

Teil A	
FOTOS MACHEN	11
Kapitel 1	
EINLEITUNG	13
1.1 Was ist Stockfotografie?	14
1.2 Kurze Geschichte der Stockfotografie	15
1.3 Der Unterschied zwischen Stockfotografie und Auftragsfotografie	17
1.4 Für wen ist dieses Buch?	18
1.5 Aufbau des Buches	18
1.6 Fotografieren als Hobby und als Beruf	20
1.7 Vorwort zur Neuauflage	20
1.8 Über den Autor	21
Kapitel 2	
AUSRÜSTUNG	23
2.1 Kamera	24
2.2 Objektive	26
2.3 Zubehör	29
Kapitel 3	
BELEUCHTUNG	35
3.1 Kompaktblitze	36
3.2 Studioblitze	38
3.3 Lichtformer	38
3.4 Entfesselt Blitzen	39
3.5 Den Blitz befestigen	41
3.6 Beleuchtung lernen	42
Kapitel 4	
GESTALTUNGSREGELN	45
4.1 Farbe	46
4.2 Form	47
4.3 Perspektive	50
4.4 Kontrast	52
4.5 Sehen lernen	52
4.6 Was ist ein gutes Stockfoto?	53
4.7 Gestaltungsregeln für Stockfotos	54
4.8 Formatwechsel	59
4.9 Trends erkennen	59
4.10 Regeln brechen	60

Kapitel 5	
BELIEBTE MOTIVE	61
5.1 Menschen	62
5.2 Business	73
5.3 Lebensmittel	81
5.4 Feiertage	83
5.5 Freisteller	85
5.6 Texturen und Hintergründe	88
Kapitel 6	
MEHR MOTIVE	91
6.1 Blumen und Pflanzen	92
6.2 Tiere und Zoos	95
6.3 Architektur	97
6.4 Illustrationen und Vektoren	98
6.5 Reisefotografie	100
6.6 Kunstfotos	104
6.7 Unterschiedliche Motive für Microstock und Macrostock	104
Kapitel 7	
TECHNISCHE BILDQUALITÄT	107
7.1 Technische Voraussetzungen	108
7.2 Scans verkaufen?	112
7.3 Metadaten	113
Kapitel 8	
INSPIRATION	117
8.1 Zeitschriften-Clippings sammeln	118
8.2 Postkarten	120
8.3 Kataloge	120
8.4 Medienkonsum	121
8.5 Gezielte Suche	122
8.6 Inspirieren statt kopieren	125
Kapitel 9	
DIE ARBEIT MIT MODELS	127
9.1 Unterschiede zwischen Models und Amateuren ..	128
9.2 Models finden	128
9.3 Model aussuchen	130
9.4 Models vorbereiten	135
9.5 Mit Models arbeiten	141
9.6 Bezahlung der Models	145

Kapitel 10

REQUISITEN	151
10.1 Was sind gute Requisiten?	152
10.2 Requisiten finden	153
10.3 Welche Requisiten nutzen?	155
10.4 Requisitenliste für Beginner	158
10.5 Einige Worte über Schmuck	159

Kapitel 11

LOCATIONS	161
11.1 Im Studio	162
11.2 On Location	162
11.3 Outdoor	164

Kapitel 12

RECHTLICHES	167
12.1 Urheberrecht	168
12.2 Persönlichkeitsrechte	169
12.3 Eigentumsrechte	173
12.4 Marken- und andere Schutzrechte	174
12.5 Digitale Verträge	176
12.6 Fotografierverbote	177
12.7 Der Gang zum Anwalt	177
12.8 Zu viel Bürokratie?	178

Kapitel 13

LICHTAUFBAU	179
13.1 Superweiches Licht	180
13.2 Hartes dunkles Licht	183
13.3 Licht plus Hintergrund	184

Kapitel 14

STOCKAUDIO UND STOCKVIDEO	187
14.1 Stockvideo	188
14.2 Stockaudio	195

Teil B

FOTOS VERKAUFEN	199
-----------------------	-----

Kapitel 15

ARBEITSABLAUF	201
---------------------	-----

Kapitel 16	
BILDAUSWAHL	207
Kapitel 17	
BILDBEARBEITUNG	211
Kapitel 18	
VERSCHLAGWORTUNG	219
18.1 Die Wichtigkeit von Suchbegriffen	220
18.2 Arten von Verschlagwortung	221
18.3 Richtig universell verschlagworten	225
18.4 Keywords eintragen	231
18.5 Programme zum Verschlagworten	233
18.6 Keyword-Spam	237
18.7 Beliebte Keywords	238
18.8 Verschlagwortung auslagern?	242
18.9 Suchbegriffe übersetzen	242
18.10 Suchbegriffe für Stockvideo und Stockaudio	244
18.11 Bildtitel und Bildbeschreibung	245
18.12 Tipps zur Verschlagwortung	246
Kapitel 19	
DATEIORGANISATION UND ARCHIVIERUNG	249
19.1 Dateien benennen	250
19.2 Daten sichern	253
Kapitel 20	
BILDAGENTUREN	257
20.1 Verschiedene Agenturmodelle	258
20.2 Verschiedene Verkaufsmodelle	263
20.3 Bildagenturen finden	265
20.4 Bildagentur auswählen	274
20.5 Hinweise zur Agenturanmeldung	278
20.6 Rechte an den Bildern in Agenturen nach dem Tod	279
20.7 Übersicht einiger Bildagenturen	280
Kapitel 21	
HOCHLADEN	299
21.1 Hochladen auf der Agentur-Webseite	300
21.2 Hochladen über FTP	300
21.3 Versand von Datenträgern	301
21.4 Einpflegen in Agentur-Webseiten	301

21.5	Workflow vereinfachen	303
21.6	Kostenlose Fotos anbieten?	306
21.7	Einfache Fotoverwaltung	308
Kapitel 22		
STATISTIK		311
22.1	Grundlegende Datenerhebung	312
22.2	Analyse hilfreicher Werte	315
22.3	Weitere Kalkulationen	322
22.4	Werte automatisch ausrechnen	322
22.5	Anwendungsbeispiele	323
22.6	Online-Tools	324
Kapitel 23		
ANDERE VERTRIEBSWEGE		327
23.1	Direktverkauf	328
23.2	Fotos auf Plakaten, T-Shirts und Karten	330
23.3	Ausstellungen	331
23.4	Affiliate-Links	332
Kapitel 24		
PROFESSIONALITÄT		335
24.1	Umgang mit Models	336
24.2	Corporate Identity	337
24.3	Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern	340
Kapitel 25		
MARKETING, WERBUNG, INFORMATIONEN		343
25.1	Marketingmethoden für Stockfotografen	344
25.2	Referenzen finden und sammeln	353
25.3	Signal-To-Noise-Ratio	357
Kapitel 26		
VERSICHERUNGEN UND VEREINE		359
26.1	Versicherungen	360
26.2	Vereine und andere Vereinigungen	361
26.3	Berufsverbände	364
Kapitel 27		
GEWERBE UND STEUERN		367
27.1	Gewerbe oder Freiberufler?	368
27.2	Steuern	369
27.3	Buchhaltung	370

Kapitel 28	
BERUFSSKRANKHEITEN	373
28.1 Hand	374
28.2 Rücken	375
28.3 Augen	375
Kapitel 29	
EINNAHMEN	377
29.1 Lee Torrens (microstockdiaries.com)	378
29.2 Michael Rosenwirth (micro-stock.de)	381
29.3 Roberto Marinello (mystockphoto.org)	383
29.4 Marta P. (Milacroft) (http://brandelli.wordpress.com)	387
29.5 Laurent Dambies (http://microstockexperiment.blogspot.com)	389
29.6 Marek Uliasz (http://microstock.pixelsaway.com)	393
29.7 Matt Antonio (niltomil.com)	398
29.8 Luis Santos (http://ministocking.blogspot.com)	400
29.9 Daniel Stenzel (http://elbtunnelblick.de)	402
29.10 Michael Zwahlen (http://michaeljayimages.wordpress.com)	403
29.11 Robert Kneschke (alltageinesfotoproduzenten.de)	404
Kapitel 30	
WORTE ZUM SCHLUSS	407
Anhang A	409
Anhang B	
BILDTEIL	433
Index	471