



4-11 ▲

Die Ansprüche und der Ablauf bei der Erstellung eines Portfolios sind so ähnlich wie die Arbeit in der Landwirtschaft: Lasse die Früchte in Ruhe reifen, und bei der Ernte trennst du die hervorragenden von den mittelmäßigen oder befallenen Erträgen.

4.3 DIE PRÄSENTATION DEINER FOTOGRAFIE

Im Entwurf, da zeigt sich das Talent, in der Ausführung die Kunst.

Marie von Ebner-Eschenbach (österreichische Schriftstellerin)

Du hast deine Fotos, deine Aussage, deine Selektion. Nun gilt es, etwas Sichtbares daraus zu machen. Es geht nicht mehr um das Spielen mit der Kamera, sondern um das Planen, Messen, Drucken, Schreiben von Briefen, Kontakteknüpfen, Nachfragen, Umorganisieren.

AUFGABE

Ob du eine Ausstellung, ein Buch, eine Debatte planst: mache dir Gedanken rund um die passende Art, deine Fotografie zu präsentieren. Was auch immer du dir aussuchst, versuche nicht nur durch deine Bilder an sich, sondern auch durch die Umsetzung in ihrer Präsentation den Betrachter zu packen, ihn zu überraschen: Gewinne seine volle Aufmerksamkeit, damit er nicht einfach weitergeht.

Dein Kunstwerk ist noch kein Kunst-Werk, wenn es als Raw-Datei auf deiner Speicherkarte liegt. Der kreative Prozess geht weiter. Bleibe bei

deinem Thema, deinem Kunstkonzept und mache etwas, das andere Leute berührt, das sie verstehen oder interpretieren wollen, das sie teilen oder überrascht wahrnehmen.

Die größte Gefahr ist, wenn die eine Idee verbraucht ist und ihre positive Energie in gefühlt weniger spannende Arbeit umschwenkt, gleich der nächsten Idee aufzusitzen und diese ebenso mit Eifer zu verfolgen wie die erste. Dann wirst du niemals etwas zu Ende bringen und der Welt zeigen. Ist eine Präsentation dein Ziel, gehe die nächsten Schritte weiter. Auch sie machen Spaß.

AUFGABE

Anstatt fünf spannende Projekte parallel laufen zu lassen, bleibe erst mal bei dem einen und gehe mit ihm bis ans Ende. Plane eine Ausstellung, knüpfe Kontakte, nutze deine kreative Kraft dafür. Zeige deine Kunst.

Bei Langzeitprojekten kannst du Dinge parallel machen. Eine neue, schnell umzusetzende Idee soll nicht einfach verpuffen. Setze sie so gut um, wie du kannst, bevor du zu deinem Langzeitprojekt zurückkehrst. Mit etwas Disziplin und Dranbleiben – bei aller frei gelebten Kreativität – wirst du dein Erfolgserlebnis aus einer neuen Idee erwachsen sehen.

▼ 4-12

»Lieber den Spatz in der Hand als die Taube auf dem Dach.« Dieser alte Spruch drückt aus, dass du etwas Kleines und Erreichbares anstreben solltest. Wenn du dich nur mit dem Großen zufriedengibst, dessen Erreichbarkeit aber nicht sicher ist, kannst du eher scheitern. Einen kleinen Nutzen sicher zu haben, ist mehr wert als die Aussicht auf einen größeren.





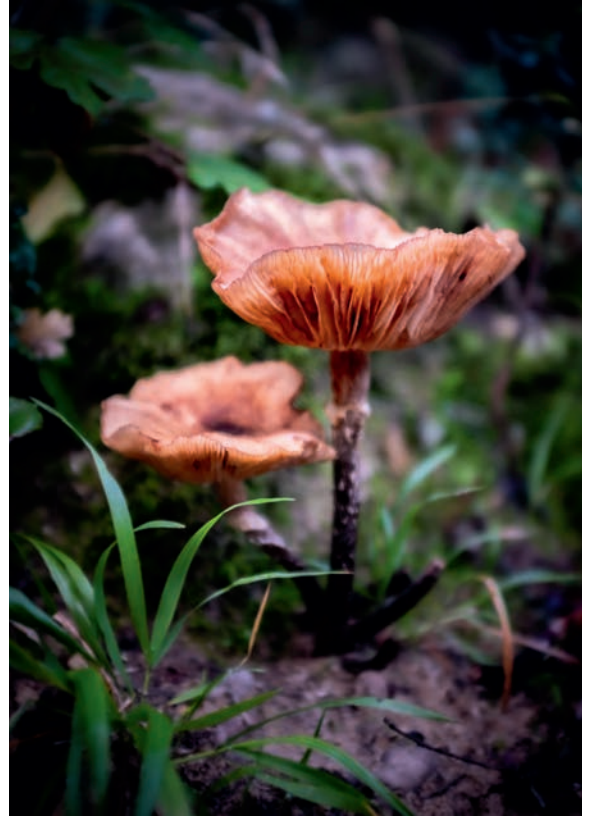
Kraftvolle Arbeit flüstert, sie muss nicht schreien.

Duane Michals (amerikanischer Fotograf)

Die Form, wie du deine Fotos präsentierst, sagt auch etwas über deine Kunst, deine Aussage und deine Herangehensweise insgesamt aus. Die einfachste und naheliegendste ist das schnelle Hochladen ins **Internet**. Es gibt sehr gute und kreative Internetforen, Fotografie-Gruppen und Künstlerkreise, in denen es angeregte Diskussionen und gute Exposition gibt.

Dennoch ist gerade im Internet ein sorgsames Selektieren vonnöten. Mal schnell etwas in Instagram hochladen, in einen Feed, der wenig Struktur und Aussagekraft hat, kann schnell ein gutes Foto »verbrennen«. Das heißt, es wird gesehen und vergessen. Oder der Wert des ersten Anblicks ist unwiederbringlich verloren. Gute Fotos solltest du dir aufbewahren, um in seriösen Gruppen Rückmeldung zu bekommen oder deine Arbeit zu zeigen.

Ein Instagram-Feed kann dabei durchaus eine seriöse künstlerische Plattform darstellen. Auch das ephemere Posten in Snapchat, wo dein Bild nach kurzer Zeit auf ewig wieder verschwindet, ist nicht verpönt – wenn es denn von dir beabsichtigt und Teil deiner Aussage ist. Das gilt übrigens für alle sozialen Medien.



Einst waren große Fotografen diejenigen, die wussten, wie man einzigartige und außergewöhnliche Fotos macht. Heutzutage sind großartige Fotografen diejenigen, die wissen, wie man YouTube-Videos darüber erstellt, wie man mittelmäßige Bilder aufnimmt.

Victor Bezrukov (israelischer Fotograf)

◀ 4-13

Das Gebäude an sich, der Unicredit-Tower in Mailand, ist faszinierend. Durch die Einbettung in einen Kontext erlangt es aber zusätzliche Exposition und das Interesse wird stärker dafür geweckt, als wenn der hohe Turm nur gegen den Himmel abgelichtet worden wäre.

▲ 4-14

So wie die Fruchtkörper kurzlebige sichtbare Formen des eigentlichen Pilzes sind, ist ein schnell ins Internet hochgeladenes Foto vergänglich und wird ohne Zusatzwissen nicht unbedingt mit dem eigentlichen Organismus – dem unterirdisch lebenden Pilz bzw. der im Hintergrund agierenden Künstlerin – in Zusammenhang gebracht.

Eine wichtige Rolle kommt deiner eigenen **Website** zu. Sie ist eine wichtige Plattform, um deine Arbeit nach außen zu tragen. Menschen, die mehr über dich erfahren wollen, weil sie deinen Namen gehört, dein Bild gesehen haben, werden sie aufsuchen. Was sollen sie über dich erfahren?

Überlege, welche Fotos und Informationen du wie vorstellen möchtest. Du kannst sie selbst einrichten und stylen. Male dir eine Struktur auf, wie du sie gliedern willst. Überfrachte sie nicht, unterteile sie auf verständliche und ansprechende Weise.

Hilf den Besuchern deiner Webseite zu erkennen, dass du nicht nur dieses eine tolle Bild gemacht hast, das sie irgendwo von dir gesehen haben, sondern dass du Substanz hast. Eröffne dem Besucher dein Gesamtwerk, ohne ihn zu überfordern.

Und versuche, Verbindungen zu schaffen und zu stabilisieren. Wenn die Leute, die sich für dich interessieren, dich toll finden, werden sie dich weiterempfehlen. Nichts ist einfacher, als einen Link zu einer Website zu verschicken. Nutze diese geniale Möglichkeit. Auch andere sozialen Medien bieten gute Exposition, in der Fotografie sind das zur Zeit vor allem ein Instagram Feed und die übersichtliche Vernetzung zu allen Links durch Linktree.

Mundpropaganda ist die beste Art, deinen Einflussbereich auszuweiten. Du kannst noch so viel Zeit investieren, um dich auf Ausstellungen zu zeigen oder dein Netzwerk irgendwie auszubauen. Nichts ist effizienter, als wenn mir eine gute Freundin sagt: »Sieh dir mal den Fotografen an, der ist großartig«, und mir den Link schickt.

Profis der Kommunikation wie Seth Godin und David duChemin erwähnen immer wieder: Verstehe, wer deine Fans und Kunden sind. Wer sieht sich deine Website an und was suchen sie?

Das bedeutet nicht, dass du opportunistisch wirst oder nur das Marketing im Auge hast. Deine Arbeit spricht für sich selbst, aber du solltest ihr helfen, zu sprechen.

Die Besucher deiner Website investieren ihre kostbare Zeit, um sich mit deiner Arbeit auseinanderzusetzen. Warum sollten sie sich mit deinen Werken beschäftigen, warum in deiner Website stöbern? Gib ihnen Gründe, nicht gleich woandershin weiterzuschurfen. »Get them excited« – beeindrucke sie.

4-15 ►

Immer neue Wege beschreiten, darin liegt der Schlüssel der Kunst. Und das trifft auch auf die Form der Präsentation zu. Das Bild selbst ist eine Aussage, aber erst durch seine Präsentation wird es sichtbar.



Deine Gedanken schaffen Dinge.

Barbara Gerasch (deutsche Künstlerin und Podcasterin)

Wenn das **haptische Element** dazustößt, hast du ein greifbares Produkt: einen schönen Druck oder ein Buch. Dein Bild, dein Werk flackert nicht nur virtuell und kurzlebig über einen Bildschirm.

Ein **guter Druck** ist der Klassiker. Aber es gibt unendliche **Materialien** und Formen von Trägern für deine Bilder. Und so vielfältig wie das Papier, Metall, Holzstück oder Karton, auf das du dein Foto druckst, so zahlreich sind auch die Aussagen, die du erzielen kannst. Jedes Material hat eine Bedeutung, unterstützt eine Aussage mehr als eine andere. Ich gehe hier nicht ins Detail, dafür gibt es Spezialisten. Aber sei dir bewusst bei der Entscheidung, worauf du dein Foto druckst – die Wirkung wird je nach Material völlig verschieden sein, und sie sollte mit deiner thematischen Aussage übereinstimmen.

Auch die **Größe** spielt eine Rolle. Sicher hast du schon vor einem Foto gestanden, auf dem ein scheinbar banaler Gegenstand abgebildet war und das durch seine schiere Größe beeindruckte. Reklametafeln machen sich diese Wirkung zunutze und transportieren gezielt ihre kommerziellen Aussagen.

Sind deine Bilder gedruckt, geht es an die fotografische **Kunst-Ausstellung**. Der Rahmen, der Ort, die Lage, das zu erwartende Publikum – alles hat auch einen Einfluss auf die Stimmung, die deine Fotos vermitteln.

Zunächst stellst du vielleicht mit einer Gruppe aus, im Fotoclub oder in einem Zusammenhang, der deine Bilder nicht allein in den Vordergrund stellt. Aber spätestens bei deiner ersten Solo-Ausstellung solltest du dir der enormen Chance bewusst sein, die du hast, alles auf deine künstlerische Aussage hin zu gestalten, vom fotografierten Bild über die Art der Aufhängung bis zum Licht und der gespielten Musik.

Wenn du eine Einladung bekommst, ein Restaurant eines Freundes zu verschönern, mache dir klar, dass die Wahl des Ortes und die Symbolik dahinter auch auf dich abfärben. Willst du einfach irgendwo irgendwie deine Fotos sichtbar machen, dann ist deine Lieblingskneipe oder die Arztpraxis eines Freundes eine gute Gelegenheit.

Aber um dich als Künstler zu festigen, ist der Ort ebenso wichtig wie deine Fotos. Kulturzentren und internationale Austauschprogramme sind schöne, erreichbare Foren, in denen du als Künstlerin einen Fuß in die Tür bekommen kannst. Sie sind seriös und werden von Kulturinteressierten besucht. Auch Festivals sind eine prima Gelegenheit, deine Fotos anderen Fotografen aus der Region oder aus deinem Fotografie-Bereich zu zeigen und dir einen Namen zu machen, Kontakte zu knüpfen und Gleichgesinnte zu finden.

Bedenke, dass eine Ausstellung sehr viel Investment verlangt: Du brauchst viel Zeit und auch Geld für genaues Planen und für die Durch-

führung. Wenn nicht auch die Raummiete, so musst du doch meistens den Druck deiner Bilder finanzieren, dich um die Aufhängung kümmern und ein paar Flaschen Sekt und Häppchen für die Vernissage einkaufen.

Ich kenne Fotografen, die auf einem Festival einen Preis gewonnen haben, der darin bestand, einen schönen Raum für eine Ausstellung zu bekommen. Nach der ersten Freude kamen dann jedoch schnell Zweifel auf, denn nur wenige Besucher fanden ihren Weg in den kleinen Ort tief im Hinterland, und die langen Anfahrtswege und die Abgeschiedenheit machten den eigentlich wohl verdienten glanzvollen Preis schnell zur Bürde.

Mache dir auch Gedanken über Beleuchtung, Bilderrahmen und Platzierung der Fotos: Auf einer Ausstellung werden diese stark über die Wirkung deiner Bilder entscheiden. Legenden, ein Text mit deinem Werdegang und dem Hintergrund zu deiner Fotoserie gehören auch meistens dazu, ebenso wie Flyer und Poster, um die Ausstellung anzukündigen. Visitenkarten und Preislisten sollten bereitstehen, Einladungslisten und Treffen geplant werden.

Der logische Schritt für jede Künstlerin ist irgendwann von einer seriösen, engagierten **Galerie** vertreten zu werden. Achte bei der Wahl der Galerie weniger auf den kommerziellen Aspekt als vielmehr auf die Affinität zu den Kuratoren. So wie du dich von der Galerie gut repräsentiert fühlen möchtest, so wird die Galerie nur Künstler nehmen, die ihrer Meinung nach etwas zu sagen haben, für das auch die Galerie steht. Es muss passen, zwischen dir und der Galerie.

Ich kann diese verdammten Shows mit hübschen kleinen Rahmen an Museumswänden nicht aushalten, in denen du Bilder betrachtest, als seien sie Kunstwerke. Ich möchte, dass sie Teile des Lebens sind!

William Eugene Smith (amerikanischer Fotojournalist)

Die Krönung für deine künstlerische Arbeit ist, in eine **Kunstsammlung** oder ein **Museum** aufgenommen zu werden. Das kannst du wenig beeinflussen. Es ist ein langer Weg. Du musst dich immer wieder zeigen, bewähren, erneuern, festigen, neu erfinden. Aber der Gedanke, dass deine kreativen Schöpfungen in einem Museum hängen und somit der Menschheit erhalten bleiben, ist faszinierend. Es macht dich irgendwie unsterblich. Wer schon mal vor einer Höhlenmalerei stand, der weiß: Kunst überdauert alles andere.

Museen sind Träger von Bedeutung. Sie repräsentieren Werte. Als Künstler hast du vielleicht das ultimative Ziel im Hinterkopf, irgendwann deine Bilder in einer wichtigen Ausstellung in einem Museum auszustellen oder sie als Dauerobjekt in einer Kunstsammlung zu wissen und auf diese Weise dazu beizutragen, aktuelle Werte auszudrücken.

Der einzige Weg, der in ein Museum führt, ist die Qualität deiner Kunst. Natürlich hilft es auch, die richtigen Menschen zu kennen und