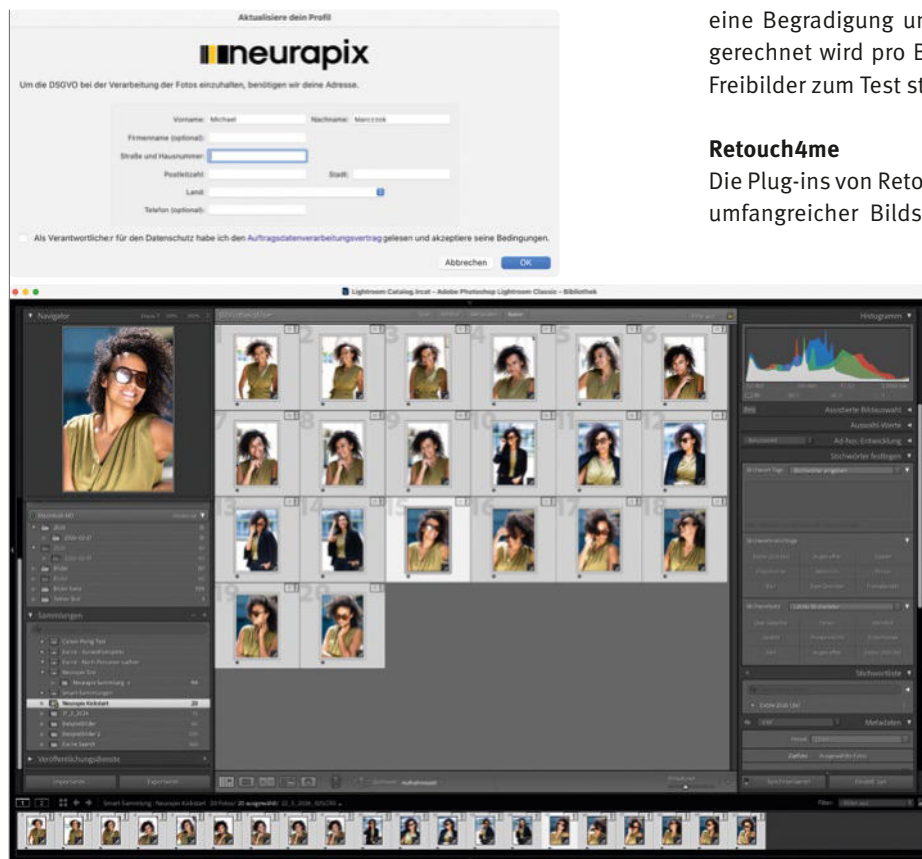
Ideal ist dies für Portraitserien, wie sie bei Hochzeits- oder Business-Shootings entstehen.

Retouch4me

Retouch4me ist eine umfassende Sammlung von KI-Plug-ins. Diese sind auf KI-Portrait-Retusche spezialisiert und liefern modulare, automatisierte Tools für spezifische Retuscheaufgaben, zum Beispiel für Hautkorrekturen, Haarbearbeitung sowie Augen- und Zahnoptimierung. Die Module sind typischerweise sehr eng auf eine Funktion spezialisiert (z. B. Blemish-, Skin-Smoothing- oder Eye-Enhancement-Module) und zielen auf natürliche Ergebnisse ohne manuelles Maskieren. Das aktuelle Update integriert >>>



Links: Excire Foto hat unter anderem eine Übersichtsansicht für ausgewählte Motive, ähnlich einem klassischen Leuchtpult. Nichts lenkt von der Begutachtung der Bilder ab. | **Mitte:** Hilfreich ist die KI-gestützte Verschlagwortung anhand der erkannten Bildinhalte. | **Rechts:** Auch der Zeitaufwand für die Analyse wird dokumentiert – hier bei der Verarbeitung von 117 RAW-Dateien.



Oben: Der Datenschutz spielt bei Neurapix eine wichtige Rolle. Vor der Verarbeitung der Bilder wird erläutert, wer für die DSGVO-konforme Verarbeitung verantwortlich ist und wo der AVV zu finden ist. | **Mitte:** Für die Erstellung eines SmartPresets im sogenannten Kickstart-Prozess wählt das Plug-in zunächst 20 unbearbeitete Motive aus einem größeren Bildbestand aus. Die Bilder werden zur Analyse an Neurapix übertragen. | **Unten:** Nach Abschluss der Analyse lässt sich das SmartPreset herunterladen und direkt über das Neurapix-Menü in den Plug-in-Extras von Lightroom nutzen.

eine Begründung und Kontext-Analysen ganzer Shootings. Abgerechnet wird pro Bild oder in einem unlimitierten Abo. 1.000 Freibilder zum Test stehen zur Verfügung.

Retouch4me

Die Plug-ins von Retouch4me ermöglichen Batch-Verarbeitungen umfangreicher Bildserien, z.B. für Hochzeiten oder Business-Portraits. Es gibt ein zentrales Panel für die Organisation aller geladenen Tools.

Retouch4me Apex ist eine zusammengefasste Sammlung aller 15 lieferbaren Plug-ins als All-in-one-Retusche. Die Verarbeitung erfolgt vollständig in der Cloud.

Retouch4me Arams fügt Apex noch eine KI-Auswahl der besten Bilder hinzu. Sind separat erworbene Plug-ins vorhanden, kann lokal gearbeitet werden, ansonsten läuft alles über die Cloud.

Die Plug-ins werden einmalig bezahlt, für die KI-Auswahl muss man sogenannte KI-Analyse-Credits kaufen. Für einen Test stehen 20 Cloud-Retusche- und 100 KI-Analyse-Credits zur Verfügung.

Datenschutz im Portrait-Workflow

Da bei der Portraitfotografie persönliche Daten, nämlich das eigene Bild, entstehen, ist der Aspekt des Daten-

schutzes und der Datensicherheit relevant. Deshalb sollte nicht nur auf die reine Funktionalität der Programme, sondern auch auf die Art des Datenumgangs geachtet werden. Grundsätzlich sind zwei Varianten möglich. Läuft die KI lokal auf dem heimischen Rechner, also offline, gibt es keine Internetverbindung, alle Berechnungen für die Retuschen, alle Caches und temporären Dateien bleiben auf der eigenen Hardware. In diesem Fall ist der verarbeitende Fotograf für die Datensicherheit verantwortlich.

Geschieht dies dagegen alles in der Cloud oder auf einem anderen externen Server, könnten die Betreiber als Verarbeiter und damit als verantwortlich gelten. Meist verlangen diese dafür eine vertragliche Absicherung, zum Beispiel durch Abschluss eines Auftragsverarbeitungsvertrages (AVV) nach Artikel 28 der DSGVO.

Die Programme gehen unterschiedlich mit den Daten um. Besonders datenschutzfreundlich erscheint dabei Excire Foto, da hier Bilder ausschließlich lokal verarbeitet werden, was natürlich ein Vorteil ist, wenn man mit vielen personenbezogenen Bilddaten arbeitet, etwa in der Hochzeits- oder Eventfotografie. Bei Neurapix muss man Bilder für ein Training der Software zur Verfügung stellen. Neurapix verarbeitet diese Daten auf Servern in Deutschland, womit sich eine DSGVO-konforme Verarbeitung einfacher umsetzen lässt. Retouch4me dagegen bietet On- und Offline-Bearbeitung. Man kann also die Stufe der Datensicherheit selbst wählen.

Bei Aftershoot werden viele Daten online verarbeitet. Das sind dann nicht nur Bilddaten, sondern nach eigener Datenschutzerklärung auch Angaben zu Zahlungen, Registrierung, Nutzung und

>>> Culling, also Analyse- und Auswahlfunktionen, die dann in komplexen Workflows als Vorstufe zur Retusche dienen.

Workflow-Vorteile der einzelnen Programme

Aftershoot

Fast alle Tools von Aftershoot können offline mit den Formaten JPEG sowie TIFF umgehen und klinken sich in Adobe Lightroom oder Capture One ein. Einige Retusche-Funktionen arbeiten dagegen cloudbasiert. Weitere Funktionen wie eine Doppelkinn-Reduktion sollen folgen.

Excire Foto

Die Funktionen von Excire Foto laufen lokal als Stand-alone-Version und unterstützen die Batch-Analyse großer Portrait-Serien auf dem Rechner und damit DSGVO-konform. Eine Plug-in-Version für Lightroom Classic mit dem Namen Excire Search ist ebenfalls erhältlich. Für einen guten Überblick über das Bildmaterial bietet Excire Foto eine Übersichtsansicht, ähnlich einem Leuchtpult, für ausgewählte Motive. Excire Foto wird nicht im Abomodell angeboten, es sind Testversionen verfügbar.

Neurapix

Die SmartPresets in Neurapix müssen trainiert werden. Dazu sind mindestens 20 Bilder für ein vernünftiges Preset nötig. Einmal trainiert, arbeitet das Programm bis zu 1.000 Fotos pro Minute lokal oder cloudbasiert ab. Zudem integriert es zum Beispiel

Navigation. Zudem geschieht dies auf internationalen Servern. Hier lohnt sich ein genauer Blick in die Datenschutzerklärung.

Arbeitsteiliger Workflow

Vorstellbar ist auch ein arbeitsteiliger Workflow, an dem alle Programme beteiligt sind. Ausgehend von einer größeren Menge an Bilddateien nach einem Shooting startet man mit Excire Foto, welches die Bilder durchsucht und nach Kriterien wie Gesichtern, offenen Augen oder sogenannten Ästhetik-Scores bewertet und markiert. Diese Auswahl wird dann an Neurapix weitergegeben, wo sie nach Belichtung oder Komposition gruppiert wird. An dieser Stelle könnten dann die SmartPresets von Neurapix getestet werden. Vielleicht passt das Ergebnis bereits. Wenn nicht, geht es weiter mit einer Batch-Retusche für Haut, Haare, Gesicht oder Brillenspiegelungen in Aftershoot. Eventuell gewünschte feinere Retuschen können anschließend als zusätzlicher Schritt in den spezialisierten Plug-ins von Retouch4me erfolgen. Dies ist ein sehr umfänglicher Workflow mit dem Einsatz der Spezialitäten der einzelnen Programme. In den jeweils neuesten Versionen können sie aber sowohl Auswahlen als auch Retuschen durchführen. Je nach Einsatzgebiet und Datenschutzerfordernissen ist es also möglich, den Workflow bereits mit lediglich einem dieser Programme abzubilden.

Fazit

Für den zeitaufwändigen Workflow in der professionellen Portrait-, Hochzeits- oder Eventfotografie gibt es mittlerweile viel KI-Hilfe. Resultate aus einer KI-Berechnung sparen Zeit bei Auswahl, Organisation, Maskierung und Retusche durch Batch-Verarbeitung. Am besten funktioniert das mit selbst angefertigten Voreinstellungen oder Presets. Trotzdem ist oft eine Kontrolle nötig, um Überregulierungen durch die KI zu vermeiden. Zwar können die beschriebenen Programme mehr oder weniger umfangreich alle Workflowschritte durchführen, eine Kombination von mindes-



Das Plug-in Face Make zur Anpassung von Gesichtsform und virtuellem Make-up ist nur eines von vielen spezialisierten Werkzeugen von Retouch4me. Je nach Workflow lassen sich einzelne Plug-ins oder die komplette Sammlung nutzen.

tens zwei davon kann trotzdem sinnvoll sein. So sind Excire Foto und Neurapix für Auswahl und Organisation, Aftershoot und Retouch4me für Retusche und Batch-Verarbeitung prädestiniert. Auch für eine hohe Datenschutzsicherheit gibt es passende Ansätze. Lokal laufende KI-Module, wie sie etwa Excire Foto oder teilweise Retouch4me anbieten, bieten hier Vorteile. Andere Programme setzen stärker auf Cloud-Optionen, die entsprechend technisch und organisatorisch abgesichert werden müssen. Kurz gesagt: Unter den vier vorgestellten Software-Lösungen wird jeder interessierte Fotograf seine passende Lösung oder eine geeignete Kombination von Programmen finden.

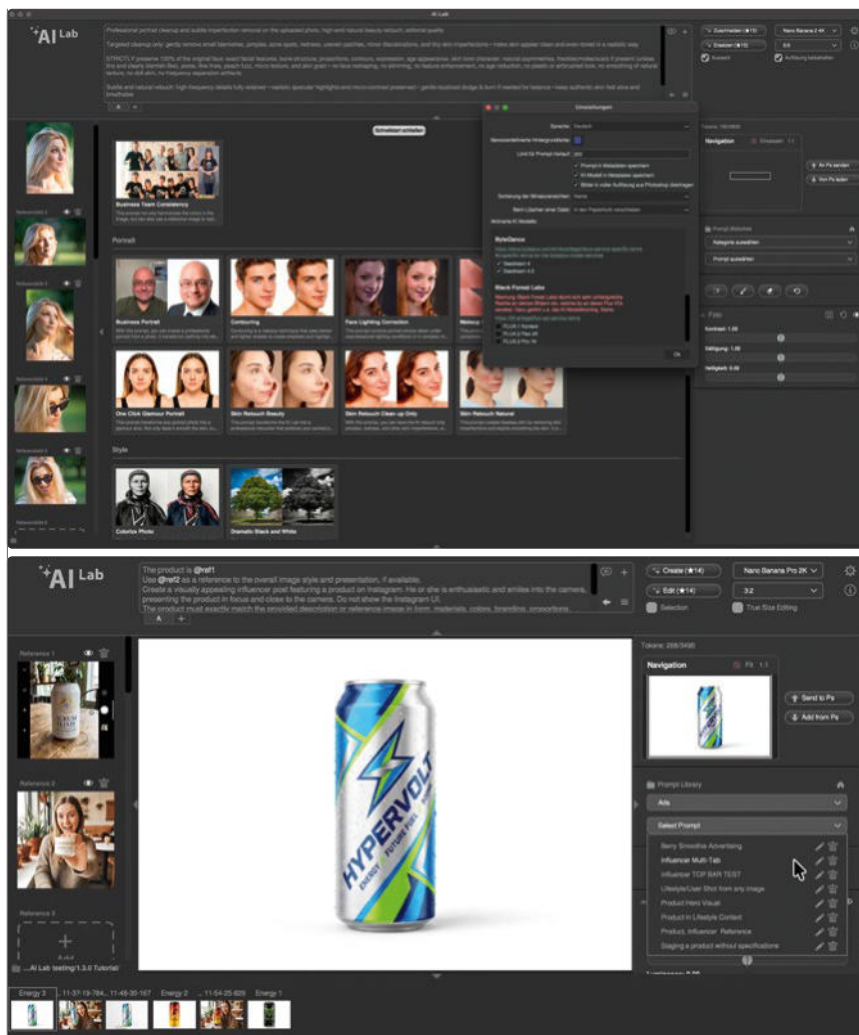
PROGRAMM	KI-SPEZIALITÄT	KI-RETUSCHE	BATCH-VERARBEITUNG	DATENSCHUTZ	CA. PREIS/ PREISMODELL
Aftershoot	Culling	Blemish Removal, Wrinkle Reduction, Teeth Enhancement, Face & Body Enhancement, Hair Cleanup, Glare Removal, Patch Tool, selektive Retusche nach Personenauswahl	Batch-Retusche und Batch-Anwendung von Presets	Das Culling arbeitet offline, die Retusche online	Abomodell ab ca. 10 USD/Monat. All-inclusive 45 USD/Monat.
Excire Foto	Dateiorganisation und Workflowoptimierung mit umfangreichen Verwaltungs- und Filteroptionen	–	–	ausschließliche Offline-Verarbeitung, Entwicklung in Deutschland	einmalig ab ca. 200 Euro, kein Abomodell
Excire Search	Lightroom-Classic-Plug-in mit ähnlichem Funktionsumfang wie Excire Foto 2027 für Batch-Analysen großer Bilderserien	–	–	ausschließliche Offline-Verarbeitung, deutsche Entwickler	einmalig ab ca. 200 Euro, kein Abomodell
Neurapix	Trainierbares Lightroom-Classic-Plug-in. Individuelle KI SmartPresets lassen sich im Batch anwenden.	KI-SmartPresets werden aus Lightroom Classic angewendet, auf Wunsch mit integrierten Masken wie Gesichter, Augen, Haut etc. Eigene Masken können hinzugefügt werden.	Ja	Die Online-Verarbeitung erfolgt auf Servern in Deutschland und erleichtert eine DSGVO-konforme Nutzung. Je nach Bezahlmodell ist auch eine Offline-Verarbeitung möglich.	Pro Bild ab ca. 0,04 Euro (online) oder Unlimited für 49,95 Euro (jährliche Kündigung) bzw. 79,95 Euro (monatliche Kündigung)
Retouch4me	spezialisierte KI-Retusche-Plug-ins	Plug-ins für: Skin Heal, Dodge & Burn, Portrait Volumes, Face Reshape und Make Up, Skin Tone, Skin Mask, Mattifier, Crop, Eyes, White Teeth, Stray Hairs, Color Match, Fabric, Dust, Clean Backdrop	Ja	Plug-ins arbeiten hauptsächlich offline, Online-Funktionen können aktiviert werden. Retouch4me Apex arbeitet online, Arams arbeitet sowohl online als auch offline.	Plug-ins einmalig von ca. 145 USD bis ca. 349 USD. Apex und Arams per Kauf von Verarbeitungscredits (Tokens).



DIE KI-ORGANIZER

Picture-Instruments-AI-Lab-App und AI-Lab-UXP-PS-Plug-in

Selbst für IT-affine Menschen wie mich ist der aktuelle KI-Boom kaum noch überschaubar. Fast täglich kommen neue KI-Modelle heraus. Nahezu jedes reklamiert für sich, die totale Neuheit zu sein und jetzt noch realitätsähnlichere Bilder zu erschaffen.



Oben: Die sehr übersichtliche Oberfläche bietet links die Referenzbilder (bis zu 14). Die hier gezeigten Presets an Prompts, die für die angebotenen Zwecke sehr brauchbar sind, geben einem keine Rätsel auf. Schachtelmenüs gibt es keine. | **Unten:** Schaut man sich die Beispielprojekte einmal an, findet man da schon sehr viel Wissen, das einem den Weg für eigene Projekte zeigt. Diese kann man dann abspeichern und sich so selbst für seine täglichen Aufgaben ein Toolkit anlegen.

Wobei die Bewertung im Auge des Betrachters liegt: Perfektion ist nicht gleich Schönheit, Anspruch nicht gleich Inhalt und Gefühl nicht gleich Wissen.

Der bisherige Hauptfehler bei all diesen meist webbasierten Tools ist ihr chatartiger Aufbau. Man interagiert mit einem Sprachmodell, das dann die Bilder aus dem trainierten Bildmaterial zusammensetzt und im besten Fall aus den extrahierten und kombinierten Bildstilen ansehnliche „neue“ Inhalte erschafft.

Das ist bisweilen sehr mühsam, gerade im kommerziellen Bereich. Wer schon mal versucht hat, simple Packshots zu generieren oder Modeaufnahmen mit bestimmten gleichbleibenden Vorgaben für eine Serie, der mag auch schon entnervt hingeschmissen haben und es dann lieber fotografiert haben. Das konnte manch-

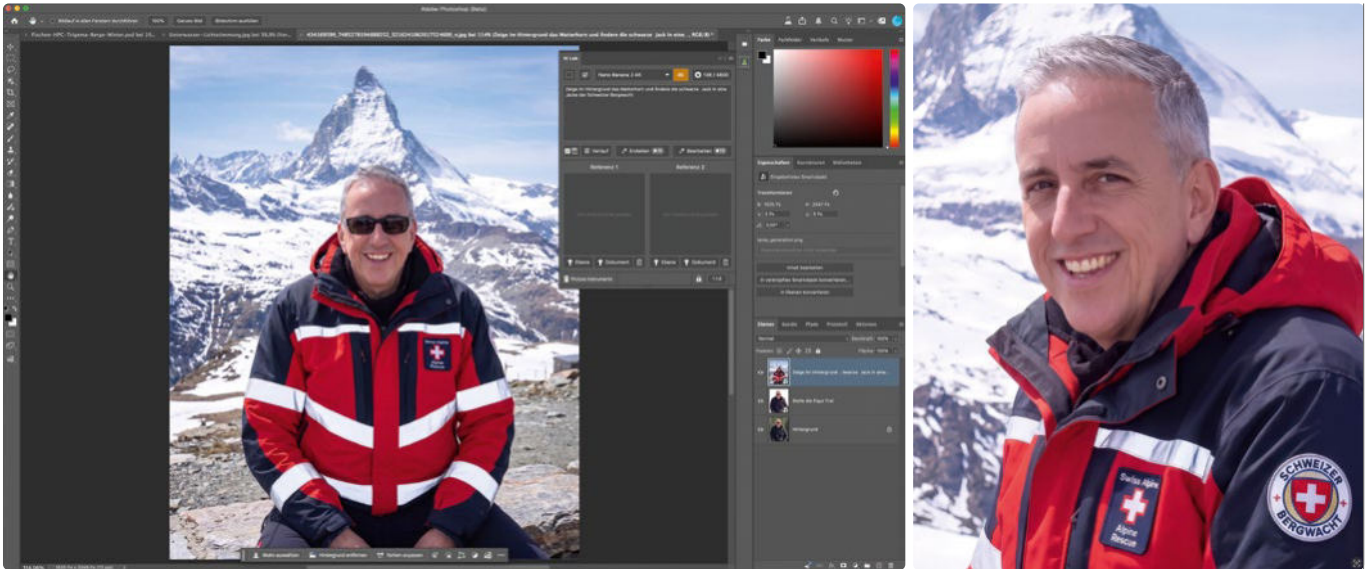
mal schneller gehen als zu Prompts. Hinzu kommt, dass die Bezahlmodelle der Profiversionen unterschiedlich effizient sind: Das eine Modell kann Texte und Grafiken, das andere besser realistische Personen, das dritte erzeugt Architektur und Landschaften hyperrealistisch und überzeugend. Man müsste also mehrere Abos haben, die Weboberflächen jedes einzelnen optimal kennen und dann hin- und herschalten. Das ist kein überzeugender Workflow und kostet Geld, Zeit und Nerven.

Genau dafür hat die deutsche Firma Picture Instruments aus Leverkusen [1](#) eine Palette professioneller Tools entwickelt, um KI- und IT-Workflows für Profis zu optimieren und sie in gewohnte Arbeitsumgebungen wie Premiere Pro, Photoshop, Lightroom, FCPX oder After Effects zu integrieren.

Ich habe für die digit! die AI-Lab-App in der Version 1.3.1 sowie das Plug-in UXP in der Version 1.1.0 mit reichlich Tokens getestet. Die zwei AI-Lab-Produkte machen nun etwas Schlaues: Man kauft mit einem monatlichen Abomodell kein KI-Modell, sondern einfach die relevanten offiziellen API-Schnittstellen zu Google, ByteDance, Black Forest Labs und OpenAI. Im Abo erhält man dann universell abrufbare Tokens dafür, die man verbrauchen und natürlich separat nachkaufen kann. Dies geschieht über eine einheitliche Benutzeroberfläche, die immer gleich bedient werden kann. Und es gibt auch zeitnahe Updates, wenn neue KI-Modelle erscheinen. Und das alles zu einem kombinierten Lizenzpreis für beide Produkte.

Die Bearbeitung muss im Internet, also online, erfolgen. Aber man muss sich nicht selbst auf die Seiten der Anbieter begeben, das alles erledigt die AI-Lab-App [2](#) oder das Plug-in [3](#) unsichtbar im Hintergrund. Damit entfällt das Gefummel auch mit englischen Prompts, da wird offensichtlich sehr akkurat im Hintergrund von Deutsch auf Englisch übersetzt und dann weitergegeben. Meine Test-Prompts auf Deutsch wurden auf Anhieb exakt umgesetzt – das war schon sehr eindrucksvoll.

Jetzt kommt aber der besondere Charme der beiden Produkte. Diese sind nicht einfach nur die gleiche App, in der Bilder dann wie mit anderen Plug-ins einfach aus Photoshop aufgerufen und übergeben werden, sondern es sind tatsächlich zwei verschiede-



Aus 14 selbst erstellten Cutouts von Selfies oder den eher seltenen Fotos, die andere von mir machen, habe ich die KI gefüttert und dann meine Fantasie spielen lassen: Wie wärs denn, wenn ich vor dem Matterhorn in der Kluft der Schweizer Bergwacht sitzen würde? Und weil es so gut auf Anhieb geklappt hat, habe ich mich dann mit *Editieren* selber ins Halbprofil versetzt – man beachte, dass bei der Drehung tatsächlich die reale Lichtführung mitgenommen wurde. Irre!

ne Workflows und Oberflächen. Das Plug-in steht dabei mit voller Integration in die Photoshop-Werkzeuge als dockbares Fenster – für den Einzelbilder bearbeitenden Photoshopper. Man kann generieren und editieren, bis zu zwei Muster benutzen und sieht dann in den Ebenen genau die Bearbeitungsschritte, über die Sichtbarkeit (Auge) ein- und ausschaltbar, zum Vergleich auch für Serien mit unterschiedlichen Varianten.

Das macht das schnell und intuitiv, da muss man nichts Neues lernen, das ist nahtlos in Photoshop (Ich habe es mit der PS 26.8 Beta auf MacOS 15.7.7 getestet).

Die Standalone-App dagegen ist ein Produktionstier für Präsentatoren, Influencer, Serientäter, Katalog-Shooter, Legewaren-Helden, Portraitmacher und Modelfuzzis. [4](#), [5](#)

Da hat sich jemand wirklich praxisbezogen Gedanken gemacht. Es gibt fertige Prompt-Presets für diese Themen, die wirklich gut funktionieren, da haben wohl viele produzierenden Kollegen schon immenses Know-how angesammelt; man kann selbst seine Prompts in Bibliotheken nach Themen speichern, es sind viel mehr Referenzbilder möglich (14+), direktes Entnehmen und Zurückgeben von Bildern aus und an geöffnetem Photoshop ist möglich.

Man kann sich z.B. Presets für Freisteller anlegen, am besten gekoppelt mit Referenzbildern und – sehr clever – man kann nur Teilbereiche des Bildes neu generieren lassen, solange bis das den Vorstellungen entspricht. Picture Instruments hat dazu gut verständliche Videos in Deutsch auf YouTube gestellt. Da wird wirklich alles, was man braucht, erklärt, die wirklich übersichtliche Oberfläche lässt keine Fragen aufkommen, da ist auch nichts in Untermenüs verschachtelt, und man findet wirklich alles auf Anhieb.

Was für beide Programmvarianten gilt: Es werden 16-Bit-TIFFs in voller Auflösung unterstützt, 4k-Bilder in Nano Banana. Da hat man schon sehr ordentliche Schärfe, man kann den Workflow aber auch beschleunigen, indem man kleiner generiert und dann mit so etwas wie Topaz Gigapixel wieder hochrechnet. Das sind aber alles Tipps, die allgemein für die Arbeit mit KI gelten. Al Labs macht es halt nur viel eleganter.

Das Qualitätsniveau der Modelle ist inzwischen so gut geworden, dass man jetzt auch anspruchsvolle grafische Elemente generieren kann, wie Schriften, Logos oder andere Artwork – das in Kombination mit Photoshop, das ist schon eine echte Hausnummer. Adobe hat da, obwohl sie es mit Firefly versuchen, noch lange nicht das Level zu bieten. Sie werden zwar auch besser, aber die Tools der Spezialisten sind einfach oft überlegen.

Sehr lobenswertes Detail auch beim Datenschutz: Die Black-Forest-APIs sind defaultmäßig deaktiviert, einfach weil diese ebenfalls deutsche Firma die hingeschickten Bilder automatisch weitreichend fürs eigene Training benutzt, d.h. man muss sich gegenwärtig sein, dass so die eigene Kreativität in kleinen Portionen in der Arbeit anderer Benutzer landen könnte.

Alles in allem ein erfreulicher Test, ich hatte wirklich viel Spaß dabei. „The Sky ist the Limit“, was man sich ausdenken kann, wird wahr, die eigene Fantasie bekommt so in Photoshop und der Al-Lab-App eine sehr reale Qualität. Es ist unglaublich, was sich da in den letzten zwei Jahren getan hat. Der Token-Verbrauch und die Mehrkosten gegenüber einer Eigenanmeldung bei den einzelnen Modellen sind verschmerzbar, in der Kombination ist es definitiv billiger, der Komfortgewinn ist riesig – so kann man damit wirklich flüssig arbeiten und produzieren. Genehmigt! **Stefan Steib**



Quellen und Weiterführendes

Alle Links finden Sie komfortabel zum Anklicken unter

www.digit.de/digit-links-2-2026/

- [1 picture-instruments.com/products/](http://picture-instruments.com/products/)
- [2 picture-instruments.com/products/index.php?id=90](http://picture-instruments.com/products/index.php?id=90)
- [3 picture-instruments.com/products/index.php?id=89](http://picture-instruments.com/products/index.php?id=89)
- [4 www.youtube.com/watch?v=IdTpGFT6N_A](https://www.youtube.com/watch?v=IdTpGFT6N_A)
- [5 www.youtube.com/watch?v=3JI07PIHBos&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=3JI07PIHBos&t=5s)



SELBST-VERSUCH: BUSINESS-PORTRAIT MIT KI

Stefan Steib hat die KI-Maschinerie mit Schnappschüssen gefüttert und daraus ein Business-Selbstportrait rendern lassen.



Prompttexte: „Erstelle ein Ganzkörper-Bild, Körpergröße 1,87m im dunklen Armani-Anzug“ (rechts) und „Erstelle ein Oberkörper-Bild, Körpergröße 1,87m im legeren Gucci-Freizeit-Anzug“ (oben).

Echte CEOs oder Aufsichtsratsmitglieder jetzt bitte mal wegschauen, das hier ist für Otto Normalverbraucher, der nicht mal eben ein paar Tausend Euro für ein High-End-Business-Portrait bzw. ein ganzes Portfolio für Bewerbungen bezahlen kann. Ich war bei solchen Behauptungen, dass KI dafür geeignet sei, bisher wirklich skeptisch, habe aber im Rahmen des Picture-Instruments-AI-Lab-Tests mit entsprechenden Tokens gesegnet, die High-End-APIs der KI-Bilderzeuger zum Glühen gebracht und für mich einige „Anzugbilder“ und potenzielle Bewerbungsfotos (ich bin Rentner, Versuch ist also hypothetisch) erstellen lassen. Wie funktioniert das also?

Zunächst muss man Geduld mitbringen und ein Archiv von aktuellen Selfies – Handybilder genügen, Ganzkörper (bekleidet) wäre hübsch, muss aber nicht unbedingt sein. Ich habe das mit Größe und Gewichtsangabe im Prompt gelöst, man muss ja nicht schwindeln. AI-Lab unterstützt bis zu 14 Referenzbilder, die lädt

man in die Seitenleiste, dann startet man mit Prompts wie „Zeige mich in einem dunklen Armani-Anzug vor weißem Hintergrund, Ziel sind Bewerbungsfotos, Ganzkörper, Oberkörper, Halbprofil“ usw. Man muss sich da durcharbeiten und aus den besten Versionen entsprechend auswählen. Ich habe da jeweils die hochauflösenden Modellen „Nano-Banana 2 4k Pro“ und „Chat GPT Complex 2,8k“ verwendet. Da dauert das Rechnen ein bis zwei Minuten, und das obwohl ich eine Gigabit-Leitung habe und mein Macbook Pro M1 Max 64GB RAM hat, also alles direkt aus dem Speicher verschubsen kann.

Jetzt kommt der wichtige Trick: Mit steigender Anzahl guter Gesichtsausdrücke und Haltungen kann man einige der besten KI-Bilder anstatt der ursprünglichen Referenzen verwenden. Das fokussiert die KI deutlich und bringt definitiv eine Qualitätssteigerung.

Die Bilder sollten alle vor weißem Hintergrund erstellt werden, denn falls ein Hin-

tergrund erwünscht wird, kann man den später einfügen (auch ohne KI), die Rechenzeiten sind etwas kürzer und die KI gestaltet das dann auch entsprechend zentrierter, weil so ein unifarbener Hintergrund neutraler ist und das insgesamt berücksichtigt wird.

Mit einer solchen Unterstützung erhält man nach Belieben Hoch- und Querformate; man kann da auch für Social Media, Casual Dress, Straßenkleidung, Sportklamotten oder anderes dazu prompten (mit AI-Lab „Bearbeiten“), wichtig ist vor allem erst mal, dass der Gesichtsausdruck und die Körperhaltung passen müssen, da muss Spannung und Präsenz rüberkommen. Ihr wisst ja: Sonst wirkt das nicht.

Ich wende mich jetzt hier an die Kollegen, die wahrscheinlich schon am Kotzen sind, weil sie ihr Portraitgeschäft dahinschmelzen sehen: Euer Know-how wird hier erst richtig effektiv eingesetzt! Ihr könnt effektiv beleuchten, eure Auswahl der Portraits und die Prompt-Abfolge werden das Ergebnis wesentlich beeinflussen. Euer Wissen, wie ein gutes Portrait aussieht, wird das Endergebnis bestimmen. Hier bekommt ihr ein Tool, was es ermöglicht, für einen kleineren Endkundenpreis trotzdem einen höheren Stundenlohn zu erzielen. Ja, man könnte den Kunden eine Kurzsession mit Handy oder kleiner Kamera für die Prompt-Referenzen anbieten, dann wird's noch besser. Und notabene: Retusche entfällt, denn das macht die KI automatisch. Das ist vielleicht nicht die klassische Vorgehensweise, aber wirklich effektiv.



Referenzbilder

WE MAKE A DIFFERENCE

PRODUCTS AND SERVICES THAT DISPLAY THE TIPA
LOGO IS YOUR ASSURANCE OF THEIR OUTSTANDING
QUALITY, DESIGN AND PERFORMANCE



Every year since 1991, TIPA awards have been given to the best photo, video and imaging products and accessories, including smartphones and equipment for printmaking, image editing and display. The TIPA logo is awarded by a large group of respected editors of technical magazines and websites from around the world, including the Camera Journal Press Club of Japan.



Visit our website to learn more about our
organization and TIPA World Awards
www.tipa.com



KI FÜR BILDERMACHER | TEIL 8

VON ASSISTENTEN UND AGENTEN

WIE SICH DIE KI-WELT VERÄNDERT

„Enhance 224 to 176. Enhance, stop. Move in, stop. Pull out, track right, stop. Center in, pull back. Stop. Track 45 right. Stop. Center and stop. Enhance 34 to 36. Pan right and pull back. Stop. Enhance 34 to 46. Pull back. Wait a minute, go right, stop. Track 45 left. Stop. Enhance 15 to 23. Give me a hard copy right there.“ So navigiert Rick Deckard in „Blade Runner“ durch eine holografisch aufgenommene Szene. Damals noch Science Fiction, ist sowohl die Sprachsteuerung als auch das Einzoomen, Pannen und Enhancen mittlerweile tatsächlich möglich. Nicht auf einem hochauflösenden Hologramm, sondern in der Bilderwelt der KI-Bildgeneratoren. **Von Tilo Gockel**



„Ach herrje, was hat sich der Chef denn *dabei* gedacht?“
So stelle ich mir meinen persönlichen KI-Assistenten vor, kurz
vor dem Nervenzusammenbruch (Midjourney-Bild).

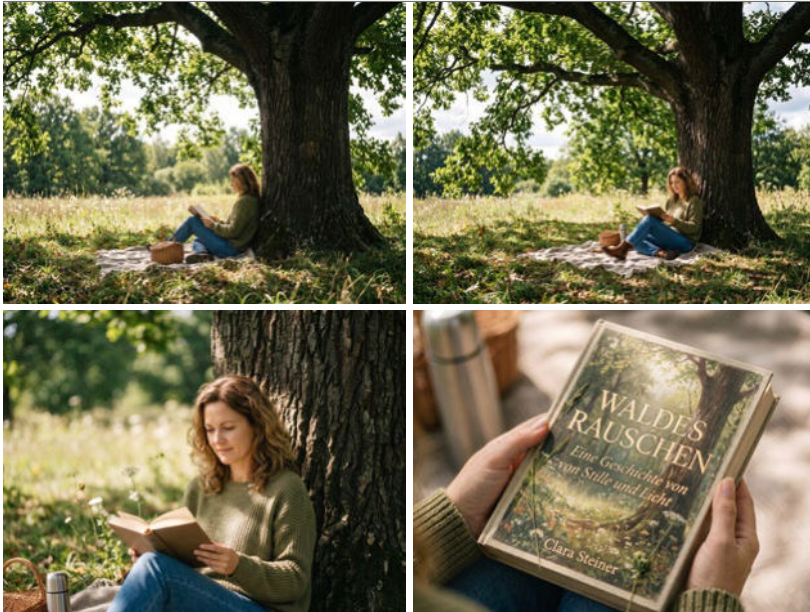
Assistent versus Agent

Ein KI-Assistent ist ein Programm, das maschinelles Lernen und natürliche Sprachverarbeitung nutzt, um selbstständig Aufgaben zu erledigen, Fragen zu beantworten und Abläufe zu automatisieren. Es reagiert dialogbasiert auf Anfragen und fungiert als digitaler Helfer. Es unterstützt bei Routineaufgaben oder im Kundenservice (in der Hotline) und kann mittlerweile auch als Benutzerschnittstelle, zum Beispiel für Photoshop, dienen (siehe unten). Ein KI-Agent, auch Bot genannt, hat ähnliche Anwendungsfelder. Die Grenzen sind fließend, der Unterschied liegt im Grad der Autonomie. Assistenten wie ChatGPT oder Copilot arbeiten reaktiv und unterstützend. Agenten handeln hingegen proaktiv und autonom. Sie nutzen eigenständig APIs und Tools. Mit dem Assistenten führt man einen Dialog. Den Agenten hingegen schickt man auf die Reise, und er macht sich dann selbstständig an die Arbeit.

Assistenz bei der Bildgenerierung

Testen wir einen Probelauf mit der KI-Engine Gemini 3.1/Nano Banana 2, die in Photoshop als kostenpflichtiges „Partner-Modell“ integriert ist. Ich gebe ähnliche Kommandos wie Rick Deckard ein, und tatsächlich funktioniert die Interaktion. Ich befehle textuell, könnte dies aber auch über ein Sprach-Interface tun. Haben wir also die Zukunftsprognose von „Blade Runner“ schon eingeholt? Deckard konnte in eine reale Szene noch nach der Aufnahme stufenlos einzoomen. Unsere Szene unter dem Baum aber existiert nicht. Die Frau existiert nicht, es gibt keine Autorin Clara Steiner und auch keinen Roman „Waldesrauschen“.

Dennoch sehen wir eine immense Weiterentwicklung der Bildgeneratoren, die nun dialogbasiert und kontextbezogen rechnen können. Der Umgang mit der Maschine wird dadurch einfacher



„Zeig mir ein Foto von einer Frau unter einem Baum.“
 „Zeig mir die Szene von links, unter 40 Grad.“
 „Zoomme ein um den Faktor 2.“
 „Zeig mir, welches Buch die Frau liest. Ich möchte das Cover sehen.“

Auch heute schon funktioniert die KI-Assistenz bei der Bildgenerierung nahezu perfekt.

1.024x1.024 und ohne Farbmangement rechnen. In der vorliegenden Beta-Version wird man die Assistenz nur für wenige Handgriffe, wie fürs Freistellen, produktiv einsetzen können.

Fazit

Die KI-Assistenz hat nun auch in der Welt der Bildschaffenden Einzug gehalten. Manches ist noch ein wenig holprig, aber die Richtung stimmt. Der Schritt bis zum Agenten scheint da gar nicht mehr so groß. In ein paar Jahren arbeiten wir vielleicht nicht mehr interaktiv mit Pho-

und natürlicher, und die Bildserien werden durch die einhergehende Szenen- und Charakterkonsistenz viel nützlicher.

toshop, sondern geben nur noch die Richtung vor und können uns danach ins Straßencafé um die Ecke verabschieden – falls wir uns den Kaffee noch leisten können.

Assistenz bei der Bildbearbeitung

Nicht nur bei der Bildgenerierung, sondern auch beim alltäglichen Umgang mit Photoshop hat die KI Einzug gehalten. Ausprobieren kann man das aktuell in der Web-App von Photoshop, die man als zahlender Abonnent über photoshop.adobe.com aufruft (dann rechts: „KI-Assistenten anzeigen“). Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die Funktion auch ins lokale Photoshop einzieht.

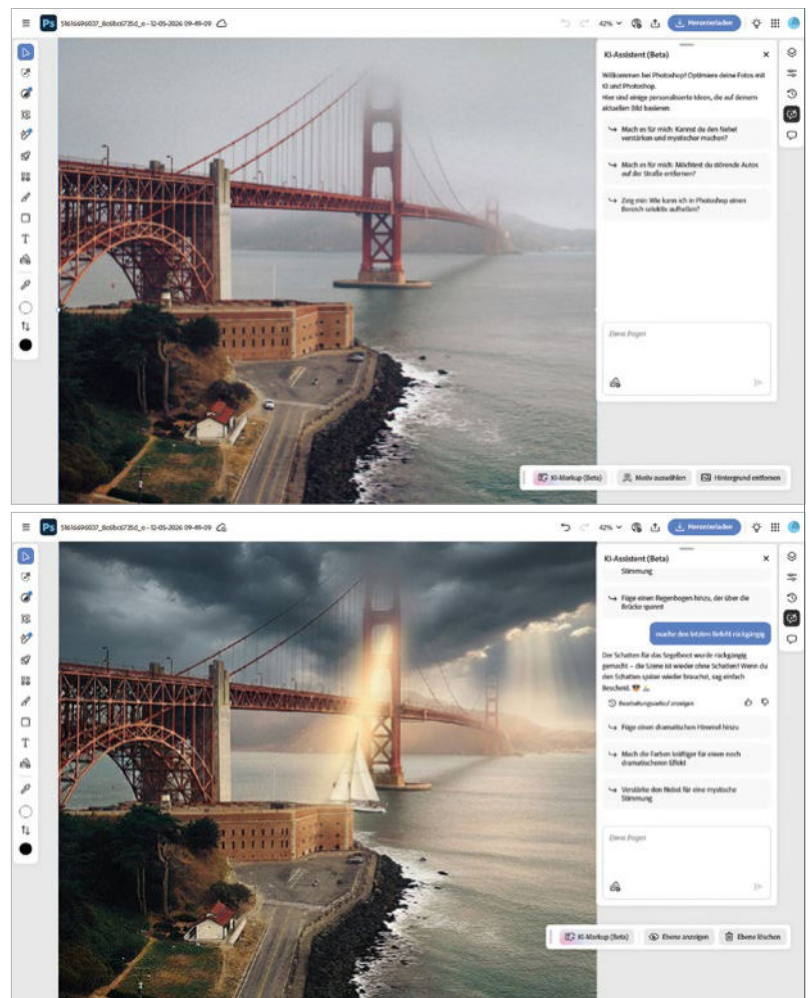
Aktuell bereits mögliche Befehle (Beispiele)

„stelle die Brücke frei“
 „bereinige die Szene von störenden Elementen (die KI übersieht einige Autos, weil sie zu klein sind)“
 „füge einen dramatischen Himmel hinter der Brücke ein“
 „füge ein Segelboot unter der Brücke ein“
 „mache den letzten Befehl rückgängig“

Aktuell noch nicht mögliche Befehle (Beispiele)

„lege eine neue, leere Ebene an“
 „spiegle die Brücke horizontal“
 „verändere den Farbton hin zu kühlen, winterlichen Farben“

Die zuletzt genannten Befehle versteht Photoshop zwar, führt sie aber nicht aus. Stattdessen erklärt das Programm kurz, was der User selbst hierfür zu tun hat. Im Falle der Farbveränderung trifft Photoshop zwar schon eine Auswahl über den Farbbereich, scheitert aber an der korrekten Farbveränderung. Weiterhin wird die Bildqualität mit jedem Bearbeitungsschritt gravierend schlechter (die Farben trüber, die Auflösung schlechter, die Brücke krummer). Es ist das bekannte Problem der Bild-KIs, die noch immer auf einer Basis von



Den neuen KI-Assistenten kann man aktuell nur in der Web-App von Photoshop testen. Er versteht erstaunlich viele Kommandos, kann aber nur einen Bruchteil davon selbst umsetzen.



WILDE SCHÖNHEIT

AUF BEIDEN
SEITEN DER
KAMERA

Früher Aktmodell, heute Akt-Fotografin: Sylvie Blum hat mit Helmut Newton und Jan Saudek zusammengearbeitet und war Muse des berühmten Erotikfotografen Günter Blum, ehe sie hinter die Kamera wechselte. Vor Kurzem hat sie mit „Wild Beauty“ ihr persönliches Best-of der letzten 15 Jahre vorgelegt. Anlass genug, um mit ihr über ihr Leben zu sprechen.

Von Peter Schuffelen, Fotos: © Sylvie Blum



Motive aus Sylvie Blums jüngstem Buch „Wild Beauty“. Die „Big cats“-Serie (oben), geschossen in der Mojave-Wüste, war besonders aufwendig.

Das wohl aufregendste und aufwendigste Bild aus Sylvie Blums jüngster Monografie zeigt fünf Models, die, nackt und ineinander verknäult, hinter einer Löwin auf dem harten, topffachen Grund der Mojave-Wüste sitzen. Es gibt viele Aspekte, die dieses Bild besonders machen, einer davon ist, dass man meint, es in anderer Form schon einmal gesehen zu haben. Und tatsäch-

lich: In gewisser Weise erinnert Sylvies schwarzweißes Akt-Ensemble aus ihrer 2008 entstandenen „Big Cat Series“ an das Gruppenbild der Supermodels Stephanie Seymour, Cindy Crawford, Christy Turlington, Tatjana Patitz und Naomi Campbell, die 1989 für Herb Ritts und den Rolling Stone ebenfalls eng aneinanderge-schmiegt und nackt am Boden posierten.

Der visuelle Anklang ist in zweierlei Hinsicht bemerkenswert. Erstens dadurch, dass Blum und Herb Ritts eine gemeinsame Ausstellung in der Fahey Klein Gallery in Los Angeles hatten. Und zweitens, weil Sylvie Blum 2005 nach ihrem Umzug von Deutschland in die USA in Hollywood ebenjenes Studio anmietete, in dem einst Herb Ritts gearbeitet hatte. „Ich wusste >>>



>>>

nichts von meinem berühmten Vormieter, bis mich der Galerist und Kurator David Fahey dort besuchen kam und mir mit großen Augen sagte: Okay, dass hier ist doch „Herbs' old place“, erzählt Sylvie, als wir sie an einem sonnigen Maimorgen per WhatsApp ebendort erreichen.

Gruppenbild mit Löwin

! Neben dem Gruppenbild mit der Löwin sticht aus deiner „Big Cat Series“ auch „Angela rides the lion“ hervor. Es zeigt ein gleichnamiges Model, das nackt auf dem Rücken eines Löwen sitzt. Wie kam es dazu?

Sylvie Blum: Das Bild war ursprünglich gar nicht geplant, aber als sich die Gelegenheit ergab, bat ich Angela, sich für ein paar Sekunden auf den Rücken des Tiers zu setzen. Es war ein sehr intensiver, spannungsgeladener Augenblick: Wenn man genau hinsieht, erkennt man, dass Angela Tränen in den Augen hat.

! Wenn man weiß, dass hier weder KI noch Fotomontage im Spiel ist, denkt man sogleich an den großen logistischen Aufwand dahinter.

SB: Die „Big Cat Series“ war tatsächlich meine bislang aufwendigste. Mit Tieren und mehreren Models zu arbeiten, ist definitiv eine Herausforderung; alles in Einklang zu bringen, braucht viel Geduld und großen Respekt vor diesen Tieren. 2004 bin ich nach Südafrika und Namibia gereist, um das Thema Wildlife zu studieren. Ich habe zwei Jahre mit dem Casting verbracht, um Models zu finden, die zum Projekt sowohl als Persönlichkeit als auch ästhetisch passten und mit mir harmonierten. Ich habe in Hollywood nach geeigneten Tiertrainern gesucht und nach der richtigen Location. Versicherungen abgeschlossen und Genehmigungen eingeholt. Eine Riesengeneration, die vier Jahre gedauert hat und die ich selbst finanziert habe.

! Wie bist du überhaupt auf die Idee gekommen?

SB: Die wohl wichtigste Inspiration zur Serie war das Ölgemälde „Liebkosungen (Die Zärtlichkeit der Sphinx)“ des belgischen Malers Fernand Khnopff, das mich schon als Kind fasziniert hat.





„Der nackte Körper ist die Essenz der Natürlichkeit, kann aber auch etwas Sexuelles ausstrahlen – von verführerisch bis rebellisch“, sagt Sylvie Blum.

Es zeigt eine androgyne Sphinx mit dem Körper eines Leoparden, die sich zärtlich an einen jungen Mann schmiegt, ein zugleich erotisches und exotisches, aber auch ein wenig bedrohliches Bild. Seither habe ich für meine Nudes mit den unterschiedlichsten Tieren gearbeitet, unter anderem mit Elefanten, Flamingos, Schlangen, Alligatoren und Pferden.

I Du fotografierst überwiegend Nudes. Was reizt dich an diesem Sujet?

SB: Ich finde den nackten menschlichen Körper endlos faszinierend, schon weil es so viele unterschiedliche Körper und un-

terschiedlichste Ausdrucksformen gibt. Einerseits ist der nackte Körper die Essenz der Natürlichkeit, andererseits kann auch er etwas Sexuelles ausstrahlen und da wiederum auch in unterschiedlichster Form – von verführerisch bis sexuell rebellisch.

I Was ist für dich ein gutes Aktbild?

SB: Ich möchte Natürlichkeit und zugleich einen ikonischen Charakter erreichen, etwas harmonisch Zeitloses. Ein Foto muss in der Lage sein, den Blick über die Zeit hinweg zu fesseln. Es muss etwas in sich tragen, das früher oder später aufhört, zu

zirkulieren und einfach bleibt. Es ist jedes Mal aufs Neue eine Herausforderung.

I Welche Rolle spielt deine eigene Erfahrung als Aktmodell?

SB: Der Vorteil ist: Ich weiß genau, wie es sich anfühlt, auf der anderen Seite der Linse zu stehen. Ich kenne die Mischung aus Aufregung und Verletzlichkeit, die den Körper durchströmt, wenn man im Rampenlicht steht – und ich weiß, dass die besten Ergebnisse entstehen, wenn man seine eigene Komfortzone verlässt. Andererseits erkenne ich gut, wann ein Modell eine Pause braucht.

>>>



„Wild Beauty“ ist eine Art Best-of der letzten 15 Jahre aus Sylvies Schaffensperiode.

>>> Ein Leben für die (Akt-)Fotografie

Sylvie Blum ist in Österreich geboren, lebte in Deutschland und bereiste schon in jungen Jahren die ganze Welt. Nach dem Abitur studiert sie an den Kunsthochschulen Mannheim und Trier, parallel dazu arbeitet sie als Model mit Fotografen wie Andreas Bitesnich, Jan Saudek, Jeanloup Sieff, Abe Frajndlich oder Helmut Newton zusammen. 1991 lernt sie den Künstler und Fotografen Günter Blum kennen und wird sein Model und seine Muse, 1995 heiraten die beiden. Als ihr Mann zwei Jahre später stirbt, kauft sich Sylvie Blum eine Polaroid SX-70 und beginnt, zu fotografieren – zunächst sich selbst. Daraus entsteht ihr erstes Buch „Venus“, das 2000 erscheint.

2005 zieht sie von Deutschland nach Los Angeles, lernt dort den Kurator und Gale-

risten David Fahey kennen, der zu ihrem Mentor wird und 2011 ihr Buch „Naked Beauty“ herausgibt. 2025 erscheint „Wild Beauty“, Sylvies sechstes Buch – eine Monografie, die über 200 Schwarzweiß- als auch Farb-Aufnahmen fasst, dazu Skizzen, Behind-the-Scenes-Bilder von Shoots in Afrika, Thailand, der kalifornischen Wüste und ihrem Studio in Hollywood.

! Ist dein jüngstes Buch eine Art persönliche Retrospektive?

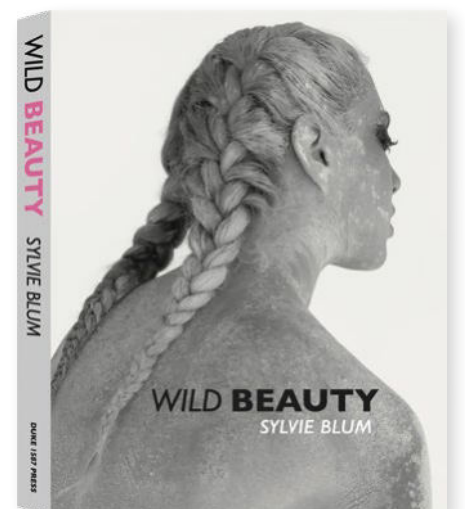
SB: Für eine Retrospektive ist es zu früh, dazu habe ich noch zu viel vor. Ich würde eher sagen ein „Best of“ der letzten 15 Jahre. Trotzdem hat dieses Buch für mich einen besonderen Stellenwert. Eigentlich sollte es schon 2019 bei teNeues veröffentlicht werden, dann aber starb Hendrik teNeues, mit dem wir schon bei „Naked Beauty“ zusammengearbeitet hatten.

Also haben wir uns entschlossen, „Wild Beauty“ im Eigenverlag herauszubringen. Das Editing habe ich gemeinsam mit Fahey gemacht. Für das Sequenzieren, also die Dramaturgie, lagen dann alle Bilder auf dem Studioboden. Eine tolle Arbeit, aber eben auch zeitintensiv in so einem kleinen Team.

! In welcher Auflage ist das Buch erschienen?

SB: Die Erstauflage beträgt 10.000 Exemplare, wir haben es in einer Druckerei in Trient drucken lassen, die sich auf höchste Druckkunst versteht. Leider haben wir für Deutschland noch keinen Vertrieb, das Buch lässt sich aber direkt über mich bestellen (Anm. d. Red: E-Mail-Adresse siehe Kasten).

Sylvie Blums außergewöhnliche Karriere lässt sich an vielem ablesen. An den Namen der Fotografen, denen sie in den 80er- und 90er-Jahren Modell stand (sie weiß noch im Detail, wer welche Kamera benutzte). An der Tatsache, dass ihre Werke bei Christie's versteigert wurden und von Sammlern in aller Welt angekauft werden. An der fortlaufenden Zusammenarbeit mit der Fahey/Klein Gallery in Los Angeles die Silbergelatine-Prints in streng limitierten Auflagen zu Preisen ab 10.000 Euro anbietet. An der Tatsache, dass das Museum of Contemporary Art in Bangkok ihren Fotografien eine 1.000 Quadratmeter große Ausstellung gewidmet hat. (Ein Teil der Ausstellung ist eine Dauerausstellung. 300 Bilder sind in der permanenten Kollektion des MOCA Museums.) Nicht zuletzt an ihren Büchern, die fast alle ausverkauft sind. Sie könnte sich also zurücklehnen und auf das Erreichte zurückblicken, doch das ist offenbar nicht ihr Ding.





„Angela rides the lion“ ist eines der bekanntesten Bilder aus Sylvies „Big cats“-Serie – und spontan entstanden.

Sie habe mindestens noch ein, zwei Projekte, aus denen dann ein weiteres Buch entstehen soll, so Sylvie, die neben ihren freien auch Auftragsarbeiten im Bereich

Beauty umsetzt. Künftig will sie sich mehr mit Fashion beschäftigen – „so zeitlos, wie eben möglich“ und mit dem Thema „mature beauty“, also Aufnahmen älterer Mo-

dels. Ihr Mann kocht gerade Kaffee nebenan, gleich wird es laut werden im Studio, ein neuer Shootingtag beginnt. Worum es geht, will sie noch nicht verraten.



SYLVIE BLUM, in Österreich geboren, studierte an den Kunsthochschulen Mannheim und Trier und arbeitete als Model mit Fotografen wie Jan Saudek oder Helmut Newton zusammen und war Muse und Ehefrau des Fotografen Günter Blum. Nach dem Tod ihres Mannes begann sie selbst, zu fotografieren. Heute lebt und arbeitet sie in Los Angeles. Blum hat insgesamt sechs Bildbände veröffentlicht, fünf davon sind ausverkauft. Ihr jüngstes, im Eigenverlag erschienenenes Buch trägt den Titel „Wild Beauty“ und lässt sich über folgende E-Mail-Adresse bestellen: ➔ sylvieblumstudio@gmail.com

➔ sylvie-blum.com



EIN JAHRZEHNT ZU FUSS

Jens Krauer über seine späte Liebe zur Streetfotografie und die Frage, wie er sich an seine Shooting-Umgebung assimiliert. Sein erstes Buch ist ein Destillat von zehn Jahren Arbeit.
Von Peter Schuffelen



Der besondere Moment: Jens Krauer ist seit gut zehn Jahren unterwegs auf den Straßen europäischer, amerikanischer und asiatischer Städte.

Seit meiner Jugend hatte ich einen besonderen Bezug zur Straße. Zwischen meinem 16. und meinem 25. Lebensjahr habe ich mich als Graffiti-Künstler mit der „unaufgeforderten Verschönerung des städtischen Außenraums“ beschäftigt. Irgendwann habe ich dann eine bürgerliche Karriere eingeschlagen, zunächst im Bereich Event und Production, später als Information- und Communication-Manager bei einer der größten Sportverbände der Welt. Ich

habe gutes Geld verdient und bin in dieser Zeit viel gereist. Aber irgendwann hat mich diese Arbeit nicht mehr ausgefüllt – ich hatte einfach das Bedürfnis, wieder kreativ zu werden. 2012 habe ich mir dann eine Kamera zugelegt und bin auf meinen Geschäftsreisen abends durch die Stadt gezogen, in der ich gerade war, und habe bis in die tiefe Nacht fotografiert. Nur für mich selbst. Tatsächlich habe ich in den ersten drei Jahren niemandem meine Bilder ge-

zeigt. 2015 war ich dann so unzufrieden in meinem Krawatten-Job, dass ich beim Sportverband gekündigt habe. Eine Zeitlang war ich auf Arbeitssuche und habe überlegt, was ich mit meinem Leben machen will. Irgendwann habe ich mich dann entschieden, all meine Energie und Zeit in die Straßenfotografie zu stecken, allen wirtschaftlichen Unwägbarkeiten des Fotografenbusiness im Allgemeinen und dieses Genres im Besonderen zum Trotz.

>>>



>>> In den darauffolgenden zehn Jahren habe ich unablässig fotografiert, in meiner Heimatstadt Zürich, aber auch in vielen anderen Städten, darunter Istanbul, Paris, Kiew, Tokio, Bukarest, New York, Athen, Prag und Hongkong. Der qualitative Anspruch an mich selbst war und ist hoch. Ein Beispiel: Ab 2019 bin ich mehrmals für drei oder vier Wochen nach New York geflogen und von morgens 7 bis abends 11 mit meiner Kamera durch die Stadt gelaufen. Am Ende hatte ich gerade einmal vier wirklich gute Bilder im Kasten, und das obwohl es weltweit nur wenige Orte gibt, in denen sich die gesellschaftliche, kulturelle und soziale Vielfalt derart verdichtet wie in New York. Es geht mir also nicht darum, an außergewöhnliche oder exotische Orte zu reisen. Grundsätzlich glaube ich, dass man auch in Castrop-Rauxel zu ähnlich intensiven Streetfotografie-Aufnahmen kommen kann, man braucht halt mehr Zeit. Es ist, wie Elliott Erwitt einmal gesagt hat: In der Fotografie geht es nicht darum, was man sieht, sondern darum, wie man sieht.

Nicht unsichtbar, sondern umgebungsintegriert

Apropos sehen bzw. gesehen werden: Ich werde oft gefragt, wie ich es schaffe, mich unsichtbar zu machen – schließlich lebt die Straßenfotografie ja vom Authentischen und damit vom Überraschungsmoment. Meine Antwort lautet: Ich mache mich nicht unsichtbar, denn das würde ja bedeuten, dass ich mich verstecke, aber das tue ich nicht. Ich fände das auch respektlos gegenüber den Menschen, die ich fotografiere. Vielmehr versuche ich mich so in die Umgebung zu integrieren, dass die Leute nicht mehr auf mich achten. Nonverbale Signale spielen dabei eine wichtige Rolle. Sie können eine Art unausgesprochenes Vertrauen schaffen, so dass meine Gegenwart nicht als störend empfunden wird.

Im Laufe meines Lebens habe ich die unterschiedlichsten Milieus von innen kennengelernt. So war ich durch meine Arbeit beim Sportverband an sehr exklusiven >>>

Was wiegt stärker: die gelungene Form oder die inhaltliche Relevanz? Für Krauer ist beides gleichermaßen wichtig.





„Ich suche nichts Bestimmtes, wenn ich losziehe, vielmehr gehe ich über Einstiegspunkte an das Bildermachen heran“, sagt der Schweizer Street-Fotograf.

>>> Orten und bin bei Gala-Veranstaltungen mit Celebritys und anderen einflussreichen Menschen zusammengekommen. Andererseits habe ich in meiner Zeit als Graffiti-Artist für eine Weile ohne festes Zuhause gelebt und war in verschiedenen Subkulturen unterwegs. Diese Erfahrungen helfen mir heute dabei, mich an unterschiedlichste Situationen und soziale Kontexte anzupassen.

Einstiegspunkte: Geometrie, Licht und zeitgenössische Relevanz

Ich suche nichts Bestimmtes, wenn ich mit meiner Kamera losziehe, ich habe also vorab keine Bilder im Kopf. Vielmehr gehe ich über Einstiegspunkte an das Bildermachen heran. Das können geometrische Strukturen, das Licht oder die zeitgenössische Relevanz einer Situation sein. Damit man den Überblick bekommen kann, pas-

siert dieses Sondieren zunächst aus der Distanz; erst danach nähere ich mich, beobachte, wie sich die Menschen bewegen, visualisiere das Bild und komponiere den Frame. Die Abfolge lautet also: analysieren, interpretieren, positionieren und schließlich dokumentieren, also auslösen.

Ich arbeite sowohl mit einer Leica Q3 mit integriertem 28-mm-Objektiv als auch mit der Leica-SLR und lichtstarken Festbrennweiten von 35 mm, 50 und zuweilen 80 mm. Witzigerweise habe ich irgendwann festgestellt, dass unterschiedliche Städte für mich unterschiedliche optimale Brennweiten besitzen: Durch New York ziehe ich am liebsten mit einem 50 mm, durch Istanbul hingegen mit einem 35 mm. Mein kontrastreicher Look – manche nennen ihn existenzialistisch, andere sprechen von einer barocken Lichtsetzung – entsteht zum einen durch die Beleuchtung auf die Lichter-Highlights, zum

anderen in der Postproduktion. Inhaltliche Veränderungen, etwa durch Hineinstempeln, sind für mich hingegen tabu.

Der Luxus, wochenlang in urbane Räume eintauchen zu können

Eine Grundsatzfrage in der Straßenfotografie lautet: Was wiegt stärker – die gelungene Form oder die inhaltliche Relevanz? Mir persönlich ist beides gleichermaßen wichtig. Meine Positionierung zum Bild ist deshalb nicht nur eine räumliche, sondern auch eine konzeptionelle. Es geht mir immer darum, auch die emotionale Ebene eines Moments einzufangen, die Geschichte, die dahintersteckt.

Ich glaube, dass man sich einen Gefallen tut, wenn man sich selbst hart editiert, also weniger gute Bilder radikal aussortiert. Ich habe dafür einen Ordner ange-



legt, in den ich meine besten Bilder packe. Es sind immer exakt hundert: Sobald ich ein neues Bild hinzufüge, muss ein anderes weichen. Auf Basis dieser Auswahl habe ich Ende 2024 meine erste Monografie im Kehrer Verlag gestaltet und veröffentlicht: „In Plain Sight – Candid Urban Encounters“ ist das Destillat von zehn Jahren Straßenfotografie und fasst 73 Bilder, das „Best of“ meiner Streetphotography bislang.

Inzwischen kann ich von meiner Arbeit als Streetfotograf leben, auch dank meiner Tätigkeit als Dozent an der Leica Akademie: Ich biete Streetphotography-Workshops an und trete regelmäßig als Keynote-Speaker auf. Sicher, das Genre ist nicht wirklich dazu angetan, Ferrari zu fahren. Andererseits empfinde ich es als großen Luxus, wochenlang in urbane Räume und Gesellschaften eintauchen zu können: Ich liebe den Flow-Zustand, in

den ich gerate, wenn ich durch eine Stadt ziehe.

Bruce Gilden hat einmal gesagt: „Streetphotography is a young man’s game“, und da ist sicher etwas Wahres dran. Andererseits: Ich bin jetzt 48 und habe das Gefühl, dass ich das bestimmt noch 20 Jahre machen kann und will. In gewisser Weise glaube ich sogar, dass man mit dem Alter besser wird – klarer und effizienter vielleicht.

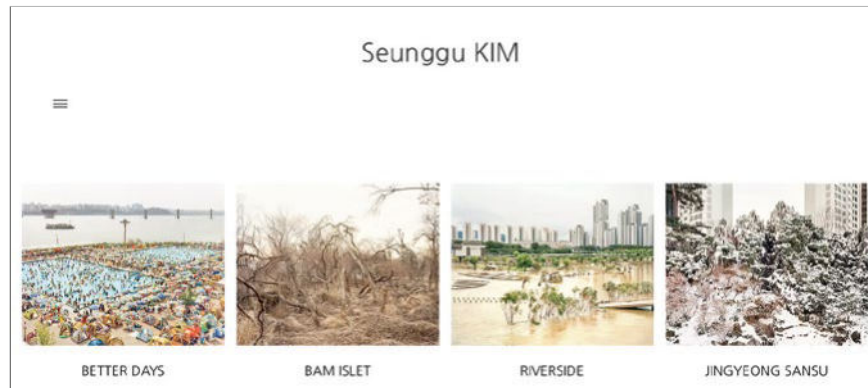


JENS KRAUER ist ein in Zürich ansässiger Street- und Dokumentarfotograf, der sich auf ungestellte urbane Lebensmomente und menschliche Geschichten im öffentlichen Raum konzentriert. Seine Fotografie wurde europaweit sowie in den Vereinigten Staaten vielfach ausgestellt. Daneben bietet Krauer Reiseworkshops in Sachen Street-Photography-Workshops und Seminare an, tritt regelmäßig in Interviews, Ausstellungen, Festivals sowie in Podcast-Formaten auf und arbeitet als Dozent an der Leica Akademie. 2025 erschien sein Buch „In Plain Sight – Candid Urban Encounters“ im Kehrer Verlag.

📧 jenskrauer.com

DAS LEBEN DER ANDEREN

Südkoreanische Wimmelbild-Choreografie, fantastische Fundstücke aus anonymen Kodachrome-Konvoluten und die unglaubliche Geschichte einer psychedelischen Westküsten-Fotografin.



Seunggu Kim

Seunggu Kim

Die eigentlich geordnete Freizeitgestaltung der Südkoreaner. Ein Freibad mit zwei Swimmingpools, darin, dicht an dicht, Menschen, Luftmatratzen und Schlauchboote, davor ein Wald von Sonnenzelten und -schirmen. Hinter diesem kunterbunten und zugleich erstaunlich aufgeräumten, ja fast schon arrangiert wirkenden Gewusel: ein weißer Fluss, an dessen Ufer uniforme Hochhäuser stehen. Das Bild ist typisch für die Serie „Better days“ von Seunggu Kim, in der sich der Südkoreaner mit den Freizeitaktivitäten seiner Landsleute auseinandersetzt.

Das ostasiatische Land hat in den letzten Jahrzehnten einen schwindelerregenden Aufschwung erlebt. Die Kehrseite der Medaille sind uferlose Arbeitszeiten und wenige freie Tage. Aus schierem Zeitmangel verbringen viele Südkoreaner ihre Freizeit deshalb an ihrem Wohnort. Wir sehen Menschen beim Eisfischen, Bestaunen eines Feuerwerks, Outdoorfestivals, Parkbesuchen. Kim fotografiert stets aus einiger Entfernung und erhöhter Position heraus – und bettet die exotisch anmutenden Freizeitaktivitäten damit in den urbanen Raum ein. Er fühle sich der „langsamen Fotografie“ verbunden, sagt er. Oft beobachte er die Szenerie stundenlang, ehe er ein einziges Bild mit seiner Großformatkamera aufnimmt. Die bedachte Arbeitsweise manifestiert sich in der Bildgestaltung des Mittvierzigers: Perspektive, Ausschnitt und Geschehen sind harmonisch ausbalanciert. Kims

Wimmelbilder erinnern damit an die großformatigen Massentourismus- und Strandbilder des italienischen Fotokünstlers Massimo Vitali: Obwohl das Geschehen offensichtlich keinerlei Gesetzmäßigkeiten gehorcht, wirken die menschlichen Interaktionen hier wie dort wie choreografiert. Ebenfalls sehenswert: die Serien „Riverside“ über ein am Han-Fluss gelegenes Naherholungsgebiet in Seoul und dessen katastrophentilmartige Überschwemmungen während der Regenzeit sowie „Bam Islet“ über eine Insel ebendort, die nach einer Zwangsumsiedlung von der Natur zurückerobert wird.



seunggukim.com

[instagram.com/k.seunggu](https://www.instagram.com/k.seunggu)

The Anonymous Project

Ode an den unbekannten Knipser: gekonnt kuratierte Found-Footage-Sammlung im nostalgisch-satten Kodachrome-Look.

Alles beginnt damit, dass Lee Shulman 2017 auf E-Bay einen Karton mit Kodachrome-Dias erwirbt. Der Werbefilm- und Musikvideo-Regisseur verguckt sich spontan in die anonymen Familienfotos: in die leuchtenden Farben, das Zeitkolorit, die unerzählten Geschichten hinter den unbekannten Gesichtern. Durch weitere Ankäufe und Sachspenden baut er nach und nach eine der welt-



The Anonymous Project

größten Diasammlungen für Amateurfotografie auf. Heute umfasst sein Archiv fast eine Million Bilder aus 70 Jahren Fotografiegeschichte. Zur eigentlichen Sammlung, die Shulman *The Anonymous Project* nennt, zählen rund 15.000 Scans. Wer die gleichnamige Website aufruft, sieht sich einem Reigen nostalgisch wirkender, oft skurriler Bilder gegenüber; die meisten stammen aus den USA, einige aus Großbritannien: drei Bodybuilder, die nebeneinander am Strand posieren. Eine Frau im leuchtend roten Wollmantel über einem verschneiten Berggipfelpanorama. Ein goldfarbener Straßenkreuzer inmitten einer wellenförmig erodierten Felslandschaft. Zwei bestrappte Damen in Eierlikör-laune. Menschen beim Feixen, Knutschen, Posieren, Wegdämmern. Die meisten Shots dürften ohne kompositorischen Anspruch entstanden sein, und doch wirken viele ikonisch, bedachtsam inszeniert, gar werblich überhöht. Das aber dürfte, neben den intensiven Kodachrome-Farben, vor allem am kuratorischen Geschick Shulmans liegen, dem dank gekonnten Editings eine Art *Ode an den unbekannten Knipser* gelingt. „Keine neuen Fotos, bis die alten aufgebraucht sind“ hatte der Found-Footage-Künstler Joachim Schmid einst süffisant gefordert. Shulman macht aus dieser Strategie eine Tugend. Inzwischen hat der in Paris lebende Brite ein ganzes Ökosystem physischer Spin-offs rund um das Online-Projekt erschaffen: Cibachrome- und Inkjet-Abzüge, Leuchtkästen, immersive Installationen, Projektionen, „digitale Interventionen“ im öffentlichen Raum sowie eine nicht abreißende Serie an Ausstellungen in aller Welt. Auch ein Dutzend Bücher sind Teil des Anonymous-Kosmos, darunter ein 2021 erschienenes visuelles Tête-à-Tête mit Martin Parr. 2024 porträtierte Shulman den Hohepriester des knallfarbenen Alltagstrash in einem Dokumentarfilm – nur ein Jahr vor Parrs Tod.



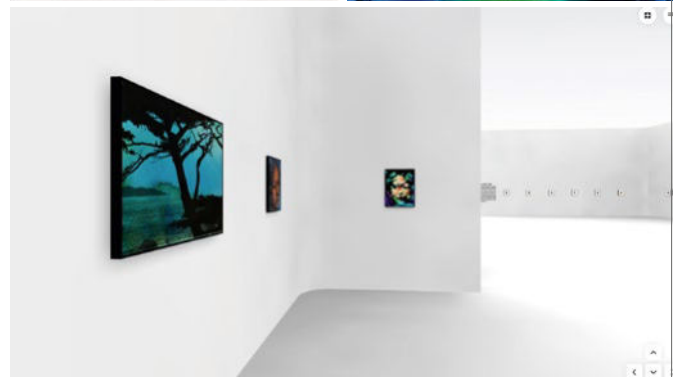
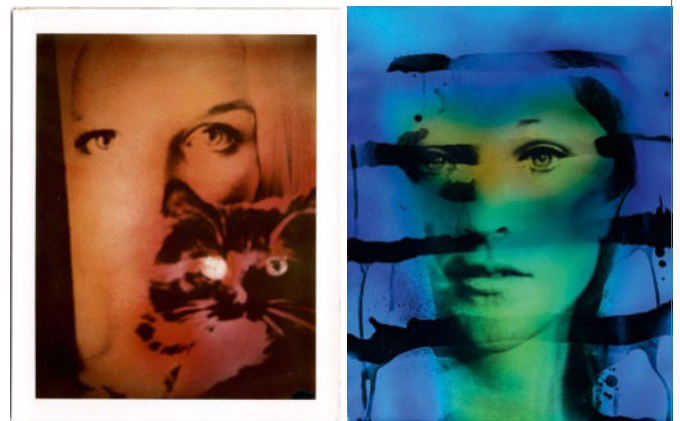
➤ anonymous-project.com
 ➤ anonymousprojectstore.com
 📷 instagram.com/the.anonymous.project

WEBSCOOTS LIEBLING

Kali

Postproduktion im Pool oder: die posthume Entdeckung einer kalifornischen Gegenkultur-Fotografin.

Ihr Leben ist filmreif, und das entscheidende Kapitel beginnt 1964: Joan Archibald (1932–2019), eine Hausfrau aus Long Island, lässt sich scheiden, besteigt, nachdem sie ihre beiden Kinder bei den Großeltern untergebracht hat, ihren Studebaker und fährt Richtung Westküste. Sie landet in Malibu, lebt zunächst in ihrem Auto, taucht in die Partyszene Hollywoods ein, freundet sich mit dem Schauspieler Richard Chamberlain an, lässt Frank Sinatra abblitzen und entdeckt die Fotografie für sich. Ihre Sujets: Landschaften und die pulsierende Gegenkultur ihrer Umgebung – Surfer, Hippies, Kinder von Freunden (darunter die junge Cindy Sherman) sowie, immer dann, wenn diese zu Besuch ist, ihre Tochter Susan. 1967 zieht Kali, wie sie sich inzwischen nennt, in ein Haus in Palm Springs. Ihre Prints entwickelt sie in einer großen Badewanne, als „Veredelungsbecken“ dient ihr der hauseigene Pool; hier unterzieht sie ihre Abzüge einer auf alchemistischer Performance und Zufall beruhenden Nachbehandlung mittels Farbstoffen, Erde, Blättern und Insekten. Das Ergebnis dieses von ihr Artografie genannten Prozesses: Bilder, die durch ihre surreale Wirkung und ihre leuchtend-psychedelischen Farben an einen



WEBSCOOTS LIEBLING: Kali, ➤ kaliartography.com

Acid-Trip erinnern. Später experimentiert Kali mit mehrfachbelichteten oder durch willkürlichen Lichteinfall verfremdeten Polaroids. Das Spannende an ihrer Geschichte: Trotz ihres manischen Schaffensdrangs und der Tatsache, dass sie den Begriff Artografie rechtlich schützen ließ, stellt sie ihre Bilder während ihrer fast 50-jährigen Schaffensperiode nur ein einziges Mal aus. Erst nach ihrem Tod 2019 entdeckt ihre Tochter Susan den Fundus aus über 100.000 Bildern. Susans Ex-Mann, der Fotograf Len Prince, ordnet diesen in jahrelanger akribischer Arbeit.

Das lange unentdeckte Œuvre der Kalifornierin Vivian Maier, das in den letzten Jahrzehnten hauptsächlich obskure Aufnahmen ihrer häuslichen Überwachungskameras umfasst, mit der die Künstlerin vermeintliche außerirdische Attacken dokumentierte, lässt sich auf der Website kaliartography.com entdecken: einer virtuellen Dauerausstellung der Staley-Wise Gallery, New York mit Hintergrundtexten, Medienberichten, vor allem aber einem „Viewing room“, durch den man per Maus oder Touchpad wandeln kann wie durch eine Galerie in der wirklichen Welt.



➤ kaliartography.com



STEIB GEHT STEIL

QUO VADIS – IST FOTOGRAFIE NOCH EIN BERUF?

Über Hoffnung und Realität eines Traums. Von Stefan Steib



Es wird weiter heiß gewaschen, selbst diese Versinnbildlichung meiner Idee ist KI, und das funktioniert erschreckend gut. Früher hätte man da 2–3 Tage vorbereitet und gebastelt, ein Handmodell bestellt, vielleicht wäre es besser geworden – vielleicht auch nicht ...

Wer heute Kontakt zu Kollegen meines Alters pflegt (was ich gut und gerne im PIC Verband [a1](#) tue), der hört immer wieder eine gewisse Abgeklärtheit, Professionalität, aber eben auch Ernüchterung nach vielen Jahren im Umgang mit Kunden, Agenturen, Verlagen, Industriefirmen usw. heraus. Das ist für so alte Haudegen nichts Schlechtes, und so wie früher die Gladiatoren, die das Spiel lange überlebt hatten, sind diese Geschichten und Erfahrungen ja auch etwas Gutes und Wertvolles. Wir haben im PIC auch einiges frisches, junges Blut von Fotografinnen und Fotografen, die gerade am Anfang stehen, ihren Stil und ihr Spezialgebiet gerade finden oder tatsächlich schon gefunden haben. Das bringt schon eine ganze Menge für so einen Saurier wie mich, zu sehen, wie das mit unserem so schönen Beruf weitergehen wird.

Keine Frage, ich mache das immer noch gerne – auch wenn ich aus der täglichen Produktion schon raus bin –, 24/7-Fotograf ist man, man „arbeitet“ das nicht. Alle Kollegen, die jahrzehntelang meist ihr ganzes Leben mit Bildern verbracht haben, lieben das, würden am liebsten nichts anderes tun. Trotzdem mussten einige damit aufhören, es sind einfach wirtschaftlich schwierige Zeiten. Aber selbst dann fotografieren sie weiter, dann eben privat, wahrscheinlich noch bis zum letzten Atemzug – damit hört man nicht auf. Zu sehen, zu verstehen, zu fühlen und das dann einfangen zu wollen – und zu können –, das macht tatsächlich glücklich.

Der Beruf ist immer komplexer geworden. Hatte man früher nur zu fotografieren, zu gestalten und eventuell bei großen Produktionen auch zu managen, waren alle anderen Teilbereiche separate Berufe. Stylisten, Locationfinder, Produktionsassistenten, Produzenten und Productmanager aus den Agenturen und den Firmen, Bildbearbeiter, Druckvorlagenhersteller ... Das war eine lange Liste von Verantwortung, Zuarbeiten, Terminen bis hin zu einem Endprodukt, meist ein Druck, eine Anzeige oder Publikation.

Vieles von dem ist heute wie ein zu heiß gewaschenes 4-Mann-Zelt, was auf die Größe eines T-Shirts zusammengeschnürt ist. Das Shirt ist noch da, aber es ist grade noch groß genug, dass man sich da alleine reinquetschen kann. Recherchen zur Vorbereitung betreiben wir mit KI im Internet, unsere digitalen Bilder bearbeiten wir selbst, fehlen Teile oder sind die Kosten zu hoch, werden Hintergründe und Objekte, ja auch Modelle, künstlich per KI generiert, modifiziert und verwaltet. Vieles, was früher bezahlt wurde, ist nun „inklusive“ – es wird so erwartet, wer das nicht liefert, ist eben raus.

Die Industrie – also primär die IT-Software online – stellt immer bessere Tools und Workflows zur Verfügung. Alles wird schneller, direkter und „stylisher“, denn man kann bestimmte Looks klonen,

vervielfältigen, neu verwursten. (Ob das bei den alten Benetton-Kampagnen ² auch funktionieren würde, da hab ich meine Zweifel – die waren definitiv nicht am PC generiert, aber grandios.)

Ich will jetzt den „alten Tagen“ – so was wie den 70ern und 80ern, teils noch den 90ern – nicht hinterherweinen. Da war auch nicht alles Gold. Wir haben auch mit Kunden hart verhandelt. Das Geld lag nicht auf der Straße, aber es war auch noch verhältnismäßig leicht, zu finden, wenn man sich bemühte und sauber und termingerecht arbeitete.

Klingt das resigniert? Vielleicht, vielleicht ist das aber auch nur realistisch und notwendig, wenn man heute in diesem Markt bestehen will. Und mal ehrlich: Die heutigen „Kids“ (sorry, so sehe ich die unter 30) haben das Problem gar nicht, die kennen das nicht anders – KI und online ist für die, so wie für uns früher, einen Rollfilm einzulegen.

Und jetzt komme ich zum wirklich erfreulichen Teil dieser Kolumne. Ich habe einen neuen (Ehrenamt-)Job, man hat mich in die Meisterprüfungskommission in München eingeladen und ich habe zugesagt; ich war da jetzt auch schon einige Male.

Dort in der Pranchhstraße werden junge Fotografinnen und Fotografen in einem Jahr zu Handwerksmeistern ausgebildet, mit sehr engagierten Lehrern mit vielen Jahren Erfahrung, einer gesunden Portion Skepsis und Kritik, aber auch mit Lob und Anerkennung, die einem diese jungen Leute zweifellos abnötigen.

Das beginnt mit den vier Teilbereichen, wo jetzt also (40 Jahre nach meiner Meisterprüfung) viel Neues und Praxisgerechtes dazugekommen ist – ich habe wirklich gestaunt. Betriebsführung und Organisation (als Arbeitgeber, das hat mich am meisten gefreut!), aber auch Kundenanalyse, Auftragsbearbeitung und Lösung, dann Betriebswirtschaft, Gründung und Übernahme eines Betriebes (!!!), Ausbildung (Pädagogik!) und dann natürlich Fachtheorie, Mathe, Optik und schließlich Durchführung eines fiktiven Auftrages für einen Kunden, mit minutiöser Vorbereitung eines Konzeptes (vor sowie final), wo Kosten, Zeit und Bilderstrecke mit allen notwendigen Werkzeugen geplant, die Modelle und Locations vorbereitet sowie für Schlechtwetter oder andere Ausfälle Ausweichreserven bereitgestellt werden (müssen).

Die Form der Präsentation wird bewertet, da haben sich alle Prüflinge voll ins Zeug gelegt, die grafische Gestaltung und die Qualität der Handouts war schon wirklich beeindruckend, da wurden Bildstrecken mit KI erstellt, Models vorher gecastet und schon mal quasi als Sedcards präsentiert. Das waren zum Teil kleine, mit Digitaldruck erstellte Bücher – unglaublich. Dazu muss man wissen, dass einige „Prüflinge“ vorher schon eine werbegrafische Ausbildung gemacht und abgeschlossen haben. Wow!

Ich muss gestehen, ich habe meinen Meisterkurs 1987 über einige Monate hinweg an den Wochenenden gemacht, da sind wir



Oben: Die Kids von heute wachsen mit dieser Geschwindigkeit und mit diesen KI-Tools auf. Sie werden das schon schaffen, da bin ich optimistisch. | **Unten:** Und vielleicht wird das, was wir den „jungen Fotografen“ mitgeben können, genauso wertvoll wie jenes, das wir von ihnen lernen können – Neugier und Offenheit.

definitiv nicht so tief in die Materie eingestiegen. Außerdem gab es da solche IT-Tools noch nicht – wir haben halt damals Passepartouts für die Präsentationsmappen geschnitten. Vieles von dem, was hier heute gelehrt wird, ist Wissen, das ich mir dann später in meiner Selbstständigkeit alleine erarbeiten musste. Das gabs damals so in fixierter und lehrbarer Form noch nicht, vor allem nicht fachübergreifend und so geordnet.

Jetzt aber eine der großen Freuden an diesem Ehrenamt: Es macht einfach Spaß, diese unverbrauchte Energie und den Willen der Kids/Prüflinge zu beobachten, mit ihnen zu diskutieren, nachzufragen und ein bisschen bei der Fokussierung zu helfen. Man fühlt sich dabei wie in einer Zeitreise – man erinnert sich und muss lächeln –, das allein ist es schon wert. Und damit ist für mich klar: Unser Beruf lebt – egal, wie schwer das wird, egal, wie schnell das wird. Diese Kids werden das schaffen, da bin ich sicher.

¹ www.pic-verband.de

² www.spiegel.de/fotostrecke/benetton-schockwerbung-fotograf-oliviero-toscani-fotostrecke-127838.html

Sie sind Journalist?



Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen. Die Journalistenverbände informieren Sie gerne:

Journalistenzentrum
DEUTSCHLAND

DPV Deutscher
Presse-
Verband **bdfj** Bundesvereinigung
der Fachjournalisten

Stresemannstr. 375 Tel. 040 / 8 99 77 99
D-22761 Hamburg info@journalistenverbaende.de

www.journalistenverbaende.de

digit! MEDIADATEN



www.digit.de/mediadaten/

Ich gestalte **digit!**
und auf Wunsch
auch **Ihre Anzeigen**
und **Broschüren** für
Print oder Web.

dcreation
0228 28617070
mail@ad-creation.de
www.ankedievernich.com
www.ad-creation.de



IMPRESSUM

Verlag und Herausgeber:

rough concept
Agentur und Verlag GmbH
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336

Geschäftsführer:

Dipl.-Ing. Roland Franken/DGPh
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Redaktion digit!
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336
✉ editors@digit.de

Gestaltung:

Dipl.-Des. Anke Dievernich

Anzeigenschluss:

drei Wochen vor Erscheinen

Erscheinungsweise:

vier Ausgaben im Jahr

Abonentenservice:

digit! Aboservice
Postfach 1331, 53335 Meckenheim
Tel. 02225 7085-340
Fax 02225 7085-399
✉ abo-digit@ips-d.de

Abo-Bezugspreis:

DE: 32,00 € inkl. 7% USt für vier Ausgaben
(AT: 42,00 €, CH: 50,00 €)

Online-Bestellung:

✉ www.digit.de/abonnements

Bankverbindung:

Sparkasse KölnBonn
Kto.-Nr. 193 047 41 09
BLZ 370 501 98

IBAN:

DE18 3705 0198 1930 4741 09

BIC-Code (früher SWIFT-Code):

COLSDE33XXX

Druck:

D+L Printpartner GmbH, 46395 Bocholt

Für eingesandte Manuskripte, Datenträger und Bilder übernimmt die Redaktion keine Gewähr. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist ohne Genehmigung des Verlages nicht gestattet. Gültig sind die Mediadaten vom 15. Dezember 2025:

✉ www.digit.de/mediadaten

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

Buchen Sie Ihre Werbeanzeige für die digit! Ausgabe 3-2026 am besten gleich – spätestens aber bis zum 28. August 2026.

digit! DAS PROFI-MAGAZIN
FÜR DIGITALE BILDER

Home | News | Themen | Fotofestivals | Shop

Hier suchen

**Die Fotoschule für
Theorie und Praxis
der Fotografie**

✉ digit.de/fotoschule



jetzt bei
digit.de
online
lesen

Tilo Gockel

**Die Neue
Fotoschule**
Von den Grundlagen
zur Fotopraxis

dpunkt.verlag edition digit!



digit! 3-2026

erscheint im September 2026

Bleiben Sie auf dem Laufenden und registrieren Sie sich
für den digit! Newsletter:

✉ digit.de/newsletter



NULL-RISIKO-JAHRESABO

Wir hoffen, dass Sie von digit! nie genug bekommen. Und falls doch, können Sie das Null-Risiko-Jahresabo jederzeit kündigen und bekommen Ihr Restgeld zurück.

**vier Ausgaben im Jahr für
nur 32 € (AT 42 €/CH 50 €)**

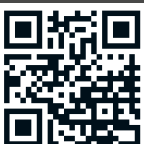


Jetzt die Vorteile nutzen

- ! schneller informiert:**
Sie erhalten digit! immer bereits vor dem Erstverkaufstag druckfrisch ins Haus geliefert.
- ! mehr Kompetenz:**
Mit einem digit! Abo sind Sie stets über alles bestens informiert, was Profi-Fotografen und Imaging-Experten interessiert.



digit! – DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER



Profitieren Sie von unseren Abo-Angeboten unter
www.digit.de/abonnements



Hahnemühle

NEU



©Zheng WeiJie

Hemp Gloss Baryta

305 gsm, 60 % hemp fibres, 40 % cotton, white, high-gloss

Natural Line



www.hahnemuehle.com

Hemp Gloss Baryta

305 g/m² · 60 % Hanffasern · 40 % Baumwolle · weiß · hochglänzend

Ab sofort erhältlich im Fachhandel und auf hahnemuehle.shop!

Premium FineArt Inkjet-Papiere vom mehrfach prämierten Erfinder
Fine Art Fotografie · Digitale Kunst · Reproduktionen
www.hahnemuehle.com