

Ins rechte Licht gerückt stellt mehr dar

Worauf sollte man bei der Zusammenarbeit mit einem Fotografen achten? Soll die vorhandene Digitalkamera für Aufnahmen benutzt werden? Zu diesen und anderen Fragen rund um die Industrie- und Werbefotografie gibt der Fotograf Patrice Heilmann Auskunft.

ANDRÉ SCHÄPPI

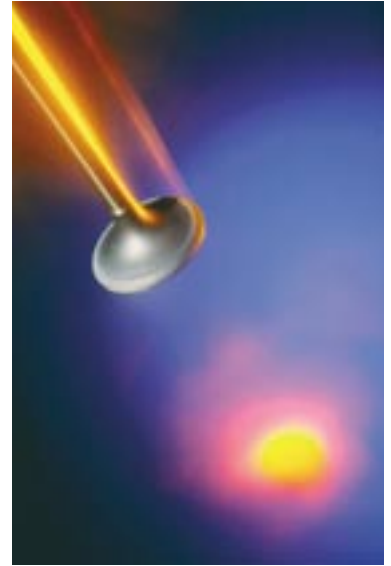
Da staunte Patrice Heilmann, Werbefotograf aus Winterthur, als ihm sein Kunde, der deutsche Technologiekonzern Schott, das nächste Fotoshooting ankündigte. Ziel: die

BINA (Bischofszell Nahrungsmittel AG), ein Migros-Produktionsbetrieb und einer der grössten Schweizer Getränkemittelhersteller. Objekt: Die erste, von Schott und SIG gemeinsam entwickelte PICVD-Anlage zur Innenbeschichtung von PET-Flaschen.

PICVD steht für Plasma Impulse Chemical Vapour Deposition. Das ist ein Verfahren, mit dem in diesem Fall hauchdünne Siliziumdioxid-Schichten auf die Innenseite von PET-Flaschen aufgetragen werden. Damit wird verhindert, dass während der Lagerung Sauerstoff in die Flasche hinein- oder aus Getränken beispielsweise gelöste Kohlensäure hinausdiffundiert und durch diese Vorgänge der Geschmack verändert und/oder die Haltbarkeit der Inhaltsstoffe verringert wird. «Es geschieht nicht alle Tage, dass man als Fotograf bei Premieren dabei sein kann und darüber berichten darf, denn im Allgemeinen ist man zur Geheimhaltung verpflichtet», erklärt der 39-jährige Berner. Die Migros plant, die neuen Gebinde im Frühjahr für eine Premium-Fruchtsaftlinie einzusetzen.

Die Suche nach dem Richtigen

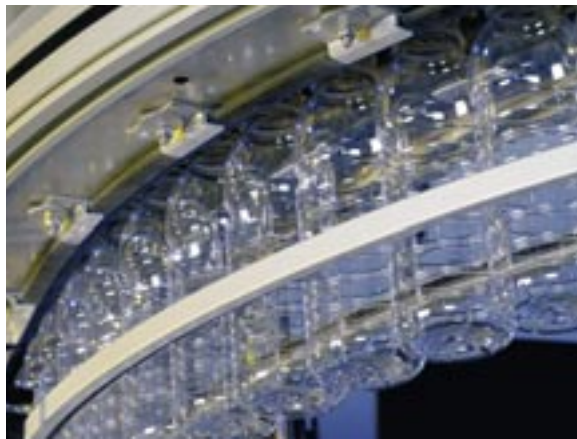
Wie findet man nun den richtigen Fotografen? «Zum einen durch Mund-zu-Mund-Propaganda», sagt Patrice Heilmann. «Am besten fragt man jemanden, der



Sind optische Effekte durch Nachbearbeitung kostengünstiger? Eine Frage, die der Fotograf schon bei den Aufnahmen entscheiden sollte.



Maschinenteile sollen wichtige Details wiedergeben und gleichzeitig ansprechend wirken.



Anreiz für den Einstieg in technische Artikel: Bilder mit ungewöhnlicher Perspektive. (Bilder: Patrice Heilmann)



Grosse Anlagen stellen oft hohe Ansprüche in Bezug auf die Ausleuchtung.

schon gute Erfahrungen mit einem Industrie- oder Werbefotografen gemacht hat.» Als weitere Möglichkeit bietet sich die Suche im Internet an. Normalerweise kann man schon auf den Websites sehen, welches Repertoire ein Fotograf abdeckt. Bei der Internet-Suche sollte ausserdem die geografische Nähe



Die natürliche Darstellung von Menschen an der Arbeit erfordert vom Fotografen gutes Einfühlungsvermögen.

berücksichtigt werden. Wenns brennt, und das ist gerade bei Aufnahmen für Messeveranstaltungen oft der Fall, kann man z.B. mit einem Objekt kurzfristig ins Fotostudio gehen.

Briefing ist das A und O

Der Werbefotograf betont, dass ein genaues Briefing für gute Resultate sehr wichtig ist. «Wenn ein Kunde nicht von sich aus Infos zum «Wie?» und «Was?» gibt, muss man eben selbst nachhaken», erläutert er. Heilmann geht es darum, die Bedürfnisse und Absichten zu erfragen. Probleme entstünden nämlich im Allgemeinen dann, wenn die Fotogestaltung nicht klar definiert worden sei oder der Verwendungszweck erst später festgelegt werden soll. Sind die Vorgaben jedoch klar, muss der Fotograf ein perfekter «Bild-Umsetzer» der Idee sein. «Der Kunde soll wissen, dass ich das mache, was er sich vorstellt. Da geht es nicht darum, die eigene Kreativität auszuleben», ist seine Devise.

Mail-box

Patrice Heilmann
Industrie- & Werbefotografie
Wülflingerstrasse 59
8400 Winterthur
Tel 052 222 16 36
Fax 052 222 16 38
www.werbefoto.ch

Heilmann versucht allerdings, die Aufnahmen im Beisein des Kunden auszuführen. Der gegenseitige Austausch führe oft zu neuen Ideen, die noch bessere Resultate lieferten, als sie mit dem ursprünglichen Briefing erzielt worden wären, berichtet er.

Digital oder analog?

Die digitale Fotografie setzt sich immer mehr durch und bietet einige Vorteile, von denen ein Kunde profitieren kann. So lassen sich digitale Fotoaufnahmen direkt für die Bearbeitung im Computer verwenden. Dadurch kann Zeit gespart und schneller gearbeitet werden. Es gibt aber in der digitalen Fotografie immer noch Einschränkungen, die die herkömmliche Fotografie begünstigen. Wenn der endgültige Verwendungszweck noch nicht feststeht, sollte man sich für diese Variante entscheiden, da ein Dia ohne Qualitätseinbussen auf ein grosses Bildformat «aufgeblasen» werden kann. Im Bereich schnell bewegter Szenen wird die herkömmliche Fotografie ebenfalls nach wie vor die Methode der Wahl sein.

Im Zeitalter der billigen Digitalkameras ist es heute auch für den Laien möglich, schnell selbst ein paar Aufnahmen zu machen, diese gleich am Computer anzuschauen und weiterzuverwenden. «Durchaus eine Variante für Betriebe mit beschränktem Budget, die so Aufnahmen für den internen Gebrauch erstellen wollen und damit beispielsweise Dokumentationen abdecken», findet Heilmann, der schon Kunden in richtiger Anwendung beraten hat. Denn auch hier gibt es einige Punkte, die für ein erfolgreiches Arbeiten berücksichtigt werden müssen. Heilmann beabsichtigt deshalb, demnächst mit interessierten Laien ein Seminar für digitale Werbe- und Industriefotografie durchzuführen. ■

André Schächli, CommuniCAT, Zürich

Worauf man achten muss

- Suchen Sie einen Fotografen, der Ihre Vorstellungen umsetzen kann.
- Vereinbaren Sie, dass die Nutzungsrechte der Aufnahmen für alle Anwendungen bei Ihnen liegen.
- Überlegen Sie sich im Voraus, wozu die Aufnahmen benötigt werden (z.B. technische Darstellung oder Blickfang). Das spart Zeit und vermeidet Zusatzaufwand.
- Briefen Sie Ihren Fotografen genau über die spätere Verwendung und die Bildidee.
- Seien Sie wenn möglich bei den Aufnahmen dabei. Oft ergeben sich dadurch bessere Bildideen.
- Suchen Sie eine längerfristige Zusammenarbeit mit einem Fotografen, dann profitieren Sie von der zunehmenden Erfahrung



Grosse Maschinen und beschränkte Platzverhältnisse können zu extremen Weitwinkelsituationen führen.



Gebäude, die bei Tageslicht unattraktiv wirken, können durch Dämmerlicht einen speziellen Charakter erhalten.