



Meike Fischer

Showtime für Fotograf*innen

Wirkungsvolle Präsentation mit
Portfolios, Internetauftritten
und Social Media



Meike Fischer hat an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach Visuelle Kommunikation mit dem Schwerpunkt Fotografie studiert. Seither arbeitet sie als Fotojournalistin und lehrt Usability und Webdesign an der FOM Hochschule in Frankfurt. Zudem war sie mehrere Jahre als Bildredakteurin für das Frankfurter Rundschau Magazin tätig. Arbeiten von Meike Fischer befinden sich in den Sammlungen des Deutschen Architekturmuseums Frankfurt und des Historischen Museums Frankfurt.

Als Autorin schreibt sie Fachartikel und Fachbücher. Beim dpunkt.verlag erschienen ihre Bücher »Fotokurs Straßenfotografie« (2. Auflage) »Nacht- und Restlichtfotografie« und »Der Rote Faden«, die alle mit dem Prädikat »Nominiert zum Deutschen Fotobuchpreis« ausgezeichnet wurden. Ihre Fotodokumentation »8 qm.

Tisch Bett Stuhl« über ein stillgelegtes Frauengefängnis in Frankfurt wurde beim Kehrer Verlag veröffentlicht und ebenfalls mit dem Prädikat »Nominiert zum Deutschen Fotobuchpreis« ausgezeichnet.

Papier
plus⁺
PDF

Zu diesem Buch – sowie zu vielen weiteren dpunkt.büchern – können Sie auch das entsprechende E-Book im PDF-Format herunterladen. Werden Sie dazu einfach Mitglied bei dpunkt.plus⁺:

www.dpunkt.plus

Meike Fischer

SHOWTIME FÜR FOTOGRAF*INNEN

Wirkungsvolle Präsentation mit Portfolios,
Internetauftritten und Social Media



dpunkt.verlag

Meike Fischer
www.meike-fischer.de

Lektorat: Rudolf Krahm
Lektoratsassistenz: Anja Weimer
Copy-Editing: Alexander Reischert, www.aluan.de
Layout und Satz: Cora Banek, www.corabanek.de
Herstellung: Stefanie Weidner, Frank Heidt
Umschlaggestaltung: Helmut Kraus, www.exclam.de

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> abrufbar.

ISBN:

Print 978-3-86490-603-9
PDF 978-3-96088-558-0
ePub 978-3-96088-559-7
mobi 978-3-96088-560-3

1. Auflage 2021
Copyright © 2021 dpunkt.verlag GmbH
Wieblinger Weg 17
69123 Heidelberg

Hinweis:

Dieses Buch wurde auf FSC®-zertifiziertem Papier aus verantwortungsvollen Quellen gedruckt. Der Umwelt zuliebe verzichten wir zusätzlich auf die Einschweißfolie.



Schreiben Sie uns:

Falls Sie Anregungen, Wünsche und Kommentare haben, lassen Sie es uns wissen: hallo@dpunkt.de.

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autor noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die im Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

5 4 3 2 1 0

VORWORT

Während der Zeit, in der ich als Fototrainerin arbeitete, habe ich viele hervorragende Fotograf*innen kennengelernt, die sich vom engagierten Hobbyisten zum ernstzunehmenden Fotoprofi entwickelt haben. Einige von ihnen erhalten mittlerweile regelmäßig kleinere und größere Aufträge und konnten die Fotografie erfreulicherweise zu ihrem zweiten Standbein machen. Mir fiel jedoch immer wieder auf, dass einige vielversprechende Fotografen weder über eine gut durchdachte Website mit dazu passender Social-Media-Strategie noch über ein darüber hinausgehendes, professionelles Portfolio verfügen.

Wenn Sie mit Ihrer Fotografie Aufträge bekommen möchten, benötigen Sie natürlich sowohl einen überzeugenden Internetauftritt als auch ein professionelles Portfolio. Denn Sie sollten Ihre potenziellen Kunden über klug aufeinander abgestimmte (digitale) Kanäle aktiv ansprechen und von Ihren Qualitäten überzeugen.

Bereits in meinem vorhergehenden Buch »Der Rote Faden« finden sich kurze Kapitel zu den Themen wie »Portfolio« und »Website«, doch ich bin der Meinung, dass ein Praxisbuch, das genau diese Themen zum Schwerpunkt hat und auch die Handhabung verschiedener Tools erklärt, vielen Fotografen von großem Nutzen sein kann.

Das vorliegende Buch setzt daher dort an, wo der »Rote Faden« endet. Ich greife dabei neben meiner beruflichen Erfahrung als Fotografin auf meine praktischen Kenntnisse in den Bereichen Bildredaktion und Ausstellungskonzeption

sowie auf meine Lehrtätigkeit für Usability und Webdesign zurück.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen mit diesem Buch und freue mich, wenn Sie darin Anregungen finden, die Ihnen helfen, die Vielfalt elektronischer Präsentationsmöglichkeiten zu nutzen, um Ihre Fotos wirksam ins (virtuelle) Rampenlicht zu rücken.

Meike Fischer, März 2021

INHALT

1 EINLEITUNG

2 DIE EIGENE WEBSITE

Präsenz weltweit und rund um die Uhr

Der Nutzen eines Online-Portfolios

Planen und Konzipieren des Webauftritts

Onepager oder Multipager?

Die Elemente einer Website

Orientierung: Das Menü

Neue Fotos im Menü einbinden

Eigener Menüeintrag für »aktuelle Projekte«

Die Startseite

Impressum, Datenschutz, Kontakt

Die »Über mich«-Seite

Der Inhalt des Online-Portfolios: Bildauswahl

Bildauswahl straffen

Website-Tools

Minimalistische Online-Portfolios mit der Adobe Cloud

Vorteile von Adobe Portfolio und Adobe Spark

Nachteile von Adobe Portfolio und Adobe Spark

Homepage-Baukästen

Vorteile von Homepage-Baukästen

Nachteile von Homepage-Baukästen

Content-Management-Systeme (CMS)

WordPress: Vielfältige Möglichkeiten für Online-Portfolios

WordPress.com und WordPress.org

Drei Ansichten einer Website

Der Aufbau einer WordPress-Website

Templates für WordPress

Vorteile von WordPress
Nachteile von WordPress

Usability und Responsives Design

Das Menü
Äußere Widrigkeiten bedenken
Bekannte Konzepte nutzen
Texten fürs Web
Fotos für das Internet optimieren

Webdesign-Software für Profis

Frameworks mit HTML und CSS nutzen
Ein bisschen HTML: Die Struktur von Websites

Pflichtangaben: Impressum und DSGVO

Das Impressum
Die Datenschutzerklärung

Eine Website mit Adobe Portfolio

Ein Onepager mit Adobe Spark

Eine Website mit WordPress

Zeitaufwand: ca. 8 Stunden
Grundeinstellungen
Das Menü aufbauen
Medien einfügen
Seiten erstellen
Beiträge erstellen
CSS auf der WordPress-Website einsetzen
Stellen Sie Ihre WordPress-Website fertig

3 FOLLOW ME: SOCIAL MEDIA

Fotos für Fans

Pinterest
Behance
Twitter
Facebook
Instagram
Weitere Plattformen

Eine Facebook-Seite erstellen

Die Seite erstellen
Einen Benutzernamen finden
Profilbild und Titelbild einfügen
Der erste Beitrag
Analyse-Tools und Datenschutz
Zum Schluss

Einen Instagram-Account anlegen

Account anlegen und Einstellungen festlegen
Den ersten Post hochladen
Eine Slideshow erstellen
Filter und Bearbeitungen anwenden
Fotos vom Computer hochladen
Erweiterung für Instagram: »Layout«
Zugriff auf die eigenen Daten
Nur 24 Stunden sichtbar: Storys

Eine Seite auf Pinterest

Eine Seite auf Behance

Grundeinstellungen in Behance
Projekte erstellen und Inhalte einfügen
Projekte visuell anpassen
Abschluss: Einstellungen für das Projekt

Adobe Color Tool

4 GESTALTUNGSGRUNDLAGEN

Gestaltgesetze und Wahrnehmungsprinzipien

Wahrnehmungsgesetze

Das Gesetz der Nähe

Das Gesetz der Symmetrie

Das Gesetz der gemeinsamen Region

Das Gesetz der Ähnlichkeit

Das Gesetz der Kontinuität bzw. die Fortsetzungserwartung

Das Figur-Grund-Gesetz

Wahrnehmungsprinzipien

Fitts' Gesetz

Hicks Gesetz

Millers Gesetz

Farben sinnvoll einsetzen

Farbe als codierendes Element

Farbe als strukturierendes Element

Welche Farbe ist die richtige?

Kontrast und Lesbarkeit

Zugänglichkeit

Farbwahl-Tools

Adobe Color

Color Tool von Material Design

Farbtemperaturen und Farbkontraste

Kalt-Warm-Kontrast

Hell-Dunkel-Kontrast

Bunt-Unbunt-Kontrast

Qualitätskontrast

Komplementärkontrast

Praxisbeispiele für Farbeinsatz im Webdesign

Typografie

Serifen

Lesbarkeit von Schrift

Schriftgröße

Grauwert

Zeilendurchschuss

Schriftschnitt

Die Anordnung der Schrift

Verwendung von Webfonts

5 INTERAKTIVE PORTFOLIOS

Die Fotomappe wird digital

Das interaktive Portfolio

Ergänzungen zur Website

Unterschied zwischen PDF und Website

Aufbau eines Portfolios

Bilderezusammenstellung

Bilderserien editieren

Ein interaktives Portfolio mit Keynote erstellen

Präsentation vorbereiten und Struktur planen

Eigene Folienvorlagen erstellen

Schriften, Farben und Buttons
Vorlagen und »Grundgerüst« erstellen

Eine Interaktive Präsentation mit Keynote erstellen

Einrichten der Präsentation
Dokument einrichten und Formate festlegen
Farbschema erstellen
Tipp: Eine Inventarseite anlegen
Das eigene Thema abspeichern und als Vorlage wählen
Interaktiv durch die Präsentation
Menüführung in der Präsentation
Animationen unterstützend einsetzen

Web-Galerien mit Adobe Lightroom

Online-Diashow
Inhaltlicher Aufbau einer Slideshow
Pflege von Präsentation(en) im Netz
Verwaiste Verlinkungen und Fehlerseite

Diashow aus Adobe Lightroom

Einrichten und Layout erstellen
Texte und Bildunterschriften einfügen
Start- und Schlussfolie
Diashow fertigstellen

Web-Galerie mit Lightroom erstellen

Einrichten und Layout wählen
Classic-Galerie und Raster-Galerie optimieren
Die Farbpalette festlegen
Erscheinungsbild und Bildinformationen
Quadrat-Galerie und Track-Galerie optimieren
Web-Galerie fertigstellen und veröffentlichen

Glossar

Register

EINLEITUNG





Vorhergehende Doppelseite, diese und nachfolgende Seiten: Fotos aus einer zusammengehörenden Serie, wie die hier gezeigten über den Abriss und Neubau des Henninger Turm in Frankfurt am Main, warten darauf, für eine Präsentation zusammengestellt zu werden.

Einige der abgebildeten Fotos aus der Serie »Abriss Frankfurt« befinden sich in der Sammlung des Historischen Museums Frankfurt.

Usability, CMS, HTML, responsives Webdesign, Typografie, Hexadezimalfarben, Mixed Media, Gestaltgesetze, Farbkontraste, Serifen, SEO – alle diese und eine Vielzahl weiterer Begriffe werden Ihnen im vorliegenden Buch begegnen. Auch wenn Ihnen jetzt einige der Ausdrücke (noch) nicht viel sagen, nach der Lektüre sind Sie mit allen Begrifflichkeiten vertraut und werden zum einen wissen, was dahintersteckt, zum anderen verstehen, was dies mit der Präsentation Ihrer Fotos zu tun hat.

Sie halten ein Fotolehrbuch in den Händen, in dem es nicht darum geht, wie Sie Fotos aufnehmen, sondern wie Sie mit Ihrer bereits bestehenden Fotosammlung arbeiten und diese publikumswirksam im Internet präsentieren. Ich möchte nachfolgend kurz erläutern, was Sie in diesem Buch erwartet, und welche Voraussetzungen Sie idealerweise mitbringen sollten, um erfolgreich damit zu arbeiten.

Das Buch richtet sich vorwiegend an Fotografen, die bereits über einen umfangreichen Grundstock an Fotos verfügen, welche als Bildgruppen aufgebaut sind, und die ihre Arbeit bisher noch nicht öffentlich präsentieren. Aber auch Fotografen, die bereits einen kleinen Internetauftritt haben, der konzeptionell überarbeitet werden soll, oder eine Facebook-Seite pflegen und die ihre Selbstdarstellung als »Gesamtpaket« konzipieren und optimieren wollen, können von diesem Buch profitieren.

Beim ersten Durchblättern haben Sie sicherlich bemerkt, dass in dem Buch wesentlich weniger Fotos abgebildet sind, als Sie es vielleicht aus Fotolehrbüchern gewohnt sind, dafür aber eine Vielzahl an Screenshots, die unterschiedliche Programmoberflächen zeigen. Das liegt daran, dass es hier nicht um das Fotografieren an sich geht. Vielmehr setze ich an der Stelle an, wo mein vorhergehendes Buch »Der Rote Faden« endete.

Ich möchte vor allem viele nützliche digitale Werkzeuge vorstellen, die es Ihnen ermöglichen, Ihre bereits vorhandenen oder noch entstehenden Fotografien in verschiedenen Bereichen optimal zur Geltung zu bringen. Sie lernen mithilfe dieses Buchs, wie Sie eine eigene Website oder ein Online-Portfolio von Grund auf konzipieren, verschiedene Social-Media-Kanäle nutzen, um Ihre Fotos online einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Sie benötigen für die Arbeit mit dem Buch keine tiefgreifenden technischen Vorkenntnisse, sollten aber idealerweise ein wenig Technikaffinität mitbringen, einen Computer mit Internetzugang besitzen, Spaß an Design und Freude daran haben, sich mit vielfältigen neuen Programmen vertraut zu machen. Ob Sie mit einem Mac oder einem Windows-Rechner arbeiten, spielt dabei keine Rolle.

Dass Sie bereits über eine Auswahl an Fotos verfügen, die darauf warten, in Szene gesetzt zu werden, setze ich voraus. Sonst würden Sie dieses Buch vermutlich nicht in den Händen halten. Auch Kenntnisse in Programmen zur Bildverarbeitung wie Adobe Lightroom oder Photoshop sollten Sie bereits mitbringen.

In dem Buch spreche ich von unterschiedlichen Bildgruppen: Essays, Bilderserien und Reportagen. Dabei gehe ich davon aus, dass Sie bereits Erfahrung im Fotografieren solcher Bildgruppen gesammelt und auch schon einige in Ihrer Fotosammlung zusammengestellt haben. Zusammenhängende Bilderserien und Bildgeschichten ergeben wesentlich aussagekräftigere Portfolios als verschiedene Einzelbilder ohne inhaltlichen Zusammenhang.

Wenn Sie jedoch noch vorwiegend über Einzelbilder verfügen und vielleicht bislang nie daran gedacht haben, Bilderserien zu fotografieren, ist das kein Hindernis. Das

Buch kann Sie dann dazu ermutigen, nebenbei auch Ihre ersten fotografischen Bildergeschichten aufzunehmen.

Um Ihre Fotos online zu präsentieren, steht Ihnen eine Vielzahl an Möglichkeiten offen. Ich möchte Ihnen zeigen, welcher Kanäle Sie sich bedienen können, um Ihre Arbeit einem breiten Publikum zugänglich zu machen, und wie Sie eine komplette webbasierte Selbstdarstellung erarbeiten können, bei der alle Teile aufeinander und vor allem auf Ihre Fotos abgestimmt sind.

Das derzeit wichtigste Präsentationsmedium, das Sie für Ihre Fotografien nutzen sollten, um damit an die Öffentlichkeit zu gehen, ist die eigene Website – mit verhältnismäßig geringem Aufwand ermöglicht ein Online-Portfolio, Ihre Fotos einer riesigen Besucherzahl zugänglich zu machen.

Durch vielfältige Programme, die sich zunehmend intuitiver handhaben lassen, ist der Aufbau eines Internetauftritts auch für technisch wenig versierte Menschen schnell realisierbar.

Zur Verfügung stehen Ihnen dabei sowohl unterschiedliche Homepage-Baukästen, also spezielle Tools, die es Fotografen ermöglichen, ohne Programmierkenntnisse Online-Portfolios zu erstellen, als auch einfache und komplexe Content-Management-Systeme, die Sie im entsprechenden Kapitel kennen lernen werden. Ein Einblick in die Grundlagen von HTML und CSS sowie Basiswissen über das Thema »responsives Webdesign« gehören selbstverständlich mit in die Werkzeugkiste, ebenso wie die ausführliche Beschäftigung mit der Navigationskonzeption Ihrer Website und Anmerkungen zur Datenschutzgrundverordnung. Eine Übersicht über das hochaktuelle Thema »Nutzerfreundlichkeit« (Usability) und Tipps zum Schreiben

webgerechter Texte sowie Suchmaschinenoptimierung (SEO) runden dieses Kapitel ab.

Im Anschluss daran werden Sie direkt weitergeleitet in die Welt der Social-Media-Kanäle wie Instagram und Facebook, die Ihnen ebenfalls von großem Nutzen sein können, um Ihre Arbeiten bekannt zu machen.

Webbasierte Tools unterliegen einem sehr schnellen Wandel: Sie werden ständig um zusätzliche Funktionen erweitert und ihre grafische Oberfläche wird sehr oft angepasst, um einerseits immer den visuellen Trends zu entsprechen und andererseits optimale Nutzerfreundlichkeit zu garantieren. Es kann daher passieren, dass die Oberflächen von Programmen, die bei Drucklegung aktuell waren, sich schon wieder verändert haben und manch eine Funktion einen neuen Namen aufweist. Dies soll Sie jedoch nicht davon abhalten, mithilfe der Workshops im Buch die vorgestellten Anwendungen auszuprobieren. Die grundsätzlichen Konzepte der Tools bleiben gleich, und auch wenn manche Interaktionselemente zwischenzeitlich ihre Form und Farbe oder gar die Bezeichnung wechseln, können Sie mit dem Wissen aus dem vorliegenden Buch dennoch den Aufbau der Portfolios oder Präsentationen nachvollziehen.



Um Sie für die gestalterischen Aufgaben und Entscheidungen zu rüsten, finden Sie im Buch auch ein Kapitel über die Grundlagen der Gestaltung. Die Kenntnis von Wahrnehmungsgesetzen und wie man diese im Webdesign einsetzt, sowie die Beschäftigung mit Farbe und Typografie ergeben ein Grundlagenwissen, das Ihnen sowohl bei der Konzeption Ihrer Website als auch beim Erstellen von Präsentationen und einer Basis-Geschäftsausstattung von Nutzen sein wird.



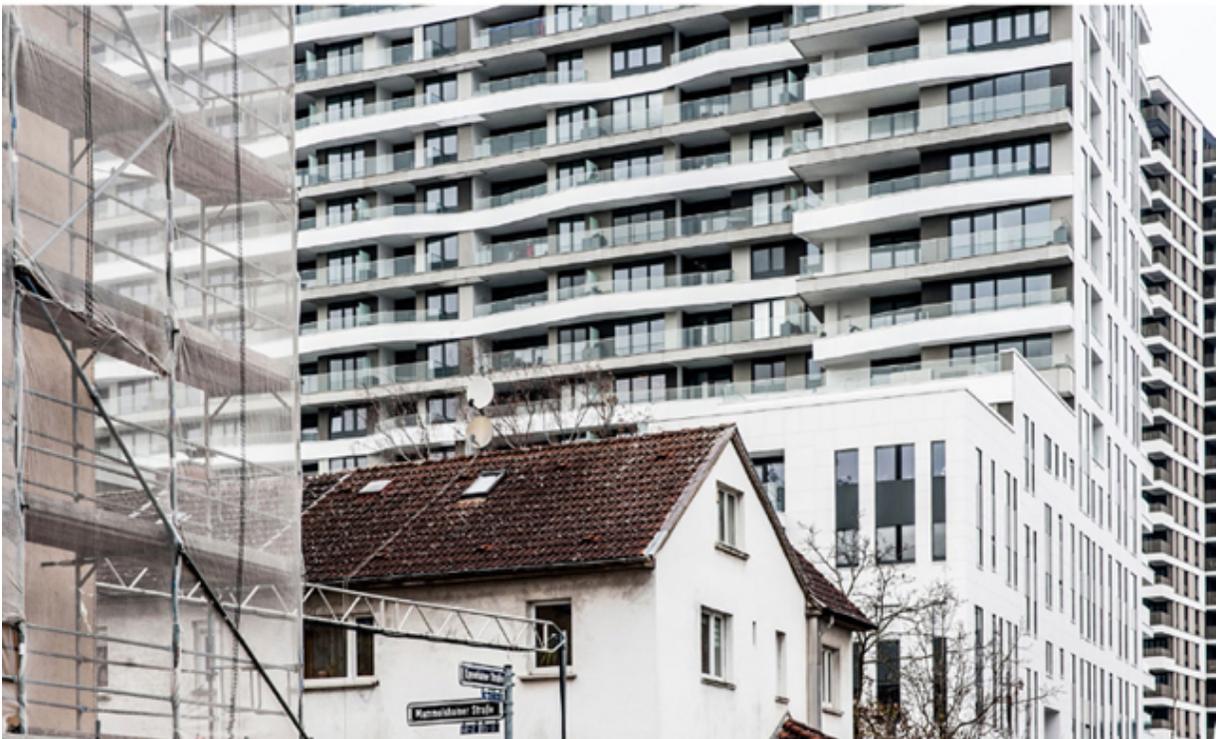
Die ursprünglich meistgenutzten Formen der Selbstdarstellung für Fotografen und somit die »Klassiker« sind die Mappe und die Ausstellung in Galerien. Beide Formen haben im Lauf der Zeit einen Modernisierungsprozess erfahren, doch beide Arten sind nach wie vor hoch aktuell.

Ich denke dabei an die elektronischen Varianten wie interaktive PDF-Portfolios und virtuelle Ausstellungen oder die Präsentation von Fotografien als interaktive Slideshows. »Showtime« beinhaltet daher nicht nur Kapitel zur Präsentation von Bildern auf der eigenen Homepage und auf Social-Media-Plattformen, sondern Sie finden auch ein Kapitel, das sich ganz dem Thema e-Portfolio und Diashow widmet.

Kapitel 1

DIE EIGENE WEBSITE





Die Website ist Ihre Repräsentanz im Internet, die für Kunden jederzeit erreichbar ist. Nutzen Sie Ihre Website, um Fotoserien (siehe Beispiel gegenüberliegende Seite) einem breiten Publikum zu präsentieren, und zeigen Sie Ihren fotografischen Schwerpunkt. Der Begriff Website bezeichnet übrigens die Gesamtheit der Elemente eines Online-Auftritts. Eine Webseite ist Teil dieser Gesamtheit und enthält beispielsweise Texte und Fotos. Der Begriff »Homepage« bezeichnet die Startseite des Webauftritts.

PRÄSENZ WELTWEIT UND RUND UM DIE UHR

Das erste Projekt im Rahmen Ihrer Eigenpräsentation sollte meiner Meinung nach Ihr Internetauftritt sein. Der Grund dafür ist, dass die meisten Menschen sich heute Informationen über das Internet verschaffen. Und wer gefunden werden will, sollte über eine Website auffindbar sein. So haben Sie die Möglichkeit, ein riesiges Publikum (und damit potenzielle Kunden) zu erreichen. Dass Sie bereits eine ansehnliche Auswahl an Fotografien erstellt haben, setze ich voraus. Es ist also an der Zeit, die Menschen im Netz wissen zu lassen, dass es Sie gibt und dass Sie einmalige Fotos machen.

Die eigene Website gehört heutzutage für die meisten Fotografen selbstverständlich dazu, egal ob begeisterter Hobbyfotograf oder engagierter Amateur mit ersten kleinen Aufträgen, und für alle Profifotografen ist ein Internet-Portfolio sowieso ein absolutes Muss, um die eigene Arbeit zu präsentieren.

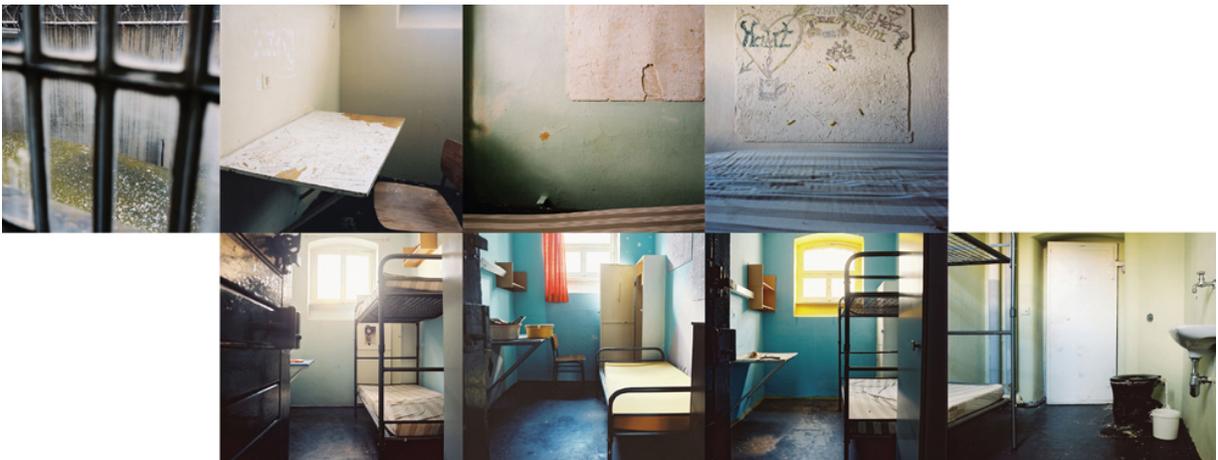
Eine schnell zusammengebaute Website mit willkürlicher Bildauswahl kann jedoch eher schaden als nützen, deswegen zeige ich Ihnen in diesem Kapitel, wie Sie Ihren Online-Auftritt von Grund auf konzipieren und aufbauen können.

Den Schwerpunkt dieses Kapitels bilden neben Fragen der überzeugenden Bildauswahl, der idealen Zusammenstellung und des Umfangs der Bildergruppen sowie der sinnvollen Menüführung auch Tipps und Erläuterungen zu verschiedenen Tools (Homepage-Baukästen, Content-Management-Systeme (CMS), Grundlagenwissen zu HTML und CSS), die Sie nutzen können, um einen Internetauftritt

aufzubauen. Zudem erkläre ich, was unbedingt auf Ihre Website gehört und welche Inhalte Sie besser vermeiden sollten. Abgerundet wird das Kapitel durch einige Hinweise zu den Themen Suchmaschinenoptimierung und Usability.

Vielleicht haben Sie ja auch schon eine Website, auf der Sie Ihre Arbeiten zeigen? Dann können Sie mithilfe dieses Kapitels prüfen, ob die Site optimal auf Ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist oder vielleicht eine Generalüberholung benötigt. Möglicherweise ist es sinnvoll, den Seitenaufbau der Site insgesamt zu überarbeiten, das »Look and Feel« der Site zu erneuern oder die Aussagen der Fotos zu prüfen.

Wenn Ihrer Website bereits ein stimmiges inhaltliches Konzept zugrunde liegt, Ihr wichtigster Schwerpunkt gut in Szene gesetzt und die Seite modern und nutzerfreundlich gestaltet ist, dazu alle Texte für das Internet aufbereitet sind und Sie dazu noch darauf geachtet haben, dass die Seite suchmaschinenfreundlich ist, dann können Sie dieses Kapitel getrost überspringen.



Nicht nur für die analoge Mappe: Beispiel einer Galerie auf einer Website. Wenn Sie die Fotos auf einer Portfolio-Seite hinzufügen, bekommt der Betrachter die Bilder als interaktive Slideshow angezeigt.

Im Laufe des Kapitels werden Sie verschiedene Tools kennenlernen, mit deren Hilfe Sie Ihre Fotos zu ansprechenden Internetgalerien zusammenstellen können.

Damit der Betrachter weiß, wie viele Fotos es in einer solchen Galerie zu sehen gibt, können Sie eine Nummerierung der Bilder in der Bildbearbeitung

vornehmen.

Ist dies noch nicht der Fall, dann können Sie sich auf den nächsten Seiten über die eben genannten Punkte informieren und Ihren Webauftritt optimieren. Ich stelle Ihnen das theoretische Basiswissen vor und dazu eine Übersicht über hilfreiche Tools, mit denen Sie arbeiten können.

Wenn Sie noch nicht über einen Internetauftritt oder ein Online-Portfolio verfügen, dann empfehle ich Ihnen, dieses Kapitel zweimal durchzugehen. Zunächst sollten Sie es einfach durchlesen, um sich einen Überblick verschaffen, welche Punkte beim Aufbau einer professionellen Website zu beachten sind und wie Sie bei der Konzeption strukturiert vorgehen können. Gerüstet mit diesem Basiswissen können Sie einen Fahrplan erstellen, den Sie im zweiten Durchgang praktisch durcharbeiten, bis Ihre Website online geht.

Vielleicht fragen Sie sich, ob es wirklich notwendig ist, die Mühe auf sich zu nehmen, eine eigene Website zu erstellen oder die Kosten zu tragen, einen Entwickler damit zu beauftragen, eine Site für Sie zu programmieren?

Die Antwort lautet ohne Wenn und Aber: Ja, es ist notwendig! Zumindest dann, wenn Sie auf lange Sicht vorhaben, Ihre Fotos zu vermarkten oder Aufträge an Land zu ziehen. Und zwar egal, ob Sie von den ganz großen Jobs träumen oder sich »nur« als Porträtfotograf in der Region etablieren möchten.

Einen Designer und Entwickler mit der Erstellung einer Website zu beauftragen, ist selbstverständlich eine gute Möglichkeit, professionell im Netz vertreten zu sein, und es erspart Ihnen viel Zeit. Doch natürlich ist dies auch mit sehr hohen Kosten verbunden. Wenn Sie vorerst nicht damit rechnen, mit Ihren Fotos viel Geld zu verdienen, sollten Sie