

4. Foto-Session

Fotos für die Werbung und Presse

"Schönheit ist ein offener Empfehlungsbrief,
der die Herzen im voraus für uns gewinnt"
(Arthur Schopenhauer)

Die Bedeutung von guten Fotos

Das Auge ist eines unserer wichtigsten Sinnesorgane und ein aktives "Werkzeug" unserer Wahrnehmung. Mit über 60 Millionen Nervenfasern ist es direkt mit dem Gehirn verbunden und in unseren Augen spiegelt sich, was wir schön oder nicht schön finden.

Der Mensch und damit auch wieder jeder Veranstalter und Fan von Euch ist ein stark auf visuelle Eindrücke ausgerichtetes Wesen. Fast 80% unserer Wahrnehmung und Empfindungen laufen erst einmal über die Augen. Jeder kennt das, als er seinen Liebsten oder seine Liebste kennengelernt hat. Man sieht jemanden und in einem Bruchteil von Sekunden sagt uns unsere innere Stimme, der oder die gefällt mir oder gefällt mir nicht. Und deshalb sind schöne Fotos von Euch äußerst wichtig.

Fotograf und Foto-Session

Um gute Fotos zu erhalten, braucht Ihr einen Kontakt zu einem guten Fotografen oder einer Fotografin. Seht Euch dazu die Fotos Eurer Musik- und Bandkollegen an. Meistens stehen auch dort die Namen der Fotografen auf der Rückseite der Fotos.

Bei der Fotosession achtet auf Euer äußeres Erscheinungsbild. Wie die CD sind auch die Fotos Eure Visitenkarten für Euer Image. Dabei sollten Fotos immer für den Zweck gemacht werden, für den Sie gebraucht werden wie z.B. CD-Cover, Plakatmotiv, Autogrammkarten, Pressefotos oder Fotos für Werbeprospekte oder Eure Webseite.

Wichtig ist, dass Euer Foto auch zum Image der Musik passt. Es sollte ein passendes und neugierig machendes Motiv sein. Gute Fotografen werden Euch hier aber auch beraten können, wenn es um das Thema Garderobe, Frisur und Make-up geht. Auch der Hintergrund bzw. die Location sollte ein interessanter Ort sein. Vertraut hier ruhig auf die Professionalität der gebuchten Fotografen.

Achtet bei einer Session auch darauf, dass Ihr ein paar Fotos im Hochformat und im Querformat macht. Wenn Ihr schon einmal dabei seid und Euch für die Session optimal vorbereitet habt, dann sollte die Ausbeute an Fotos auch gut sein.

Anregungen für Pressefotos findet Ihr z.B. in Musikzeitschriften oder auch in Euren örtlichen Veranstaltungskalendern - einfach die Augen offen halten ;-)

Fotorechte

Das ist immer ein ganz heikles Thema, das mit dem Recht am eigenen Bild. Bevor Ihr eine Session mit einem Fotografen macht, klärt ganz genau, wie der Fotograf mit den anschließenden Rechten mit den fertigen Bildern verfahren will.

Es gibt Fotografen oder Studios, da müsst Ihr jedesmal neue Bilder teuer nachbestellen und Ihr müsst jedesmal neue Rechte einkaufen, je nachdem ob Ihr die Fotos nur für Presse Zwecke oder später für CD-Covers, Plakate etc. benutzt. Auch lassen sich viele Fotografen oder Studios "räumliche Lizenzen" zahlen. Das heißt, nutzt man die Fotos nur regional, bundesweit oder sogar weltweit - je größer - je teurer.

Am allerbesten ist es, wenn Ihr mit einem Fotografen klärt und Euch schriftlich nach den Aufnahmen von ihm bestätigen lasst, dass er die Rechte komplett an Euch zur weltweiten Nutzung und Vervielfältigung in allen Medien überträgt. Mit dem Honorar der Fotosession und den gelieferten Fotos gehen diese Rechte dann auf Euch über.

Dies hat einen riesengroßen Vorteil - Ihr könnt dann mit lizenzfreien Fotos frei in der Presse arbeiten. Sendet Ihr z.B. ein Pressefoto an eine Zeitung, muss die Zeitung normalerweise ca. 50,- Euro an den Fotografen zahlen und das Copyright erwähnen. Sendet Ihr aber lizenzfreie Fotos zur kostenlosen Veröffentlichung, freut sich die Zeitung. Den Namen des Fotografen sollte man dabei freundlicherweise auch immer erwähnen.

Vielleicht kennt Ihr ja im Bekanntenkreis jemanden, der schon gute Hobbyfotos macht und der Euch dann für einen fairen Preis fotografiert und Euch die Rechte überlässt. Das ist stressfrei und Ihr könnt mit den Fotos anschließend alles machen, ohne jedesmal vorher wieder die Rechte zu klären oder für Duplikationen zu zahlen.

Informationen auf den Pressefotos

Nutzt Ihr die Fotos für Eure Plakate, CD-Cover und Eure Werbeprospekte etc., reicht es, wenn Ihr den Namen des Fotografen erwähnt. Nutzt Ihr die Fotos für die Presse, muss die Presse genau wissen, wer die Rechte am Foto hat, bzw. die Presse muss von Euch schriftlich wissen, dass sie das Foto lizenzfrei ablichten darf.

Dazu haben wir nachfolgend vier Pressefotos abgebildet, auf denen Ihr genau seht, was unter einem Pressefoto genau stehen soll. Die Größe der Pressefotos kann variieren. Wir drucken unsere Pressefotos z.B. auf 13 x 18 cm.

Die Presse freut sich auch immer, wenn Sie Quer- und Hochformat-Fotos und die dann noch vierfarbig oder auch in schwarz-weiß zur freien Auswahl hat. Diese Formate solltet Ihr dann schon bei der Foto-Session berücksichtigen.

Zum Schluss noch ein kleiner Tipp zur digitalen Nachbereitung. Man kann natürlich mit der heutigen Technik im PC-Programm Photoshop z.B. alles möglich mit einem Foto anstellen. Aber auch der beste Koch kann nur etwas leckeres zubereiten, wenn die Zutaten gut sind. Und bei einem guten und frischem Bio-Steack von

Fotosession

Geschrieben von: René Schneider

einem glücklichen Wieserind, braucht man eigentlich nur noch Salz und Pfeffer. Je besser das Original-Foto und je weniger Bildbearbeitung, um so besser.

Muster von aktuellen Pressefotos von Gustavo Lastra

In den einzelnen Schritten zur Selbstvermarktung halten wir Euch am Schluss der Textinformationen immer auf dem Laufenden, was wir gerade für einen Künstler fertiggestellt haben. So könnt Ihr analog mitverfolgen, wie die einzelnen Schritte auch von Euch selbst abgearbeitet werden können.

Die nachfolgenden Fotos lassen wir übrigens in einem Fotoshop belichten. Die Grundlage ist eine digitale Datei von dem Pressefoto in 13 x 18 als Tif-File, als RGB in 320 dpi. Die Kosten zur Nachbelichtung können zwischen 0,06 und 0,12 Cent schwanken. So habt Ihr nach der Session lizenzfreie Pressefotos für Eure Pressemappe.

Wir wünschen Euch viel Spaß beim Foto-Shooting ;-)

Euer Worldmusic-Team



Pressefoto: Gustavo_Lastra_4c_hoch
Veröffentlichung und Abdruck honorar- und lizenzfrei
im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung!
Copyright-Angabe: "Foto: www.lastra.de"
Wir bitten wenn möglich um ein Beleg bei Konzertankündigung oder Nachbericht.
Pressekontakt Musikverlag Schneider - Bruchmanstr. 5 - 66386 St. Ingbert
Tel. 0 63 94 92 30 40 / Fax: 92 30 31 / Mail: worldmusicweb@aol.com



Pressefoto: Gustavo_Lastra_4c_quer

Veröffentlichung und Abdruck honorar- und lizenzfrei
im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung!
Copyright-Angabe: "Foto: www.lastra.de"
Bei Berichterstattung bitten wir um
ein Belegexemplar - wenn möglich
Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne
weitere Informationen. Herzlichen Dank!
M.V.L. Schneider - Bruchmanstr. 5 - 66386 St. Ingbert / Tel. (06394) 92 30 40 / Mail: worldmusicweb@aol.com

Foto für Veranstaltungsinweis



Pressefoto: Gustavo_Lastra_sw_hoch

Veröffentlichung und Abdruck honorar- und lizenzfrei
im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung!

Copyright-Angabe: "Foto: www.lastra.de"

Wir bitten wenn möglich um ein Beleg bei Konzertankündigung oder Nachbericht.
Pressekontakt: Musikverlag Schneider - Bruchnerstr. 5 - 68389 St. Ingbert
Tel. (0 68 94) 92 30 40 / Fax: 92 30 31 / Mail: wordmusicweb@aol.com



Pressefoto: Gustavo_Lastra_sw_quer

Veröffentlichung und Abdruck honorar- und lizenzfrei
im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung!

Copyright-Angabe: "Foto: www.lastra.de"

Wir bitten wenn möglich um ein Beleg bei Konzertankündigung oder Nachbericht.
Pressekontakt: Musikverlag Schneider - Bruchnerstr. 5 - 68389 St. Ingbert
Tel. (0 68 94) 92 30 40 / Fax: 92 30 31 / Mail: wordmusicweb@aol.com

Foto für Veranstaltungshinweis

[&at:&at:&at: wieder nach oben...](#)

