



EDITION
PROFIFOTO
MAGAZIN FÜR FOTOKULTUR UND -TECHNIK



WIRKUNGSVOLLE
FOTOS MIT EINFACHEM
EQUIPMENT

CLIFF KAPATAIS

FOOD**FOTO**GRAFIE

FOODSTYLING | KOMPOSITION |
LICHT | REQUISITEN

Hinweis des Verlages zum Urheberrecht und Digitalen Rechtemanagement (DRM)

Liebe Leserinnen und Leser,

dieses E-Book, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Mit dem Kauf räumen wir Ihnen das Recht ein, die Inhalte im Rahmen des geltenden Urheberrechts zu nutzen. Jede Verwertung außerhalb dieser Grenzen ist ohne unsere Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Je nachdem wo Sie Ihr E-Book gekauft haben, kann dieser Shop das E-Book vor Missbrauch durch ein digitales Rechtemanagement schützen. Häufig erfolgt dies in Form eines nicht sichtbaren digitalen Wasserzeichens, das dann individuell pro Nutzer signiert ist. Angaben zu diesem DRM finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Anbieter.

Beim Kauf des E-Books in unserem Verlagsshop ist Ihr E-Book DRM-frei.

Viele Grüße und viel Spaß beim Lesen,

Ihr mitp-Verlagsteam



Neuerscheinungen, Praxistipps, Gratiskapitel,
Einblicke in den Verlagsalltag –
gibt es alles bei uns auf Instagram und Facebook



[instagram.com/mitp_verlag](https://www.instagram.com/mitp_verlag)



[facebook.com/mitp.verlag](https://www.facebook.com/mitp.verlag)

Inhaltsverzeichnis

Impressum

Kapitel 1: Foodfotografie

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Was ist Foodfotografie?
- 1.3 Wie schafft man mit Bildern Hunger?
- 1.4 Elemente eines Fotos: Essen, Kulisse, Licht und Kamera
- 1.5 Der Idealfall: köstlich aussehendes Essen
- 1.6 Das Anspruchsvolle: Essen inszenieren
- 1.7 Die Herausforderung: eine Geschichte erzählen

Kapitel 2: Kamera und Technik

- 2.1 Belichtungsdreieck – ISO, Blende und Verschlusszeit
- 2.2 Schärfentiefe
- 2.3 Weißabgleich
- 2.4 Objektive für Foodfotografie
- 2.5 Zusammenspiel dieser Variablen

Kapitel 3: Licht und Lichtsetups

- 3.1 Licht sehen und verstehen
- 3.2 Arten von Licht?
- 3.3 Lichtsetup 1 – Backlight Basics
- 3.4 Lichtsetup 2 – Streiflicht
- 3.5 Lichtsetup 3 – Top Light

3.6 Background Light

3.7 Abschatter

3.8 Fazit

Kapitel 4: Foodstyling

4.1 Unser Model: das Essen

4.2 Bildaufbau & Farbtheorie

4.3 Hintergründe & Requisiten

4.4 Tipps, Tricks & Mythen

4.5 Trends in der Food-Fotografie

Kapitel 5: Die Werkzeuge

5.1 Werkzeuge fürs Fotografieren

5.2 Werkzeuge fürs Licht

5.3 Werkzeuge fürs Essen

Kapitel 6: Die Planung

6.1 Ein Shooting planen

6.2 Die Vorbereitung

6.3 Der Shooting-Tag

6.4 Arbeiten mit Kunden

Kapitel 7: Die Praxis

7.1 Basisübung: nur eine Tomate

7.2 Übung 1 – Sushi (Bildaufbau)

7.3 Übung 2 – Tomatensuppe (Styling)

7.4 Übung 3 – Schokomuffins (Dark and Moody)

7.5 Tipps & Tricks: Food-Fotografie zu Hause

7.6 Tipps & Tricks: Food-Fotografie im Restaurant

Kapitel 8: Die Nachbearbeitung

8.1 RAW-Entwicklung

8.2 Bildretusche

8.3 Üben, üben, üben

Kapitel 9: Resümee

Cliff Kapatais

Foodfotografie

Wirkungsvolle Fotos mit einfachem Equipment

Foodstyling | Komposition | Licht | Requisiten



EDITION
PROFIFOTO
MAGAZIN FÜR FOTOKULTUR UND -TECHNIK

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [<http://dnb.d-nb.de>](http://dnb.d-nb.de) abrufbar.

ISBN 978-3-7475-0333-1

1. Auflage 2021

www.mitp.de

E-Mail: mitp-verlag@sigloch.de

Telefon: +49 7953 / 7189 - 079

Telefax: +49 7953 / 7189 - 082

© 2021 mitp Verlags GmbH & Co. KG

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Katja Völpe
Sprachkorrektur: Claudia Fluor
Covergestaltung: Sandrina Dralle, Christian Kalkert
Coverfoto: Cliff Kapatais
electronic **pub**lication: Ill-satz, Husby, www.drei-satz.de

Dieses Ebook verwendet das ePub-Format und ist optimiert für die Nutzung mit dem iBooks-reader auf dem iPad von Apple. Bei der Verwendung anderer Reader kann es zu Darstellungsproblemen kommen.

Der Verlag räumt Ihnen mit dem Kauf des ebooks das Recht ein, die Inhalte im Rahmen des geltenden Urheberrechts zu nutzen. Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Der Verlag schützt seine ebooks vor Missbrauch des Urheberrechts durch ein digitales Rechte-Management. Bei Kauf im Webshop des Verlages werden die ebooks mit einem nicht sichtbaren digitalen Wasserzeichen individuell pro Nutzer signiert.

Bei Kauf in anderen ebook-Webshops erfolgt die Signatur durch die Shopbetreiber. Angaben zu diesem DRM finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Anbieter.

Kapitel 1

Foodfotografie

1.1 Einleitung

1.2 Was ist Foodfotografie?

1.3 Wie schafft man mit Bildern Hunger?

1.4 Elemente eines Fotos: Essen, Kulisse, Licht und Kamera

1.5 Der Idealfall: köstlich aussehendes Essen

1.6 Das Anspruchsvolle: Essen inszenieren

1.7 Die Herausforderung: eine Geschichte erzählen



1.1 Einleitung

»Musst du denn immer dein Essen fotografieren?« Das ist eine Frage, die ich häufiger gestellt bekomme. Ich antworte dann immer mit: Ja, muss ich! Denn es ist tatsächlich mein Job, Essen zu fotografieren. Wobei es bei uns in der Familie zu liegen scheint. Mein Bruder fotografiert auch ständig sein Essen, da er für eine Hotelkette arbeitet und dort die Restaurants führt. Somit ist er immer auf der Suche nach neuer Inspiration. Meine Tochter kommt da ganz nach mir, denn auch sie borgt sich gern schnell mal mein Handy aus, um ihr Essen abzuknipsen. Der Apfel fällt halt nicht weit vom Stamm.

Wenn ich beruflich mit Influencern oder Models unterwegs bin, versteht sich von selbst, dass zuerst mal eine Runde fotografiert wird, wenn das Essen kommt. Wenn man es nicht auf Instagram postet und das Lokal tagged, war man nicht wirklich da, oder?

Aber auch wenn dem nicht so wäre, würde ich mein Essen fotografieren, so wie es tausende andere täglich tun. Essen ist eines unserer Grundbedürfnisse und wurde schon immer dokumentiert: Von den ersten Höhlenzeichnungen in der Steinzeit, über die Stillleben der Renaissance bis zum Instagram-Account der Neuzeit. Essen ist einer der zentralen Punkte unseres Alltags, es bestimmt unseren Tagesablauf und ist eine unserer Lieblingsbeschäftigungen. Daher ist es kein Wunder, dass es in den Sozialen Medien über 400 Millionen Posts zum Thema #food gibt. Schließlich hat damals schon die Oma immer als erstes gefragt: »Was hast du denn heute gegessen?« Was die Oma auch schon wusste: »Das Auge isst mit«. Was für Omas Küche gilt, gilt auch fürs Business. Die logische Schlussfolgerung daraus

ist: Wer die schönsten Food-Fotos hat, hat die meisten Kunden.

Das spiegelt sich nicht nur in den Restaurants wider, sondern auf allen Ebenen der Essensindustrie. Nicht umsonst gibt es im Magnum Flagshipstore in London mehrere eigens eingerichtete Instagram-Ecken. Klar, wenn man gerade sieben Euro für ein Eis am Stiel ausgegeben hat, möchte man es auch jemandem zeigen. Sogar ein Hotdog darf heute nicht einfach ein Würstchen in einem Stück Brot sein, sondern wird zum Gourmet-Hotdog und transportiert ein Lebensgefühl. Selbst schnödes Brot wird heute zum gefeierten Genussobjekt und wie Haute Cuisine zelebriert.



Abb. 1.1: Richtig inszeniert, wird auch ein Hotdog zum Augenschmaus.

Ich darf von all dem ansprechenden Essen schöne Fotos machen. Ganz ehrlich: Ich könnte mir nichts Besseres vorstellen! Ich liebe Essen, ich liebe die Fotografie und dass ich mit diesen beiden Sachen meinen Lebensunterhalt finanzieren darf, ist wirklich eine Freude. #foodpornforlife!

In diesem Buch möchte ich euch ein Stück weit mitnehmen und euch zeigen, wie man Essen schön fotografiert und in Szene setzt. Wir werden dabei einige Parallelen zwischen Kochen und Fotografieren feststellen. Zum Beispiel, dass man nicht die teuerste handgeschmiedete Pfanne der Welt benötigt, um ein gutes Essen zu kochen. Genauso wenig braucht man die beste/teuerste Kamera, um ein gutes Foto zu machen. Vielmehr bedarf es bei beidem ein gutes Rezept und etwas Erfahrung. Die nötigen Rezepte möchte ich euch in diesem Buch näherbringen, damit ihr dann mit Spaß und Freude die erforderliche Erfahrung sammeln könnt. Also los, lasst uns Essen fotografieren.



Abb. 1.2: Gestatten: Cliff Kapatais, Berufsfotograf aus Wien und Leidenschaft

1.2 Was ist Foodfotografie?

Aber was ist denn nun eigentlich »Food Photography«? Laut Wikipedia das Folgende: »Als Food-Fotografie bezeichnet man die fotografische Abbildung vom einzelnen Lebensmittel (aus engl. »food«, dt.: »Lebensmittel, Essen«) bis hin zu ganzen Menüdarstellungen oder Kochsituationen.« Es geht also um das Fotografieren von Essen und allem, was dazugehört. Getränke sind natürlich auch darunter zu verstehen. Aber was bei dieser nüchternen Definition fehlt, ist eine ganz wichtige Frage, nämlich das Warum. Wieso tun wir das? Was bezwecken wir mit dem Foto? Die Antwort ist eigentlich ganz einfach: Wir wollen etwas verkaufen. Nämlich das Essen auf unseren Fotos.

Ganz egal, ob wir für einen Großkonzern die neue Verpackung für den neuen Apfelsaft fotografieren, das Gourmet-Essen für ein Restaurant oder meinen selbstgebackenen Brownie für meinen Blog. In allen Situationen wollen wir dem Betrachter etwas verkaufen. Schließlich soll der Kunde unseren Apfelsaft im Regal zwischen vielen verschiedenen wählen, unser Restaurant zum Abendessen besuchen oder meine Brownies nach meinem Blog-Rezept nachmachen. Ja, selbst die Influencer, die in angesagten Bars und Restaurants ihr Essen fotografieren, wollen uns etwas verkaufen, und zwar ihren Lebensstil und dessen Begehrlichkeit.



Abb. 1.3: Das alles ist Food Photography: von der Highend Produktinszenierung ...



Abb. 1.4: ... bis hin zur klassischen Szene im Restaurant.

Das bedeutet, wir müssen unser Foto so gestalten, dass es »besser« aussieht als jenes der Konkurrenz. Schöner als all die anderen Apfelsaftverpackungen der anderen Hersteller, schmackhafter als die anderen Restaurants und köstlicher als die anderen Blogs.

Wir müssen den Betrachter hungrig machen. So einfach und gleichzeitig so schwer ist das Ganze.

1.3 Wie schafft man mit Bildern Hunger?

Damit unsere Food-Bilder auch wirklich gut funktionieren, müssen wir bei unseren Betrachtern Hunger erzeugen. Aber

funktioniert das wirklich? Zum Glück für uns klappt das sogar ziemlich gut!

Laut wissenschaftlichen Studien reagiert unser Gehirn auf Bilder von Essen, insbesondere auf sehr kalorienreiches Essen, genau wie auf tatsächliche Nahrung. Unser Teil des Gehirns, das den Appetit steuert, wird stimuliert und schüttet das Hormon Ghrelin aus, das uns verkündet: Wir haben Hunger.

Dass das mit Fotos so einfach und gut funktioniert, liegt daran, dass wir Menschen uns in einer Welt entwickelt haben, in der es keine Bilder gab. Das heißt, unser Gehirn interpretiert ein Bild von Essen genauso wie echtes Essen. Was so abläuft: Der temporale Lappen erkennt das Essen und die Amygdala, die unsere Emotionen steuert und unser Lieblingessen speichert, entscheidet, ob wir das wollen, was wir da sehen. Danach kümmert sich der Hypothalamus, der Teil des Gehirns, der die primären Instinkte wie Hunger verwaltet, um den Rest. Dieses biologische System funktioniert am besten, wenn man nicht genau weiß, wann man wieder was zu essen bekommt. Oder wenn man um acht Uhr vor dem Frühstück Bilder von Essen retuschiert.



Abb. 1.5: Wenn der Betrachter beim Ansehen eines Food-Fotos Hunger bekommt, haben wir als Fotografen alles richtig gemacht.

Je besser die Qualität der Bilder, also je visuell ansprechender sie sind, desto besser interpretiert unser Gehirn das Foto und signalisiert Hunger. Denn wir haben bei Fotos ja nur einen Sinn zur Verfügung. Anders als im Restaurant oder in der Küche, wo Geruch und Atmosphäre unser Verlangen noch bestärken, geht es bei einem Bild nur über den visuellen »Trigger«. Daher muss das Bild entsprechend »köstlich« aussehen. Als Fotografen nutzen wir daher alle Tricks, die uns zur Verfügung stehen, um den Betrachter möglichst hungrig zu machen.

Eines sei an dieser Stelle aber ebenfalls erwähnt. Was »gutes« Essen ist und was wir als »lecker« empfinden, ist etwas sehr Subjektives. Das schönste Foto von einem Eierschwammerlgulasch wird bei mir keinen Hunger

auslösen, da ich Pilze nicht mag. Genauso wird man Vegetariern mit einem Steakfoto keine Freude machen. Auch der schönste Nusskuchen wird bei einem Nuss-Allergiker nicht »funktionieren«. Also nimmt es nicht persönlich, wenn so manchen eure Essensfotos nicht gefallen. Denn mehr noch als bei vielen anderen Sparten der Fotografie ist die Food Photography sehr auf den jeweiligen »Geschmack« und die Vorlieben des Betrachters ausgerichtet.

Dennoch sollte unser Anspruch immer jener sein, das beste Essensbild zu liefern, das wir produzieren können. Doch wie macht man das? Was macht ein gutes Bild aus?

1.4 Elemente eines Fotos: Essen, Kulisse, Licht und Kamera

Ein Bild besteht aus einer Vielzahl von Variablen, die in ihrer Summe die Wirkung eines Fotos ausmachen. Wenn man sich einfach so darauf stürzt, ein Foto zu machen, ist man schnell überfordert. Aber man kann ein Essensbild, wie eigentlich alle anderen Bilder auch, in vier grundsätzliche Komponenten teilen und diese sowohl bei der Planung als auch beim Verbessern einzeln betrachten.

Ein Bild besteht grob gesehen aus folgenden vier Elementen: Teil 1 ist das Model, in unserem Fall das Essen. Teil 2 die Kulisse bzw. das Setting, in dem das Model präsentiert wird. Teil 3 ist das Licht, mit dem wir die Szene beleuchten. Letztendlich Teil 4, die Einstellungen an der Kamera, mit der wir fotografieren inklusive des Objektivs, das vorne drauf ist. Diese vier Elemente kann man gut heranziehen, wenn es an die Planung eines Fotoshootings geht. Einzeln betrachtet, bilden sie eine Art Checkliste, die

sicherstellt, dass wir nichts übersehen haben und dass wir wissen, was wir machen wollen.

Gerade bei Food-Fotos ist es essenziell, dass wir einen Plan haben. Wir müssen genau wissen, was wir fotografieren wollen und wie es aussehen soll, bevor wir uns ans tatsächliche Fotografieren machen. Warum? Weil wir keine Zeit haben! Während ein Auto oder ein anderes Produkt sehr geduldig ist und gerne wartet, während wir das Licht setzen, die Kulisse anpassen und die Kamera einstellen, ist das bei Essen keineswegs so. Je nachdem, welche Speise wir fotografieren, haben wir maximal ein paar Minuten Zeit, um unser Foto zu machen, bevor unser Model vergeht. Je länger Essen steht, desto unansehnlicher wird es und desto weniger Hunger bekommen wir, wenn wir es sehen. Im Idealfall ist alles schon bereit, wenn unser Model das Set betritt. Das Essen wird platziert, der Auslöser betätigt und das Bild ist im Kasten. Das bedeutet für uns viel Planung im Vorfeld.

Das Essen

Wenn es ans Fotografieren geht, ist eines der ersten Dinge, über das man sich Gedanken macht, das Model, das Objekt. In unserem Fall also das Essen, das wir fotografieren wollen. Meist können wir uns nicht aussuchen, was wir fotografieren sollen, wir müssen uns also nach dem Essen richten. Fotografieren wir ein Gemüse oder ein komplexes Gericht? Dauert das Anrichten lange oder geht es schnell? Bedarf es einer aufwendigen Kulisse oder soll nichts vom Produkt ablenken? Wie wird es positioniert, was soll im Vordergrund stehen, welche Geschichte wollen wir mit dem Bild erzählen?

Das bedeutet, unser Kunde und das Produkt bestimmen zu einem Teil, wie wir arbeiten müssen und wie das Foto aussehen soll. Das Wichtigste ist aber, dass wir das »Gericht« verstehen. Das klingt hochtrabend, ist aber wichtig, wenn wir ein gutes Bild machen wollen. Wenn ich mit Köchen zusammenarbeite, unterhalte ich mich immer mit ihnen vorher, was das Gericht ausmacht. Ist es etwas Bodenständiges, das an das gute Essen der Oma erinnert? Geht es darum, ein bestimmtes Gefühl zu erzeugen oder an einen bestimmten Ort zu erinnern? Wie soll man sich beim Essen fühlen? Das kann sehr unterschiedlich sein, je nachdem, ob wir ein Schnitzel fotografieren oder einen gesunden Salat.



Abb. 1.6: Je nach Auftrag bzw. Idee kann Essen als Stilleben ...



Abb. 1.7: ... oder auch als Szene aus dem Alltag interpretiert werden.

Das gilt natürlich auch, wenn unser Auftraggeber neue Fotos für die Verpackung seiner Produkte braucht, für die Webseite oder den Social-Media-Auftritt des Unternehmens. Hier sind die Fragen, die wir stellen müssen, noch vielschichtiger: Wer ist die Zielgruppe? Welche Werte und Emotionen wollen wir vermitteln? Muss das Resultat zu einer bestehenden Bildsprache passen? Die Bilder für einen Kebab-Stand an der Ecke werden anders aussehen als die Bilder für den Adlon-Kebab, den man im Berliner Kempinski serviert bekommt. Auch bei einem auf den ersten Blick simplen Beispiel, wie der Verpackung von Apfelsaft, spielt das Branding und die Positionierung eine große Rolle, wie das Bild aussehen soll. Handelt es sich um den Apfelsaft von

einem Discounter, einer Traditionsmarke oder von einem neuen hippen Startup, das den Apfelsaft frech neu erfinden möchte? Ich wette, die Bilder, die ihr gerade zu den Beispielen im Kopf hattet, waren sehr klar und doch sehr unterschiedlich, obwohl es lediglich um ein »banales« Produkt wie Apfelsaft geht.

Wenn man keinen Kunden hat und einfach zum Spaß oder für den eigenen Blog oder Instagram-Kanal fotografiert? Dann hat man immer noch einen »Auftraggeber«, nämlich sich selbst. Je spezifischer die Nische ist, die man bedient, desto genauer ist eine eigene Bildsprache erforderlich. Diese ist manchmal genau geplant und manchmal ein Produkt der Möglichkeiten, die einem zur Verfügung stehen. Aber je nach Ausrichtung des Blogs werden Bilder unterschiedlich aussehen. Bloggst du über die coolsten Burger, das beste vegane Essen oder über die neuesten Lokale deiner Stadt? So unterschiedlich wie die Themen werden die Bilder sein. Je eindeutiger deine Bildsprache und je genauer deine Nische definiert ist, umso besser funktioniert im Normalfall dein Kanal. Denkt doch an euren Instagram Feed: Bei manchen Bildern weiß man auf den ersten Blick, wer das Foto gemacht hat bzw. zu welchem Account das Foto gehört.

Die wichtigste Frage ist aber: Ist mein Essen fotogen? Manche Gerichte sind von Haus aus schön, wie etwa Sushi, ein Fruchtsalat oder das perfekt gestylte Törtchen. Hier bedarf es wenig, um das Essen gut aussehen zu lassen. Andere Speisen hingegen brauchen mehr Arbeit. Chili con Carne, Käsespätzle oder der Grießbrei meiner Großmutter – alles wunderbare Gerichte, die aber in Wirklichkeit sehr unfotogen sind. Ein Grießbrei ist eine weiße, klebrige Masse, die nicht wirklich attraktiv aussieht. Da muss man dann tricksen und beim Fotografieren manchmal sogar eher vom Produkt ablenken. Das kann man ideal mit den anderen

Komponenten eines Fotos machen. Den Grießbrei würde ich zum Beispiel in Anlehnung an meine Großmutter eher in einer alten Küche sehen, im Emailtopf am Gasherd gekocht. Die Käsespätzle in einer rustikalen Holzhütte mit gemütlich offenem Feuer im Hintergrund, wo ich mit Gefühlen und Erinnerungen spiele, um beim Betrachter eine Sehnsucht zu erzeugen an eine tolle Zeit, die man mit dem Gericht verbindet.



