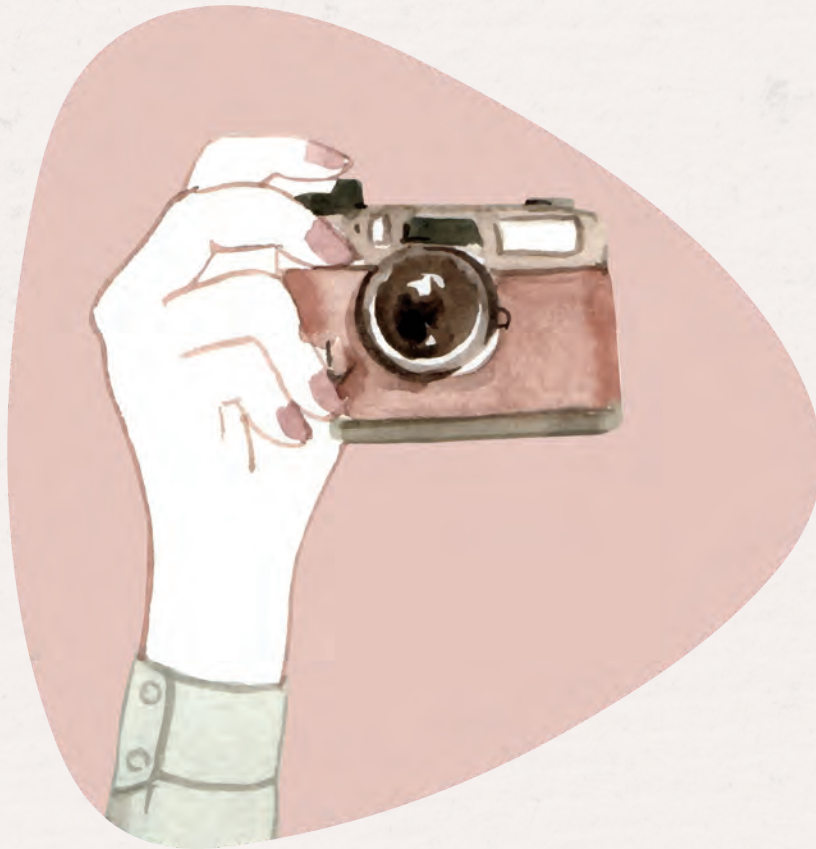


BUSINESSKURS

Vom Herzklopfen zum Herzenbusiness



ARBEITSBUCH DEZ 2025



fotografenschmiede

Mein Businesskurs

Meine Motivation:

**Kaffeerunde
jeden Sonntag
16-17:30 Uhr**

Wenn ich meine Website fertig
habe, gönne ich mir:



So bekommst du Hilfe im Businesskurs:

☐

Über unser Support - Ticketsystem direkt im Netzwerk einfach Fragen stellen & Antworten bekommen.

☐

In der Wissensdatenbank sammeln wir alle relevanten Fragen & Antworten. Du findest sie auch im Netzwerk.

☐

In der WhatsApp-Gruppe deiner Businesskursklasse gibts Schwarmwissen & Tipps der Anderen. Wir schauen dort auch mit rein, Fragen die nur an uns gerichtet sind, schickst du aber lieber übers Ticketsystem.

SCHAU DIR DAS
BEGRÜßUNGSVIDEO
JETZT AN



HERZLICH WILLKOMMEN



Und herzlichen Glückwunsch! Du hast gerade einen riesigen Schritt in Richtung besseres Leben gemacht. Die Fotografie, die Selbstständigkeit, dein Herzensbusiness - sie alle werden dein Leben noch wundervoller machen. Versprochen.

In den kommenden 12 Wochen gehen wir gemeinsam auf eine spannende Reise. Zusammen. Denn der Businesskurs ist kein Selbstlernkurs. Du bist hier nicht allein. Du wirst all die Hilfe bekommen, die du brauchst. Du wirst Teil einer tollen Community werden. Und möglicherweise deinen Kaffeekonsum steigern.

Dabei wirst du nicht nur dein Business wachsen lassen, sondern auch dich selbst. Denn jeder Schritt, den du hier gehst, jedes Hindernis, das du überwindest, bringt dich näher zu der Person, die du sein kannst. Ich bin jetzt schon sehr stolz auf dich! Du Fotografin.

... AND SO IT BEGINS

Zehn Stunden
in der Woche
solltest du in
diesen Kurs
stecken

Vorbereitung:
Welches Wissen fehlt
dir noch? Wir
schließen die Lücken.

ab Seite 12

1. Woche: Du findest
deine Fotorichtung
und deinen Namen.

ab Seite 52

2. Woche: Du findest
die Besonderheit für
dein Foto-Business.

ab Seite 66

3. Woche: Du stellst
dir Fragebögen &
Verträge zusammen.

ab Seite 91

4. Woche: Du baust
dir deine Pakete und
legst die Preise fest.

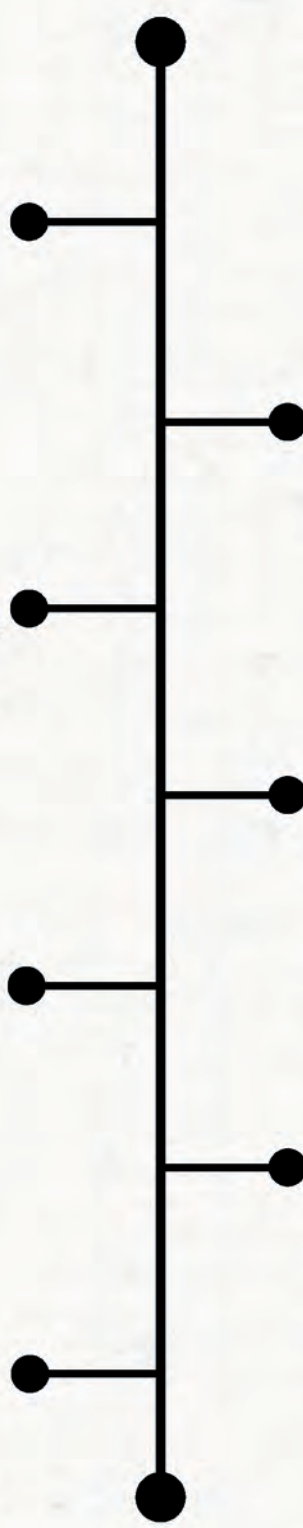
ab Seite 106

5. Woche: Du findest
deinen Bildstil in der
Bildbearbeitung.

ab Seite 126

6. Woche: Du legst
die technischen
Grundlagen für deine
Website.

ab Seite 142



7. Woche: Du baust deine Website.

ab Seite 158

8. Woche: Du meldest dein Gewerbe an.

ab Seite 182

9. Woche: Du legst dir eine Rechnungsvorlage an und ein Rechnungsprogramm.

ab Seite 196

10. Woche: Du legst deine Marketing-Strategie fest und richtest Google Ads ein.

ab Seite 212

11. Woche: Du schaltest deine erste Google Anzeige.

ab Seite 216

12. Woche: Du planst eine komplette Kampagne für Mini-Shootings.

ab Seite 234

Danach: Dein Business darf noch weiter wachsen. Die einzelnen Schritte gehen wir gemeinsam durch.

Klingt viel? Du wirst es aber gut schaffen. Für knifflige Sachen bekommst du genaue Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Außerdem ist jede Woche so strukturiert, dass du den Inhalt in etwa 10 Stunden gut schaffen wirst. Weil das für Website & Marketing aber etwas eng werden könnte, bekommst du in den Wochen davor schon einige Aufgaben, die du zur Vorbereitung machen kannst. So wirst du es schaffen, in den 12 Wochen dein Business aufgebaut zu haben. Und danach wächst du weiter.

Übrigens: Die Bilder im Buch sind von Hannah Quentin, Darling Stock & von mir.



ARBEITSBUCH

Dieses Buch ist dein roter Faden und dein Begleiter in den kommenden Wochen. Starte jedes Modul damit, im Buch zu lesen. Nutze das Tracking und den Platz für deine Notizen. Wann dir welches Video hilft, erfährst du ebenfalls im Buch.



KURSPLATTFORM

Du findest alle Kursinhalte auf unserer Plattform "Fotografenschmiede Café". Du kannst über den Browser oder unsere App darauf zugreifen.



VORLAGEN

Gibt es eine Vorlage als PDF oder in Canva, dann verraten es dir diese Symbole:



VIDEOS

Die Videos sind der Kern dieses Online-Kurses.

SO ERKENNST DU, WANN DU
WELCHES VIDEO SCHAUEN
SOLLST

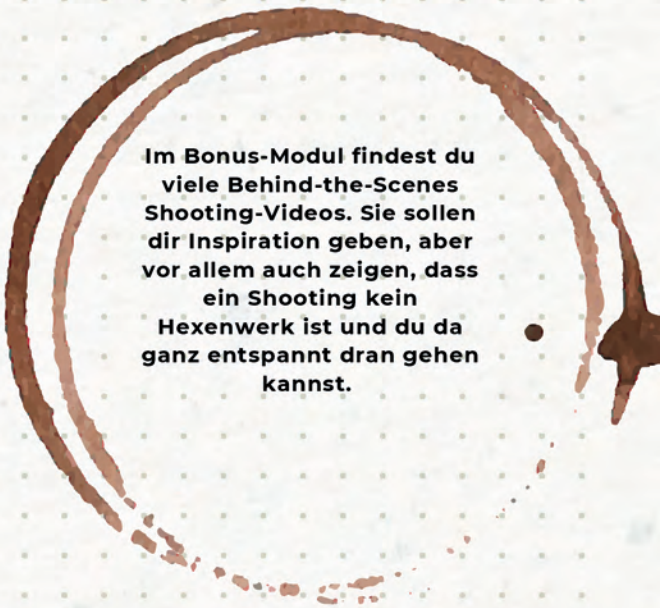
SCHRITT-FÜR-SCHRITT-
ANLEITUNGEN TRAGEN
ZUSÄTZLICH DIESES SYMBOL



KAFFEEERUNDE

Jeden Sonntag um **16-17:30 Uhr** trinken wir gemeinsam Kaffee und plaudern über das Thema der vergangenen Woche. Die Teilnahme ist eine gute Ergänzung zum Kurs und hilft dir, deine Fragen zu klären und Input durch die Fragen der Anderen zu bekommen.

Platz für deine Notizen



Im Bonus-Modul findest du viele Behind-the-Scenes Shooting-Videos. Sie sollen dir Inspiration geben, aber vor allem auch zeigen, dass ein Shooting kein Hexenwerk ist und du da ganz entspannt dran gehen kannst.

Im Kurs werden dir verschiedene Programme gezeigt, die dir helfen, dein Business zu führen. Damit du die Kosten gut kalkulieren kannst, ist hier ein Überblick:

- ☐ **Bildbearbeitung:** Lightroom-Fotografie-Abo
14,49 €/Monat
- ☐ Website **Domain:** 11,90 €/Jahr
- ☐ Website **Host:** Webhoster: 7,99 €/Monat
- ☐ Website Real **Cookie** Banner: 49€/Jahr
- ☐ **Rechnungsprogramm** Lexoffice: ca. 14,90 €/Monat (6 Monate kostenlos bei Gründung)
- ☐ Marketing **Google Ads** Budget: 150-300 € /Monat
- ☐ Ggf. noch weitere Ausgaben:
 - ☐ **Onlinegalerie** (Scrapbook, Pic-Time, ...): kostenlos bis 15-25 € pro Monat
 - ☐ Druckkosten für **Flyer, Visitenkarten**, etc.:
Flyer A6 / 300 g / 200 Stück: ca. 15-20 €
Visitenkarten 400 g / 200 Stück: ca. 18-22 €

Rechne zu
Beginn mit
etwa 40-60 €
monatlichen
Grundkosten.

Auf der Kursplattform
unter "Deals" findest
du auch immer gute
Angebote.

Für dein Fotobusiness brauchst du am Anfang nicht alles auf einmal. Viele Dinge kannst du nach und nach ergänzen. Hier findest du einen groben Überblick, der dir hilft einzuschätzen, welche Anschaffungen irgendwann sinnvoll werden können.



Kamera

Eine gute Einsteiger-Vollformatkamera reicht völlig aus.

Ca. 1.500–2.200 €



Objektive

Festbrennweiten (35 mm, 50 mm oder 85 mm) mit f/1.8.

ca. 200–500 € pro Objektiv



Equipment

- Blitz: ca. 150–250 €
- Speicherkarten (U3, 32–64 GB): ca. 15–35 €
- Ersatzakku: ca. 50–90 €



Computer

Ein zuverlässiger, schneller Rechner erleichtert die Bildbearbeitung enorm. Aktuelle Geräte liegen – je nach Modell, Händler und Ausstattung – in etwa bei:

- **iMac 24" (M4)**, 16 GB RAM, 256 GB SSD: **ca. 1.500–2.150 €**
- **MacBook Air 15" (M4)**, 16 GB RAM, 256 GB SSD: **ca. 1.400–2.000 €**

(Der untere Preisbereich entspricht Angeboten oder Basiskonfigurationen, der obere Bereich voll ausgestatteten Modellen.)



Versicherungen & laufende Kosten

- Betriebshaftpflicht: **ca. 100–150 €/Jahr**
- Handwerkskammer: **ca. 200 €/Jahr**
- BG (Berufsgenossenschaft - nur bei Vollzeit relevant): ca. 30–50 €/Monat
- Sonstiges (Benzin, Porto, Handy): nach Bedarf

Wunschzettel

Notiere dir hier, was du später gern anschaffen möchtest – ganz ohne Druck. Der Kurs hilft dir dabei herauszufinden, was wirklich sinnvoll ist und was warten kann.





Bevor wir gleich so richtig mit den Inhalten loslegen, lass mich noch kurz was zu Helfenlassen sagen. Denn es ist ja so: Du kannst natürlich alles alleine. Was du vielleicht noch nicht kannst, zeige ich dir. Aber du musst eben nicht alles alleine machen. Wir haben uns zum Beispiel in der Hochzeitssaison bei der Bildbearbeitung helfen lassen. Nutzen Canva für alles Optische (von Instagram bis zu diesem Buch). Und natürlich ist ChatGPT längst ein fester Bestandteil unseres Arbeitsalltags geworden.

VORLAGEN,
HELFER & KI
GEBEN DIR MEHR
ZEIT, DICH AUF
DEINE
KREATIVITÄT ZU
KONZENTRIEREN.
DENN DIE KANN
NUR VON DIR
KOMMEN.



MEINE LIEBLINGSHELFER

Canva



Gestaltung ganz easy:
Meine absolute Empfehlung
für alles, was gestaltet
werden muss. Damit habe
ich dieses Buch gestaltet.
Meine Instagram-Posts und
Stories auch. Und alles fürs
Foto-Business: Angebote,
Wedding-Guide, Freebies,
Rechnungen... Lässt sich
sehr gut durch gekaufte
Vorlagen von Etsy
erweitern.

www.canva.com



Das KI-Zeitalter ist da und es
wäre Quatsch nicht alles zu
nutzen, was du nutzen kannst.
Dabei geht es ja nicht darum,
dass du selbst nicht mehr
nachdenkst oder ChatGPT
plötzlich all deine Texte
schreibt oder Websites baut.
Die KI ist dein Partner, sie hilft
dir schneller zu formulieren,
besser zu strukturieren und
effektiver zu sein. Denken und
planen darfst du weiter selbst.

www.chatgpt.com



CANVA – DEIN LEICHTES DESIGN-TOOL FÜR DEN KURS

In diesem Kurs findest du verschiedene Vorlagen – für Fragebögen, Guides oder kleine grafische Elemente. All das kannst du ganz einfach in Canva anpassen, auch wenn du bisher noch nie damit gearbeitet hast. **Canva ist ein intuitives Design-Tool**, mit dem du Texte, Farben und Bilder ganz ohne Vorkenntnisse bearbeiten kannst. **So geht's:**



DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

- **Kommerzielle Nutzung:** Alles, was du in Canva an Schriften und Grafiken findest, darfst du für dein Business verwenden – **solange dein Design direkt in Canva entsteht.**
- **Website-Schriften:** Für deine Website gelten **eigene Regeln**. Canva-Schriften darfst du dort **nicht ohne Weiteres nutzen.**
- **Free vs. Pro:**
 - In **Canva Free** kannst du ein **kleines Brand Kit** anlegen (Farben + ein Logo).
 - In **Canva Pro** kannst du **mehrere Brand Kits** speichern, Schriften hochladen, Markenfarben erweitern und Designs einfacher einheitlich halten.
 - Einige Elemente sind in Free kostenpflichtig; in Pro sind die meisten Lizenzen enthalten.
- **Nicht exklusiv:** Canva-Inhalte sind **für alle nutzbar**. Du hast kein exklusives Nutzungsrecht.
- **Ordnungs-Tipp:** Erstelle dir **eigene Ordner**, damit du deine Designs schnell wiederfindest.

Schritt für Schritt

ChatGPT ist ein KI-Tool, das deine Informationen aufnimmt und daraus **verständliche Texte und Ideen formt**.

In diesem Kurs nutzt du es vor allem dann, wenn du **Unterstützung beim Schreiben** brauchst.



DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

- **Grundprinzip:** ChatGPT nutzt deine Angaben, um daraus klare Texte und Ideen zu formulieren.
- **Ordnung schaffen:** Lege für jedes Thema einen neuen Chat oder ein Projekt an – das hilft dir, alles leicht wiederzufinden (auch in der Free-Version).
- **Besser starten:** Beginne mit einer **Frage oder einem Start-Prompt**, nicht mit einem fertigen Befehl. Beispiel: „Ich brauche einen Header. Welche Infos brauchst du von mir?“ Das führt zu deutlich besseren Ergebnissen als sofort eine fertige Formulierung zu verlangen.
- **Kurs-Prompts nutzen:** Die Vorlagen hier im Kurs helfen dir, schnell zu guten Ergebnissen zu kommen.
- **Antworten verfeinern:** Mit kurzen Hinweisen wie „kürzer“, „wärmer“ oder „klarer“ passt ChatGPT die Texte für dich an.
- **Datenschutz:** Gib **keine echten Kundendaten** ein (keine echten Namen, Adressen, Bilder, Chatverläufe oder Kinderfotos). Nutze neutrale Beispiele – solche Tools sind nicht für personenbezogene, sensibel identifizierbare Daten gedacht.

- 1 **Starte einen neuen Chat oder lege ein Projekt an**
So bleibt jedes Thema übersichtlich sortiert (z. B. Über-mich-Seite, Angebotsseite).
- 2 **Gib zuerst deine Informationen – oder nutze die Kurs-Prompts**
Du kannst ChatGPT deine **Markeninfos, Beispieltexte oder vorhandene Inhalte** geben (z. B. Werte, Schreibstil, Beispielpassagen). Oder du **startest mit einer Frage**: „Ich brauche einen Header. Welche Infos brauchst du von mir?“ Alternativ kannst du direkt einen **Prompt aus diesem Kurs** verwenden und bei Bedarf anpassen.
- 3 **Verfeinere die Antworten**
Mit kurzen Hinweisen wie „kürzer“, „wärmer“ oder „klarer“ bringst du die Ergebnisse schnell in die richtige Richtung.



WO BEGINNT DEIN WEG?

Schätze dich und deine Fähigkeiten realistisch ein. So können wir gemeinsam schauen, wo du starten solltest.

Meine Ausrüstung: Kamera & Co.

1= welche Kamera?
9= habe alles

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mein Kamera-Wissen

1= Auto-Modus
9= Manuell-Queen

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Meine Kenntnisse in der Bildbearbeitung

1= Instagram Filter
9= Lightroom-Liebe

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mein Portfolio für Webseite & Co.

1= Hatte 0 Shootings
9= Habe genügend Bilder

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Ich weiß, wie ich ein Shooting anleite

1= Hilfe!!
9= Ich rocke das

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mein Mindset: Glaubenssätze & Stärken

1= Ich bin unsicher
9= Ich bin selbstbewusst

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Hast du dich eben in einem oder mehreren Bereichen mit 5 oder weniger Punkten bewertet? Dann wäre es gut, wenn du dich zunächst um diese Bereiche kümmerst, bevor du mit dem eigentlichen Kurs startest.



I. MINDSET

Weil Zweifel uns ausbremsen, kümmern wir uns um deine Einstellung zu dir und deinen Fähigkeiten. Los geht's auf Seite 14.



II. FOTO-AUSRÜSTUNG

Welche Brennweite brauchst du für deine Shootings? Welche Kamera passt zu dir? Schauen wir gemeinsam, worauf es ankommt. Auf Seite 22.



III. FOTOGRAFIE

Damit du dich im manuellen Modus wirklich sicher fühlst, gehen wir nochmal gemeinsam das System hinter Blende, Belichtungszeit und ISO durch. Wir starten auf Seite 28.



IV. TFP-SHOOTINGS

Ohne Bildmaterial kannst du weder deine Webseite noch dein Marketing gestalten. Plane, wenn du noch keine hattest, etwa 3-5 TFP-Shootings in der nächsten Zeit ein. Wie du die durchführst, erfährst du ab Seite 36.

I

MINDSET



... was dein Herz berührt, kann nur gut werden.

Man kann Dinge auf viele Arten lernen. Man kann sich in einen Hörsaal setzen und einem Professor bei seinen Monologen zuhören. Man kann Bücher lesen, Videos schauen. Man kann Anderen zusehen und es anschließend selbst probieren. Alles davon ist auf seine Art richtig. Doch nichts davon wird zum Erfolg führen, wenn eine Zutat fehlt: Herzklopfen.

Was dein Herz nicht berührt, wird dich auch nie erfolgreich machen. Das kann ich dir mit Sicherheit sagen. Denn ich habe mein Berufsleben fernab der Fotografie gestartet. Als Juristin. Studium und zwei Staatsexamen. Und schließlich ein Job, der die Tage furchtbar lang werden lies. Das Herzklopfen hat einfach gefehlt. Mein Job füllte mich nicht aus. Was gut war, denn in diese Leere konnte mein Hobby rutschen: die Fotografie. Sie machte sich dort sogar so breit, dass sie die Juristerei immer mehr zur Seite schob. Und so wurde die Fotografie mein Job. Wobei, wenn ich mit meiner Kamera losziehe, fühlt es sich gar nicht an wie arbeiten. Deshalb nenne ich es lieber meine Vollzeit-Liebe.

Warum ich dir das erzähle? Weil ich will, dass du an dich glaubst. An dich und an deine Fotografie. Du brauchst keine Ausbildung, um richtig gut zu werden. Du brauchst nur Herzklopfen: Wenn du den Auslöser deiner Kamera klickst. Wenn du deine Bilder am Computer bearbeitest. Wenn du dein nächstes Shooting planst. Um eine richtig gute Fotografin zu werden, brauchst du am Ende nur eins: den Wunsch eine richtig gute Fotografin zu werden.



VIDEO: MINDSET



Dein Plan für Mindset

ZIEL:

Mit einem guten Gefühl in dein eigenes Foto-Business starten.

TO DO

01 Herausfinden, wo du jetzt stehst. S. 17



02 Liebe Menschen um eine Einschätzung bitten. S. 18



03 Setze dir konkrete Ziele. S. 19



04 Mache dir einen Plan für schlechte Tage. S. 21



Wer bist du?

Bevor wir uns anschauen, wo deine Reise hingehen soll, werfen wir erstmal einen Blick auf das, was du aktuell schon alles hast.

Was läuft gut in deinem Leben? Worauf willst du dich mehr fokussieren?

--

Was hast du zuletzt getan, worauf du stolz bist?

--

Welche Schwäche hast du, mit der du aber gut leben kannst?

--

6 Dinge, die du an dir liebst:

Wie sehen dich andere?

3 Worte, die dich beschreiben:

Frage 3 gute Freunde, was sie am meisten an dir schätzen.

Frage 3 Personen, die du mal vor der Kamera hattest, was sie am Shooting mit dir besonders genossen haben.

Was möchtest du mit diesem Kurs erreichen?

Mein Ziel:

So weiß ich, dass ich es erreicht habe:

Mein Ziel ist mir wichtig, weil:

Diese Stärken werden mir helfen:

Diese Hindernisse könnten auftauchen:

So werde ich sie überwinden:



Mein nächster Schritt:



Jede Woche mindestens sieben Stunden für diesen Kurs finden.

Bin ich als Fotografin gut genug?

Positive Gedanken sind der Antrieb für deinen Erfolg – negative Gedanken hingegen die angezogene Handbremse. Deshalb ist es wichtig, dass du positiv denkst. Und Zweifel in Möglichkeiten verwandelst. Wie, das zeigen dir diese Beispiele:



Jeder hat mal genau dort angefangen, wo ich jetzt bin. Also kann ich genau dort landen, wo die Anderen jetzt sind.



Es lief nicht wie geplant, aber ich habe immer etwas draus gelernt. Jetzt weiß ich, was ich will und was ich anders machen kann. Jetzt wird es ein Erfolg.



Ich weiß, dass ich mir selbst vertrauen kann. Meine Fotografie ist ein Teil von mir, auf den ich mich verlassen kann. Das Selbstbewusstsein wird mit der Zeit kommen.



Ich habe viele Ideen und bin sehr kreativ. Das ist wunderbar. Das ist meine Stärke.



Ich muss nicht alles alleine schaffen. Wenn ich mal selbst nicht weiterkomme, dann hole ich mir Hilfe. Und dieser Kurs wird mir Schritt für Schritt in die Selbstständigkeit helfen.



Es gibt schon so viele Fotografen da draußen. Ich bin nicht so professionell, talentiert und gut wie die Anderen.



Ich bin eine Versagerin. Ich kann nichts richtig machen. Ich werde niemals erfolgreich sein.



Ich trau mich einfach nicht.



Ich starte immer 1000 Sachen, bringe aber nie was zu Ende. Mit der Fotografie wird das genau so sein.



Der ganze Papierkram, ich habe doch gar keine Ahnung. Ich schaffe es nicht, selbstständig zu sein.

Plan für schlechte Tage



Es wird immer Tage geben, an denen du deine Entscheidung anzweifelst. An denen du deine Fähigkeiten, dein Können in Frage stellst. Schreibe hier einige Zeilen an dieses zweifelnde Ich. Schreibe auf, warum die Fotografie dein Herz höher schlagen lässt. Warum du eine gute Fotografin bist.

A large rectangular area filled with a light gray dot grid pattern, intended for writing.

II

FOTO - AUSRÜSTUNG



Dein Plan für Foto-Ausrüstung

ZIEL:

Mit einem guten Gefühl und Wissen, welche Ausrüstung dir bei deiner Fotografie wirklich weiterhilft ins Foto-Business starten.

TO DO

01 Informiere dich über deinen Bedarf.

02 Sichte dein Equipment.

03 Schreibe auf, was du dringend und sofort brauchst...

04 ... und was du dir irgendwann mal gönnen wirst.

Vieles kannst du auch gebraucht kaufen.

Für die Basics in Sachen Foto-Ausrüstung bekommst du die Inhalte unseres Fotokurses an die Hand. Alle Videos findest du auf der Kursplattform.

■ Schau, womit andere Fotografinnen fotografieren

Wirf einen Blick in
fremde Kamerataschen



■ Verstehe die Kamera

Kamera erklärt

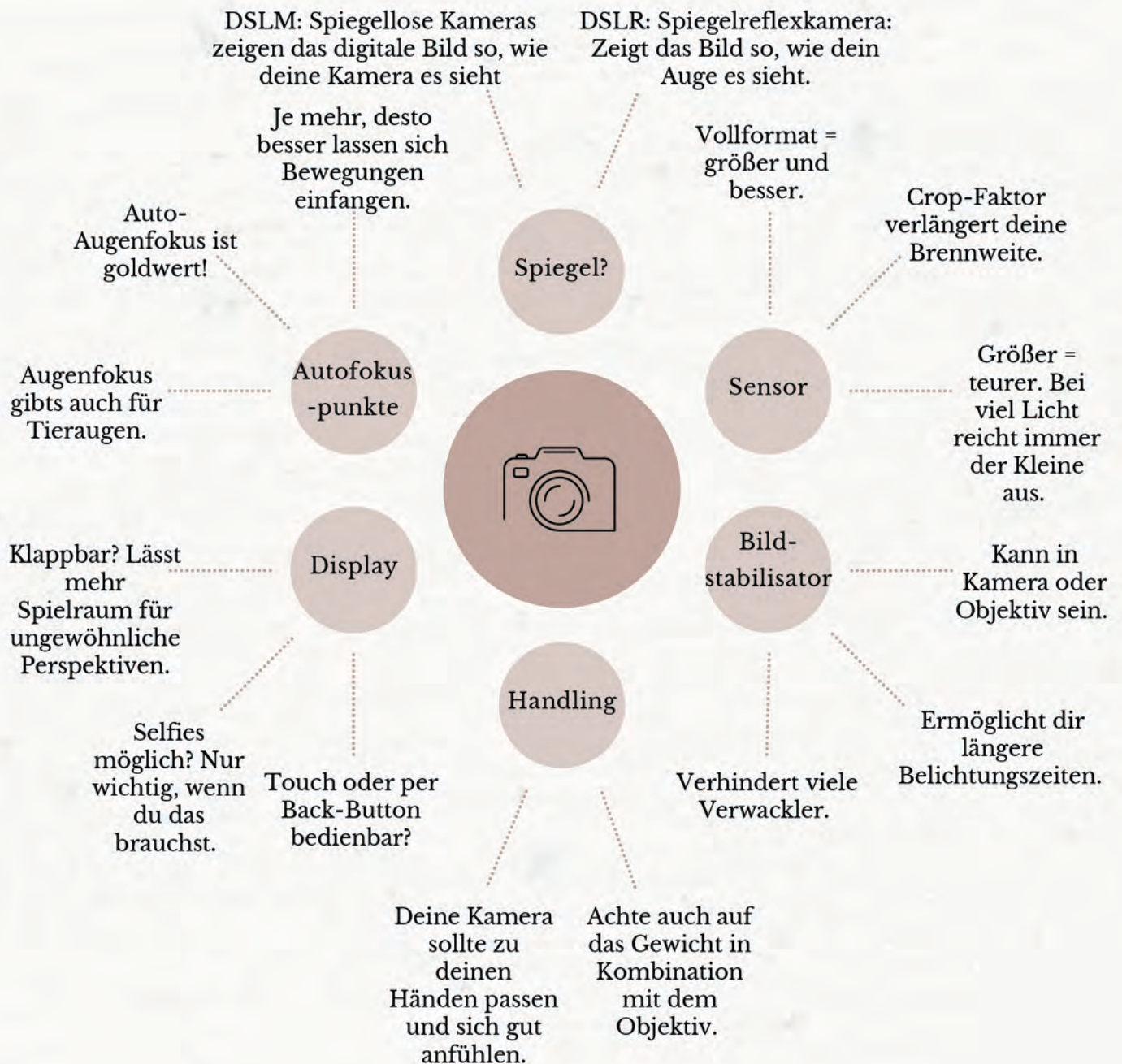


■ Verstehe Objektive

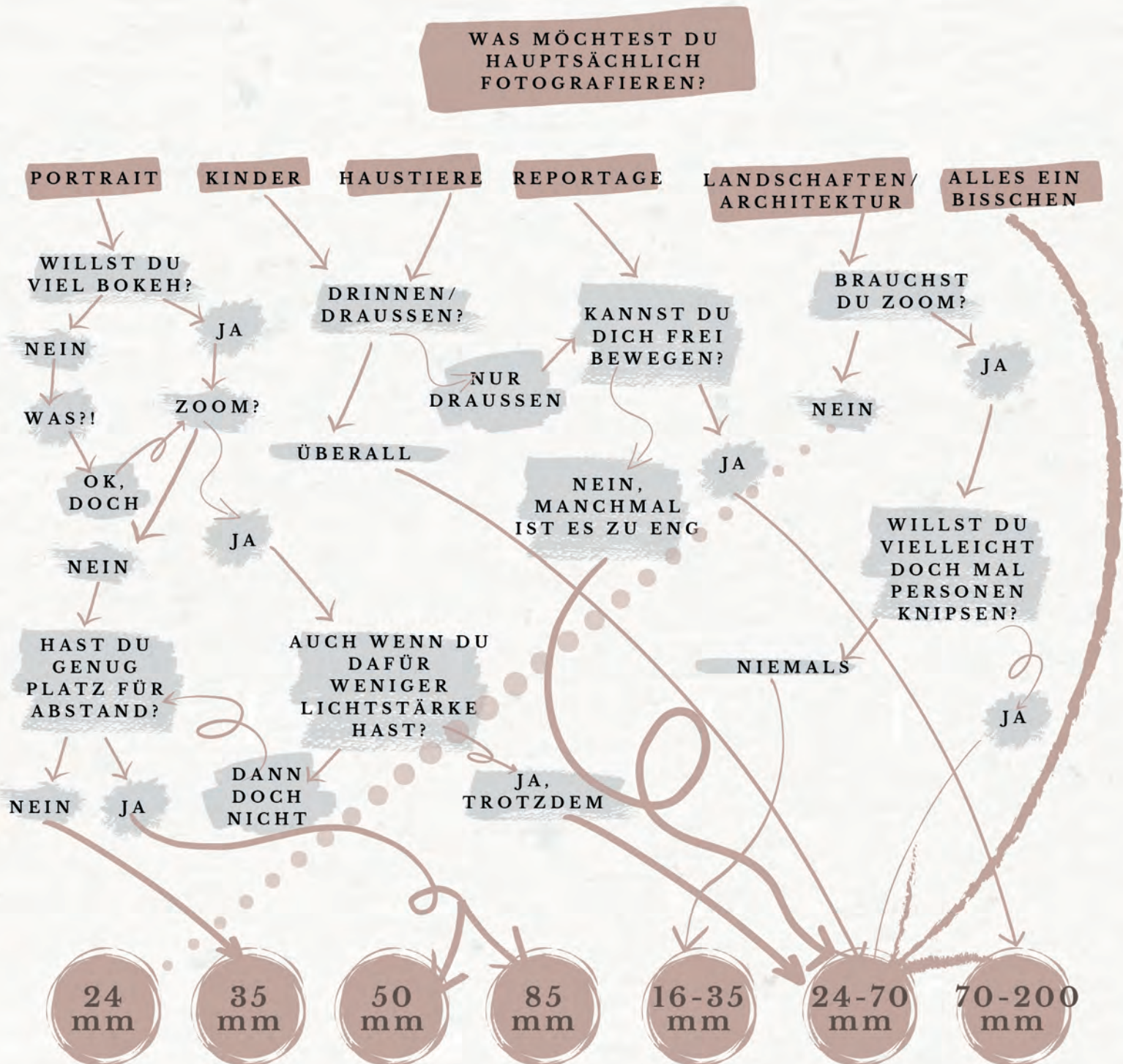
Objektive erklärt



Kamera-Kauf



Finde deine Brennweite



Mein Favorit ist:

Verstehe das Equipment

Equipment verstehen



The illustration shows a person with long hair and a dark shirt sitting at a desk, viewed through a laptop screen. The screen has a grid pattern, and there are three small red circles on the right side of the screen. The laptop is open, and the person is looking at the screen.

III

FOTOGRAFIE



Dein Plan für Fotografie

ZIEL:

Dich sicher mit deiner Kamera fühlen und Spaß bei den Shootings haben.

TO DO

01 Schnapp dir deine Kamera.



02 Schau das erste Video und mach sie startklar.



03 Stelle auf manuellen Modus.



04 Schau das Video zu Blende, ISO & Co.



05 Mache einen Spaziergang und fotografiere einfach.



06 Schau das Video zum Bildaufbau und übe weiter.



Für die Basics in Sachen Foto-Ausrüstung bekommst du die Inhalte unseres Fotokurses an die Hand. Alle Videos findest du auf der Kursplattform.

Damit du dich bei deinen Shootings wirklich sicher fühlst, kannst du dir Grundlagen aus dem Kickstart Kurs hier nochmal anschauen. Fotowissen 101.

SO WIRD DEINE KAMERA STARTKLAR

Wir gehen Schritt für Schritt durch, wie du deine Kamera aufs nächste Shooting vorbereitest.



BLLENDE, BELICHTUNGS-ZEIT & ISO

Wie nimmst du die drei wichtigsten Einstellungen vor? Ich erkläre dir das System dahinter, so dass du dich bei jeder Foto-Situation im manuellen Modus sicher fühlst.



DER RICHTIGE BILDAUFBAU

Was ist eigentlich die Dreier-Regel? Und wie nutzt du das Gitter auf der Kamera? Wir schauen uns an, welche Regeln beim Bildaufbau gelten und was du beachten solltest. Und was nicht.



Deine Notizen

So wählst du Blende & Co.



1

Blende einstellen

Hier wählst du eine kleine Zahl (also große Blendenöffnung) für Bokeh, große Zahl (also kleine Blendenöffnung) für mehr Schärfe um den Fokuspunkt.

2

Belichtungszeit wählen

Wähle eine kurze Belichtungszeit, um Bewegungen einzufrieren oder eine lange Belichtungszeit für Bewegungsunschärfe.

3

ISO einstellen

Gleiche zu wenig Licht durch eine höhere ISO aus. Achtung: nicht über max. gehen, sonst entsteht Bildrauschen. Ist es hell genug nimm eine niedrige ISO.

4

Zu wenig Licht?

Ist dein Bild trotzdem zu dunkel? Verkürze die Belichtungszeit. Achtung: nicht unter 1/Brennweite sek. gehen. Sonst verwackelst du das Bild.

5

Immer noch zu wenig Licht?

Öffne die Blende weiter (Zahl verringern). Reicht das immer noch nicht, nimm einen Blitz oder gehe an eine hellere Stelle.

Deine Notizen



Blende f/1.8

Fotografierst du nur eine Person, öffne die Blende für maximales Bokeh. Fokussiere das Auge, das der Kamera am nächsten ist.



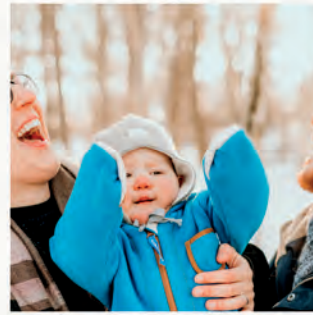
Blende f/1.8

Liegt der Fokus bewusst nicht auf den Beiden, sondern auf ihren Händen, öffne die Blende für schön viel Unschärfe im Hintergrund.



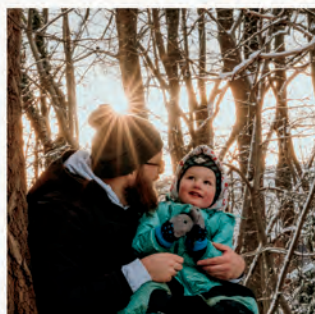
Blende f/2.8

Sollen Zwei im Fokus sein, öffne die Blende auf f/2.8. Bei Brennweiten über 50mm muss die Blende weiter zu, damit alle scharf sind.



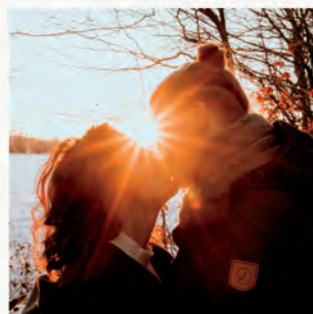
Blende f/3.5

3 Personen = 3er Blende. Denk auch hier daran, dass die Blende weiter zu muss, wenn dein Objektiv im Telebereich liegt.



Blende f/22

Für den Sonnenstern schließt du die Blende so weit wie möglich und fotografierst gegen die Sonne.



Blende f/22

Klappt am besten, wenn diese tief steht. Denk dran: Jetzt ist der gesamte Hintergrund scharf.



■ **1/50 sek.**

Keiner bewegt sich?
Dann kannst du lange belichten. Maximal aber 1/100 oder 1/Brennweite. Sonst verwackelst du das Bild.



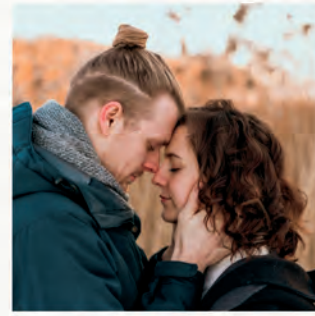
■ **1/250 sek.**

Verlangsamt du bewusst die Belichtungszeit, kannst du eine minimale Bewegungsunschärfe erhalten. Die kann gut aussehen.



■ **1/500 sek**

Hast du genügend Licht, geh auf Nummer sicher und wähle eine kürzere Belichtungszeit um deine Bewegungen einzufangen.



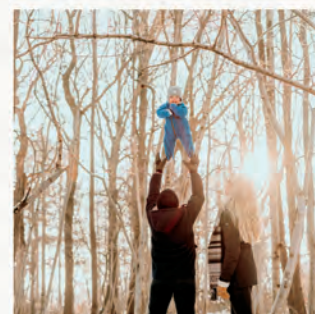
■ **1/100 sek.**

Natürlich kannst du auch kürzer belichten, wenn du genug Licht zur Verfügung hast. Bevor du mit der Zeit runtergehst, wirf einen Blick auf Blende und ISO.



■ **1/320 sek.**

Je schneller die Bewegungen vor der Kamera, desto schneller sollte auch deine Kamera sein.



■ **1/500**

Gut ist es auch, die Bewegungen im Serienmodus zu fotografieren. Dann erwischst du bestimmt den richtigen Moment.



ISO 100

In der goldenen Stunde gibt es noch genügend Licht, um die ISO auf einem niedrigen Wert zu lassen.



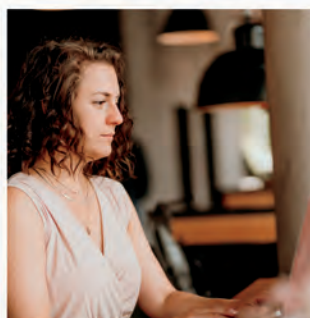
ISO 100

Unter 100 brauchst du aber nicht zu gehen, das wirkt sich nicht mehr sichtbar auf deine Fotos aus.



ISO 400

An grauen Tagen die richtige Wahl. Willst du die Blende weiter schließen, musst du vielleicht sogar auf ISO 640 oder ISO 800 gehen.



ISO 400

Drinnen bekommst du am Fenster in der Regel auch genügend Licht. ISO 400 unterstützt zusätzlich.



ISO 640

Weiter weg vom Fenster wird das Licht immer schwächer. Wenn möglich: Lieber ISO hoch als Lampen an.



ISO 640

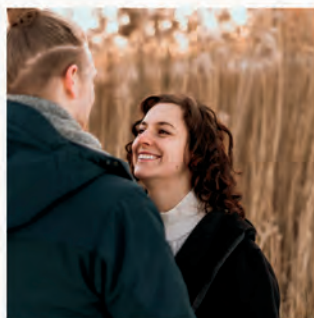
Im Wald ist es immer etwas dunkler. Am grauen Tagen also nur ein bedingt guter Ort für Fotos.



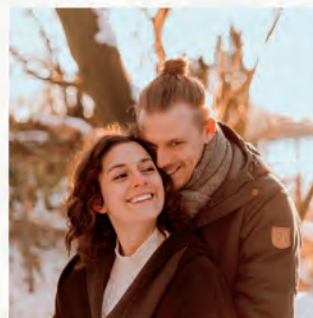
Nutze das Raster
Horizont auf die obere Linie. Lasse Wege mittig ins Bild laufen. Das leitet den Blick des Betrachters.



Unschärfe im Vordergrund
Blätter, Gräser, etc. direkt vor der Linse sorgen für diesen schönen Effekt und geben Struktur.



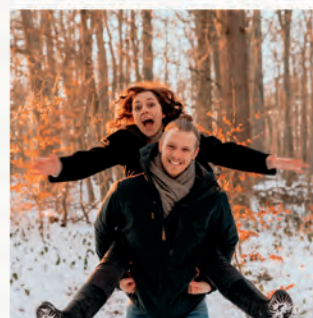
Lenke den Blick des Betrachters
Er schaut zu ihr, lass den Betrachter auch zu ihr schauen. Stelle sie dazu in den Mittelpunkt von Bild und Fokus.



Gesichter mittig im Bild
Liegt der Fokus deiner Bilder auf den Gesichtern, dann lass diese in der Mitte des Bildes sein.



Nimm 3
Mache von jeder Situation 3 Aufnahmen: nah dran, mittlere Entfernung, Ganzkörper. Bringt Abwechslung.



Der Augenblick hat Vorrang
Verkünstele dich nicht, sonst verpasst du die besten Emotionen. Du hast die Bildbearbeitung als Joker.

IV

TFP - SHOOTING





WARUM TFP?

TFP steht für Time for Picture. Diese Shootings finden ohne Bezahlung statt. Dafür bekommst du das Recht, die Bilder zu nutzen. Und das brauchst du, denn schließlich willst du auf deiner Website, auf Instagram oder auf Flyern zeigen, was du kannst.

TFPs sind aber auch noch aus einem anderen Grund ganz klasse für den Einstieg: Da deine Kunden dich nicht bezahlen, behältst du mehr die Kontrolle über das Shooting. Die Erwartungen sind niedriger und du kannst eher mal was ausprobieren. Deinen Stil finden.

Wichtig bei TFP-Shootings ist, dass du ganz klar kommunizierst, dass du die Bilder verwenden willst. Am besten hältst du das auch schriftlich fest. Ich gebe dir gleich eine Vorlage dafür.

Dein Plan für TFP-Shootings

ZIEL:

Erfahrung für dich und gute Fotos für dein Portfolio mit kostenlosen Shootings sammeln.

TO DO

01 Werbung machen: Insta-Story, WhatsApp-Status, Flyer. ☐

02 Alle wichtigen Punkte mit den Kunden besprechen. ☐

03 Fahrplan fürs Shooting machen. ☐

04 Vertraglich festlegen, dass du die Bilder nutzen darfst. ☐

05 Ein wundervolles Shooting haben. ☐

Für die Basics in Sachen Foto-Ausrüstung bekommst du die Inhalte unseres Fotokurses an die Hand. Alle Videos findest du auf der Kursplattform.

FLYER / AUSHANG

Nimm deinen ganzen Namen. Sei persönlich!

DEIN NAME

Wähle ein Bild, dass du so auch im Shooting machen willst.



Achtung Bildrechte!
Nutze deine eigenen Bilder oder achte auf die CC0 Lizenz. Freie Bilder findest du etwa bei Pexels.

Stelle den Vorteil deiner Modelle klar in den Vordergrund. Nämlich das kostenlose Shooting!

KOSTENLOSES BABYBAUCH-SHOOTING

für mein Portfolio

Ich möchte mein Portfolio erweitern und suche Modelle für Babybauch-Fotos. Shooting-Ort: Hamburg. Du solltest zwischen der 32. und 36. SSW. sein. Alle Bilder bekommst du kostenlos und professionell bearbeitet zum Download.

Melde dich unter 0176-000 000.

Stelle klar, dass und wofür du die Bilder nutzen willst.

Bringe wichtige Infos wie Ort, ggf. Zeit oder andere Besonderheiten ebenfalls auf dem Flyer/Aushang unter. So vermeidest du zu viele Rückfragen.

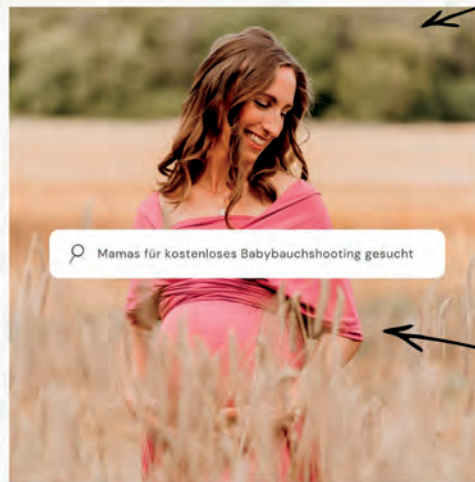
**Vergiss den
Call-to-
Action nicht!**

Auch wenn du ein kostenloses Shooting anbietest, solltest du die Grundsätze der Werbung beachten. Also: Immer klar rausstellen, was die Leute für einen Vorteil haben. Nicht "ich will" sondern "ihr bekommt".

INSTAGRAM: POST & STORY

Bitte für mehr
Reichweite auch
deine Freunde
darum, deine
Story zu teilen.

Nimm jeweils mehrere
Seiten (Karussell-Post) so
bekommst du alle Infos
unter. Das wird eher
gelesen, als alles in die
Caption zu legen. (Siehe
Beispiel unten).



Wähle ein Bild, dass du
so auch im Shooting
machen willst. So
sprichst du gleich die
richtige Zielgruppe an.
(Denk aber an die
Bildrechte!)

Kurzen Text nutzen,
nicht jeder liest die
Captions!



Bringe wichtige Infos wie Ort, ggf.
Zeit oder andere Besonderheiten
ebenfalls unter. So vermeidest du
zu viele Rückfragen. Sage auch,
dass und wofür du die Bilder
verwenden wirst.

Vergiss den
Call-to-
Action nicht.

Du bist dran:

- ☐ Hast du den Vorteil für deine Modelle klar kommuniziert?
- ☐ Hast du einen deutlichen Call-to-Action?
- ☐ Passt dein Bild zu deinem Shooting?
- ☐ Nutzt du die Sprache deiner Zielgruppe?
- ☐ Hast du dich klar und verständlich ausgedrückt?

Schreibe deinen Beitrag / Flyer



Je besser du deine Kunden kennenlernst, desto besser und entspannter wird auch das Shooting.

- ☐ Welche Grenzen gibt es? Gibt es Einschränkungen, die beim Shooting zu beachten sind?
- ☐ Hattet ihr schon mal ein professionelles Shooting? Habt ihr euch vor der Kamera wohlfühlt?
- ☐ Welche Art von Bildern mögt ihr (von euch) am liebsten?
- ☐ Worauf achtet ihr bei Bildern? Was mögt ihr an euch? Aneinander?
- ☐ Erzählt eure Geschichte (Liebesgeschichte, Familiengeschichte, etc.)
- ☐ Was macht euch Bauchschmerzen, wenn ihr an das Shooting denkt?
- ☐ Wie sieht das eine Bild aus, das ihr von diesem Shooting an die Wand hängen wollt?
- ☐ Gibt es sonst noch etwas, das ich wissen sollte?

Platz für deine Fragen & Notizen:



Hilf deinen Kunden ruhig bei der Kleiderwahl. Die meisten sind da sehr unsicher und froh über Rat.



GUTE & SCHLECHTE FARBEN

Helle Farben sind besser als dunkle. Auch sollten sie nicht zu grell sein, denn dann reflektiert es auf die Gesichter und macht bunt.



ABGESTIMMT, ABER NICHT GLEICH

Nicht gut: alle in blau/weiß. Besser ist es, wenn größere Gruppen ein bisschen die Komplementär-Farben ausschöpfen.



AUF LOGOS VERZICHTEN

Als Eltern kommt man an Paw Patrol & Co. nicht vorbei. Fürs Shooting stören große Aufdrucke eher.



VERSTECKT EURE KURVEN NICHT

Jede Figur hat etwas, was sich betonen lässt. Eine locker in die Jeans gesteckte Bluse betont die Taille. Ein weites Kleid bekommt dank Gürtel Form.



DIE SACHE MIT DEN MUSTERN

Kleinkariert kann manchmal flimmern. Und ein wilder Mustermix ist zu viel. Wenn aber eine Person unifarben und eine im geblühten Kleid kommt, ist das wunderbar.



SCHICK MACHEN, NICHT VERKLEIDEN

Ein Fotoshooting ist ein besonderer Anlass. Aber es ist kein Fasching. Macht euch schick, aber bleibt immer noch ihr selbst.



An alles gedacht?

- ☐ Bildrechte: Halte schriftlich fest, dass du die Bilder später für Website, Insta & Co. verwenden darfst. Per WhatsApp reicht. Willst du es konkreter, nutze die Vorlage.
- ☐ Ort & Zeit: Kläre wo, wann und wie lange ihr shooten wollt. Gehe auch auf die Besonderheiten der Location ein.
- ☐ Art des Shootings: Besprich grob, was auf deine Modelle zukommt. Damit sie sich auch aufs Shooting einstellen können.
- ☐ Kleidung: Ist dir wichtig, was auf deinen Bildern getragen wird, besprich das. Die meisten sind froh über Hilfe bei den Outfits.
- ☐ Regen & Co. : Was macht ihr bei schlechtem Wetter? Was bei Krankheit? Besprecht, wie ihr solche Fälle handhabt. Immer gut: Melde dich kurz vor dem Shooting nochmal bei deinen Kunden. WhatsApp reicht völlig aus. Gibt ihnen und dir ein gutes Gefühl.

Deine Notizen

Es macht einen riesigen Unterschied, ob du sagst "lacht mal" oder ob du die Leute zum Lachen bringst. Letzteres sorgt eindeutig für die besseren Bilder.



Sich gegenseitig anschauen lassen – das gibt den Beiden Halt und lässt sie vergessen, dass es dich mit deiner Kamera gibt. Eignet sich super für den Anfang.



Gehen, Wettrennen, Necken. Lass die Zwei Spaß haben. Das gibt tolle Bilder dabei und vor allem danach. Denn Lachen entspannt. Allerdings mag sowas auch nicht jeder. Hör hier auf dein Bauchgefühl.



Intime Kuschelposen nie zu Beginn des Shootings machen. Da sind alle noch zu verkrampft. Lieber nach den lustigen Posen, dann wird's so authentisch.



"Flüster ihr ins Ohr, was du heute Abend für sie kochen willst." Lass die Zwei dafür dicht zusammen rücken. Spoiler: Gibt meist eher Lacher als Kuschel-Bilder.

Noch mehr Ideen



"Nimm sie Huckepack und versuche sie so doll wie möglich auf und ab hüpfen zu lassen."



"Streich ihre Haare nach hinten."
Sorgt für Intimität, viel Nähe und einen ganz verliebten Gesichtsausdruck (auf beiden Gesichtern).



"Zähl Mamas Sommersprossen". Bei Kindern immer auf Neugierde setzen. Sollen sie in die Kamera schauen, erfinde einen Dino, der in deiner Linse lebt.



"Fang sie!" (gib ihr einen Vorsprung)
Der Garant für witzige Bilder und wunderbar entspannte Paare. (Klappt aber auch prima mit Kindern.)



Gebt euch einen Kuss mit den Ohren.



Legt beide eine Hand auf den Bauch und stellt euch vor, wie ihr eure Baby bald im Arm halten werdet.



Halte dein Gesicht in die Sonne und spüre die Wärme.



Fahre dir durch die Haare und erkläre mir den Unterschied zwischen Männer- & Frauennippeln.



Lege dein Gesicht auf deine Hand und versuche deine Umgebung bewusst wahrzunehmen: Was hörst du? Was spürst du?

Shooting #1



DATUM:

MEINE VISION

WEN ICH SHOOTE

WO ICH SHOOTE

POSEN FÜRS ANKOMMEN

--	--	--	--

POSEN FÜRS HERUMALBERN

--	--	--	--

POSEN FÜR EMOTIONEN

--	--	--	--

WAS NOCH ZU TUN IST

☐	
☐	
☐	

SO WARS



Shooting #2

DATUM:

MEINE VISION

WEN ICH SHOOTE

WO ICH SHOOTE

POSEN FÜRS ANKOMMEN

--	--	--	--

POSEN FÜRS HERUMALBERN

--	--	--	--

POSEN FÜR EMOTIONEN

--	--	--	--

WAS NOCH ZU TUN IST

☐	
☐	
☐	

SO WARS



Shooting #3

DATUM:

MEINE VISION

WEN ICH SHOOTE

WO ICH SHOOTE

POSEN FÜRS ANKOMMEN

--	--	--	--

POSEN FÜRS HERUMALBERN

--	--	--	--

POSEN FÜR EMOTIONEN

--	--	--	--

WAS NOCH ZU TUN IST

☐	
☐	
☐	

SO WARS



Mache jedes Bild nach diesen 5 Schritten, so bekommst du Einstellungen und Anweisungen gut hin.

1

Auf zum richtigen Ort: Welchen Hintergrund willst du für dein nächstes Bild? Geht dort hin. Bei längeren Strecken könnt ihr jetzt ganz entspannt plaudern.

2

Seid ihr am Spot angekommen, erklärst du grob, was deine Kunden im Foto machen sollen. Wo sie sich hinstellen sollen. Wie du dir das Bild vorstellst.

3

Während deine Kunden diese Anleitung umsetzen, stellst du deine Kamera grob ein: Erst Blende, dann Belichtung, zum Schluss ISO.

4

Sag deinen Kunden nun was sie tun / denken sollen. Dabei suchst du dir auch gleich den richtigen Winkel fürs erste Foto.

5

Fotografiere. Bewege dich dabei. Und hab immer ein Auge auf deiner Lichtwaage. Stimmt die Belichtung? Falls nicht, ändere die Belichtungszeit.

Deine Notizen

BEREIT?

Juchuh! Die Vorbereitung ist abgeschlossen. Du bist jetzt bereit, für den Businesskurs. Klopfe dir schon mal kräftig auf die Schulter und dann

leg los...

1

POSITIONIERUNG: FINDE DEINEN NAMEN & DEINE FOTORICHTUNG





Stelle dir dein Fotografie-Business als ein Haus vor. Alles hat sein Zimmer: Deine Kamera, deine Website, deine Bildbearbeitung, dein Marketing, dein Kundenkontakt, dein Workflow, deine Kundenpflege und sogar deine Buchhaltung und deine Versicherungen. Und dieses Haus steht auf zwei Säulen: Deine Fotografie und dein Wunschkunde.

Fällt auch nur eine dieser beiden Säulen weg, so wird dein ganzes Haus einstürzen. Und errichtest du dein Haus auf nur einer Säule, wird es ewig instabil sein. Denn ohne zu wissen, was deine Fotografie ausmacht und für wen du fotografierst, kannst du dich nicht von der Masse abheben. Ohne diese beiden Säulen hat dein Fotobusiness kein Gesicht.

LASS UNS
JETZT DEN
GRUNDSTEIN
FÜR DEIN
FOTOGRAFIE-
BUSINESS
LEGEN.



Dein Plan für Woche #1

ZIEL:

Fotorichtung und Namen finden

TO DO

01 Interviews, die dich interessieren, schauen. S. 55-56. ☐

02 Moodbaord anfertigen. S. 58. ☐

03 Infos zu deiner Fotorichtung sammeln. S. 59. ☐

04 Ideen für Namen sammeln. S. 60. ☐

05 Beides festlegen S. 61. ☐

Wenn noch Zeit ist:

Mache dir ein Logo (dabei von
Grafiker helfen lassen oder
selbst auf Canva basteln).



Noch mehr Inspiration findest
du in den vielen Podcast-
Interviews mit anderen
FotografInnen. Du findest alle
Folgen im Netzwerk unter
Wissen > Podcast.

Warum Positionierung so wichtig ist



Interview zur Familienfotografie mit Janina



Interview zur Tierfotografie mit Katja



Interview zur
Businessfotografie mit
Mirjam



Hochzeitsfotografie mit
mir



*"ALICE, MAN DARF SEIN
LEBEN NICHT NACH
ANDEREN RICHTEN. DU
ALLEIN MUSST DIE
ENTSCHEIDUNG FÄLLEN."*

In deinem Kopf schwirren schon so viele Ideen für dein Business herum? So viele Gedanken, Wünsche, Pläne? Prima! Denn die sammeln wir jetzt alle mal ein und erstellen so den Fahrplan für dein Business. Wie machen wir das?

Ich würde vorschlagen, dass wir erstmal basteln. Nämlich ein Moodboard. Dort sammelst du alles, was dir zu deiner Fotografie in den Sinn kommt. Du kannst dazu einfach alles ausdrucken, aufmalen, aus Zeitungen ausreißen und auf ein großes Blatt kleben. Oder du wirfst all deine Ideen auf ein digitales Board (etwa Pinterest). Ganz wie du magst.

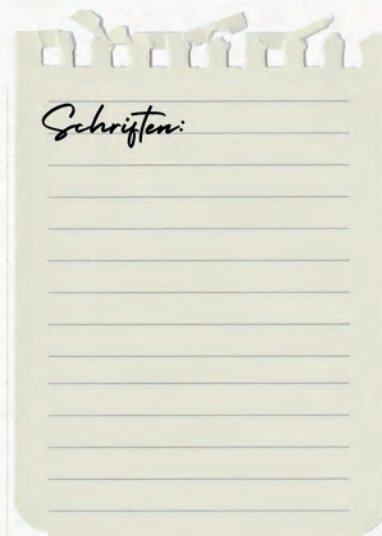
Wichtig ist, dass du alles irgendwo sammelst. Alle Fotos, die du schön findest, Farbkombinationen, die dir gefallen, Ideen für Name & Logo, einfach alles, was dein Fotografinnen-Herz höher schlagen lässt.

Nimm dir hierfür am besten einen ungestörten Nachmittag Zeit. Denn auch, wenn es dir im Moment vielleicht noch wie ein unnötiges Bastelprojekt vorkommt – es ist wichtig.

Dieses Moodboard wird die Landkarte für dein Foto-Business sein und dir später viel Arbeit erleichtern.



Dein Moodboard



GPT-IMPULSE FÜR MEHR KLARHEIT

Wenn du dir unsicher bist, welche Fotografierichtung zu dir passen könnte, nutze gern ChatGPT als Sparringspartner. Hier ein paar Prompts für dich:



„Nenne mir typische Besonderheiten, Emotionen und Herausforderungen der ___-Fotografie.“



„Vergleiche die Fotografierichtungen ___ und ___ für jemanden, der Wert auf ___ und ___ legt.“



„Welche Art von Kunden buchen typischerweise ___-Fotografie?“



„Welche fotografische Richtung passt zu einer Fotografin, die Wert legt auf: [Liste deiner Werte]?“

Frage dein Herz und schau auf dein Moodboard: Welche Fotografierichtungen zeichnen sich ab?

Welche Arbeitszeiten hättest du bei diesen Richtungen? Passen sie in deinen Alltag?

Welcher Arbeitsumfang hängt an diesen Richtungen? Kannst du das stemmen?

Welche Besonderheiten bringen diese Richtungen? Was passt zu dir und macht dich glücklich?

finde deinen Namen

Ein guter Name
fühlt sich klar
an – du wirst
ihn spüren.

Mach dir einen Kaffee und gehe die folgenden Möglichkeiten durch. Hast du deinen Kaffee ausgetrunken, ist es Zeit zu entscheiden. Verliere dich nicht in dieser Aufgabe.

SCHRITT 1: WÄHLE DEINE GRUNDFORM

Überlege zuerst, in welche Richtung dein Name grundsätzlich gehen soll. Diese drei Varianten funktionieren besonders gut:

Option 1: Dein Name + „Fotografie“

Persönlich, zeitlos und fast immer verfügbar.

Option 2: Dein Name + deine Fotorichtung

Sehr klar und suchmaschinenfreundlich.

Option 3: Dein Ort + „Fotograf:in“

Häufig gegoogelt, sorgt für Auffindbarkeit.

Option 4: Kreativer / poetischer Fantasiename

Für alle, die etwas Besonderes oder Emotionales suchen.

(Du musst dich hier noch nicht festlegen.)

SCHRITT 2 – LASS DICH VON CHATGPT INSPIRIEREN

Wenn du unsicher bist oder Ideen suchst, nutze ChatGPT als kreativen Einstieg. Es hilft dir sofort weiter – egal, welche Namensrichtung du bevorzugst.

Prompt 1 „Gib mir Namensideen für ein Fotobusiness, das folgende Werte vermittelt: ___, ___, ___.“

Prompt 2 „Erstelle poetische oder natürliche Namensideen für ein Fotobusiness im Bereich ___.“

Prompt 3 „Kombiniere meinen Vornamen ___ mit emotionalen Begriffen aus dieser Liste: [Wortliste].“

Prompt 4 „Gib mir 10 Alliterationen aus diesen Wörtern: ___.“

Prompt 5 „Erstelle Varianten aus meinem Vornamen ___ kombiniert mit passenden Fotografie-Begriffen.“

SCHRITT 3: PRÜFE DEINEN FAVORITEN

- **Google** den Namen
- Prüfe **Instagram**
- Prüfe die **Domain** (Website #1 – Schritt 1 – Video 1)
- **Domain** ggf. **sichern** (Video 2)

PROUDLY PRESENTED BY YOU



Deine Fotografierichtung

Der Name für dein Foto-Business

Domain & Instagram

Platz für deine Notizen

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Nutze das Tracking im Buch. Wenn du es nicht ohnehin schon liebst, Listen abzuheften, solltest du jetzt damit beginnen! Warum? Weil es dir deinen Fortschritt aufzeigt und das die effektivste Form der Motivation ist. Probiere es aus!



FOTOGRAFIE

Nutze für deine Shootings sogenannte Prompts. Bei diesen Anleitungen gibst du deinen Kunden eine konkrete Handlungsanweisung, die aber eher an ein Rollenspiel erinnert. Das hilft dir ganz natürlich, tolle Emotionen von deinen Kunden zu bekommen. Ideen-Input findest du im Anhang.



MINDSET

Als Kind waren wir alle Künstler. Irgendwann ging das verloren. Frage dich doch mal, was du vor deinem 18. Geburtstag alles gern gemacht hast und probiere es mal wieder aus. Inspiriert total!

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Kurs-Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
To-Do abgehakt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerrunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Kleiner Spaziergang mit Kamera	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Spontan zur Kamera gegriffen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2

BESONDERHEIT, WUNSCHKUNDEN & PERSONAL BRANDING





Soll ich dir das Geheimnis verraten? Das Geheimnis, warum ich mir ganz sicher bin, dass du mit deinem Foto-Business erfolgreich wirst?

Das Geheimnis bist du! Du. Deine Art, deine Inspiration, eben du.

Manchmal ist es allerdings gar nicht so leicht, sich immer treu zu bleiben. Damit dir das aber von nun an immer gelingt, bekommst du in dieser Woche etwas ganz wichtiges an die Hand...

ES IST DAS
UNSICHTBARE,
DAS ZÄHLT



Dein Plan für Woche #2

ZIEL:

Finde Klarheit für dein Foto-Business

TO DO

01 Schau das persönliche Video an. S. 69.

02 Finde deine Werte mit Hilfe des Fahrplans auf. S. 70 ff.

03 Wunschkunden ermitteln. S. 72-73

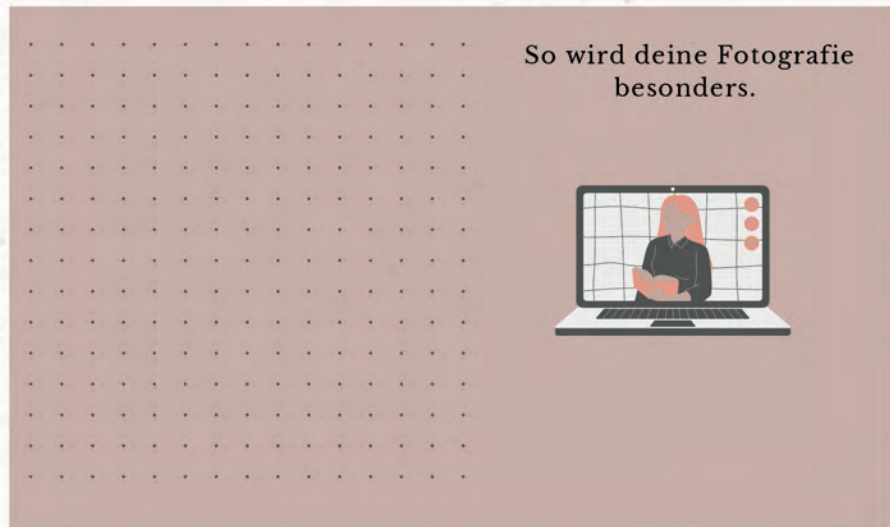
04 Verabrede dich mit 3 ehemaligen Kunden und fülle hierbei den
Fragebogen aus. S. 74 ff.

05 Finde dein Warum und deine Besonderheit. S. 80-81

06 Personal Branding festlegen. S. 82-83.

07 Beginne mit den Website-Vorbereitungen. S. 84 ff.

Steige in das Thema ein



Alice: "Würdest du mir bitte sagen, wie ich von hier aus weitergehen soll?" - "Das hängt zum großen Teil davon ab, wohin du möchtest", sagte die Katze.

finde deine Werte



Bevor wir uns um dein Warum kümmern, definiere deine Werte. Dadurch wird dir der nächste Schritt leichter fallen. Kreise alles ein, was dir wichtig ist.

Abenteuer	Empathie	Kreativität
Achtsamkeit	Erfolg	Leidenschaft
Aktivität	Exzellenz	Liebe
Akzeptanz	Fairness	Nachhaltigkeit
Ansehen	Fantasie	Neugierde
Ästhetik	Flexibilität	Offenheit
Authentizität	Fortschritt	Optimismus
Balance	Freiheit	Perfektion
Begeisterung	Geduld	Respekt
Bescheidenheit	Gelassenheit	Ruhe
Charme	Gesundheit	Selbstvertrauen
Coolness	Großzügigkeit	Sicherheit
Dankbarkeit	Herausforderung	Sorgfalt
Direktheit	Harmonie	Spiritualität
Effektivität	Humor	Unabhängigkeit
Ehrlichkeit	Intelligenz	Verantwortung
Einfachheit	Intuition	Zielstrebigkeit

Filter nun die 5 Werte heraus, die dir am wichtigsten sind. Höre auf dein Gefühl. Womit identifizierst du dich wirklich?

Gehe die Liste erneut durch und filtere den wichtigsten Wert heraus. Fällt dir das schwer, vergleiche immer zwei Werte miteinander und bestimme den jeweils wichtigeren. Kennzeichne ihn mit einem Strich. Gehe auf die Art alle Werte durch. Der mit den meisten Strichen ist dein wichtigster Wert.

Beschreibe nun, warum dir dieser Wert so wichtig ist. Was bedeutet er für dich?

Kleiner Tipp:

Wenn du bei deinen Werten nicht weiterkommst, kann ChatGPT dir helfen.

Wenn du noch unsicher bist:

„Stelle mir Fragen, die mir helfen, meinen wichtigsten Wert zu erkennen.“

Wenn du deinen Wert schon hast:

„Formuliere für mich, warum dieser Wert wichtig für mich ist. Mein Wert ist: ____.“

Wenn du ihn fürs Foto-Business einordnen möchtest:

„Welche Bedeutung könnte dieser Wert für mein Foto-Business haben? Mein Wert ist: ____.“

Dein Wunschkunde



Wer ist dein Wunschkunde?

Die Arbeit mit deinem Wunschkunden ist ein bisschen wie ein Ping-Pong-Spiel:

Du entscheidest zuerst, für wen deine Fotografie gedacht ist. Und danach zeigt dir genau dieser Mensch, wie du dich und deine Fotografie nach außen präsentieren darfst. Ohne einen klaren Wunschkunden kannst du dein Angebot nicht ausrichten.

Du wirst niemanden so richtig ansprechen, dich nicht abheben und dir fehlt die Orientierung. Deshalb ist dieser Schritt so wichtig – und so spannend.

Nur dein Wunschkunde wird bei deinen Bildern dasselbe Herzklopfen spüren wie du. Wichtig ist auch zu erkennen, wen du nicht fotografieren möchtest. Um zu bestimmen, für wen deine Fotografie ist, musst du auch wissen, wer gerade nicht zu dir passt.

Wenn du schon Shootings hattest (auch unbezahlte), kannst du deine bisherigen Kundinnen und Kunden befragen. Ihre Antworten helfen dir sehr, deinen Wunschkunden besser kennenzulernen und dein Angebot klarer auszurichten. (Interview-Vorlagen findest du auf den nächsten Seiten.



Steckbrief

WUNSCHKUNDE

NAME:

ALTER:



Nutze diese Seite, um deinen
Wunschkunden klar vor Augen zu
haben.

Halte alles fest, was dir hilft,
diesen Menschen besser zu
verstehen – damit du später
Farben, Sprache, Bildstil und
deine gesamte Außendarstellung
auf ihn ausrichten kannst.



FÜGE HIER EIN BILD DEINES
WUNSCHKUNDEN EIN



FAKTEN

Lebenssituation / Familie:

Beruf / Alltag:

Interessen / Hobbys:

Werte / Was ihm wichtig ist:

Wie möchte diese Person sich mit
deinen Fotos fühlen?:



FÜGE HIER EIN BILD DEINES
WUNSCHKUNDEN EIN

NOTIZEN





fragen an Wunschkunden #1

FINDE DEINEN WUNSCHKUNDEN

Wann kam dir der Gedanke, dass du ein Fotoshooting machen möchtest? Gab es einen konkreten Auslöser?

Hast du vielleicht schon länger über ein Shooting nachgedacht, es aber immer wieder verschoben? Wenn ja, warum?

Welche Erwartungen hattest du an dein Shooting? Was dachtest du, würdest du daraus mitnehmen?

Was hat dich dann doch dazu bewegt zu buchen?

Was hast du empfunden, als du die Bilder gesehen hast? Wem hast du sie gezeigt und was waren die Reaktionen?

Welche Bedenken hattest du, als du an das Shooting gedacht hast? Haben die sich dann auch bestätigt?

Wie hast du das Shooting empfunden? Und wie hast du dich danach gefühlt?

Was war dir an deinem Fotografen wichtig?



fragen an Wunschkunden #2

Wann kam dir der Gedanke, dass du ein Fotoshooting machen möchtest? Gab es einen konkreten Auslöser?

Hast du vielleicht schon länger über ein Shooting nachgedacht, es aber immer wieder verschoben? Wenn ja, warum?

Welche Erwartungen hattest du an dein Shooting? Was dachtest du, würdest du daraus mitnehmen?

Was hat dich dann doch dazu bewegt zu buchen?

Was hast du empfunden, als du die Bilder gesehen hast? Wem hast du sie gezeigt und was waren die Reaktionen?

Welche Bedenken hattest du, als du an das Shooting gedacht hast? Haben die sich dann auch bestätigt?

Wie hast du das Shooting empfunden? Und wie hast du dich danach gefühlt?

Was war dir an deinem Fotografen wichtig?



fragen an Wunschkunden #3

Wann kam dir der Gedanke, dass du ein Fotoshooting machen möchtest? Gab es einen konkreten Auslöser?

Hast du vielleicht schon länger über ein Shooting nachgedacht, es aber immer wieder verschoben? Wenn ja, warum?

Welche Erwartungen hattest du an dein Shooting? Was dachtest du, würdest du daraus mitnehmen?

Was hat dich dann doch dazu bewegt zu buchen?

Was hast du empfunden, als du die Bilder gesehen hast? Wem hast du sie gezeigt und was waren die Reaktionen?

Welche Bedenken hattest du, als du an das Shooting gedacht hast? Haben die sich dann auch bestätigt?

Wie hast du das Shooting empfunden? Und wie hast du dich danach gefühlt?

Was war dir an deinem Fotografen wichtig?

Mein Warum

Hinter jeder Fotografie steckt ein Gefühl, das dich antreibt. Dein Warum ist der innere Kompass, der dir zeigt, was dir wirklich wichtig ist – in deiner Arbeit und in deiner Sicht auf Menschen.

Um dein Warum zu finden, brauchst du keine fertigen Sätze. Es reicht, wenn du ein paar Gedanken festhältst:

- Was bewegt mich daran, Menschen zu fotografieren?
- Welche Momente oder Gefühle möchte ich bewahren?
- Was wünsche ich mir, dass meine Bilder bei anderen auslösen?

Notiere hier deine Gedanken, ohne sie zu perfektionieren. Es geht nicht um Formulierungen, sondern um Ehrlichkeit.

Was diese Gedanken dir zeigen

Lies deine Worte noch einmal durch. Frage dich:

- Welcher Gedanke taucht immer wieder auf?
- Was zieht sich durch alles hindurch?
- Welches Gefühl bleibt am Ende übrig?

Dieses Gefühl ist dein Warum. Es wird dir später helfen, deine Website, deine Texte und dein Branding klar auszurichten.

Lass dir von ChatGPT helfen

Kleiner Impuls:

Wenn du dein Warum noch nicht richtig greifen kannst, kannst du ChatGPT bitten, dir weitere Fragen zu stellen.

Nutze diesen Prompt: „Stelle mir Fragen, die mir helfen, mein persönliches Warum in der Fotografie zu finden.“

Meine Besonderheit fürs Fotobusiness

WAS MICH ALS FOTOGRAFIN UNVERWECHSELBAR MACHT

Deine Besonderheit entsteht dort, wo sich drei Dinge überschneiden:

1. Deine Fotorichtung (Modul 1)
2. Deine Werte & dein innerer Kompass (Modul 2)
3. Die Bedürfnisse deines Wunschkunden (Modul 2)

Wenn du diese drei Bausteine zusammenführst, entsteht dein USP – also das, was später ganz oben auf deiner Website stehen wird. Um das zu formulieren solltest du jetzt im Buch zurück blättern und entweder selbst formulieren, oder ChatGPT um Hilfe bitten.

GPT-PROMPT FÜR DEINE BESONDERHEIT

Kopiere diesen Text und füge deine Stichworte an den richtigen Stellen ein:

****„Formuliere meine Besonderheit als Fotografin in einem klaren, authentischen Satz für meine Website.**

Hier sind meine Infos:

- Meine Fotorichtung: [einsetzen]
- Meine wichtigsten Werte & Haltung: [einsetzen]
- Das braucht mein Wunschkunde: [einsetzen]

Schreibe den Satz so, dass er warm, nahbar und verständlich ist – ohne Marketingwörter.“**

Meine Besonderheit

Personal Branding

Es geht bei deiner Fotografie nie nur um Bilder.
Es geht um dich – deine Haltung, deine Werte, deine Sicht auf die Welt.
All das formt deine persönliche Marke. Und genau die schauen wir uns jetzt an.
Deine Personal Brand entsteht aus drei einfachen Schritten:



Schritt 1: Alles beginnt bei dir!

Was ist dir wichtig? Wie möchtest du arbeiten? Welche Stimmung soll deine Fotografie tragen?

Die Antworten auf den vorherigen Seiten – deine Werte, dein innerer Kompass und deine Besonderheit – bilden jetzt deine Grundlage.

Schritt 2: Finde deine Besonderheit

Deine Besonderheit zeigt sich darin, wie du Menschen siehst und begleitest.

Frag dich: Welche Momente berühren mich? Welche Stimmung zieht sich durch meine Bilder?

Oft sind es Eigenschaften wie Ruhe, Wärme, Klarheit oder Humor, die dich unverwechselbar machen.

Schritt 3: Entwickle dein Look & Feel

Dein Look & Feel entsteht aus vielen kleinen Entscheidungen: Farben, Licht, Schriften, Worte, Bildsprache.

Je besser du dich kennst, desto leichter fällt es dir, einen Stil zu wählen, der wirklich zu dir passt.

GPT-Impulse für dein Personal Branding

Wenn du Ideen oder Klarheit suchst, kannst du ChatGPT als Inspiration nutzen.
Zum Beispiel:

„Beschreibe drei mögliche Personal-Branding-Richtungen, die zu meinen Werten passen: ____.“

„Wie könnte die Bildsprache einer Fotografin wirken, die so arbeitet: ____?“

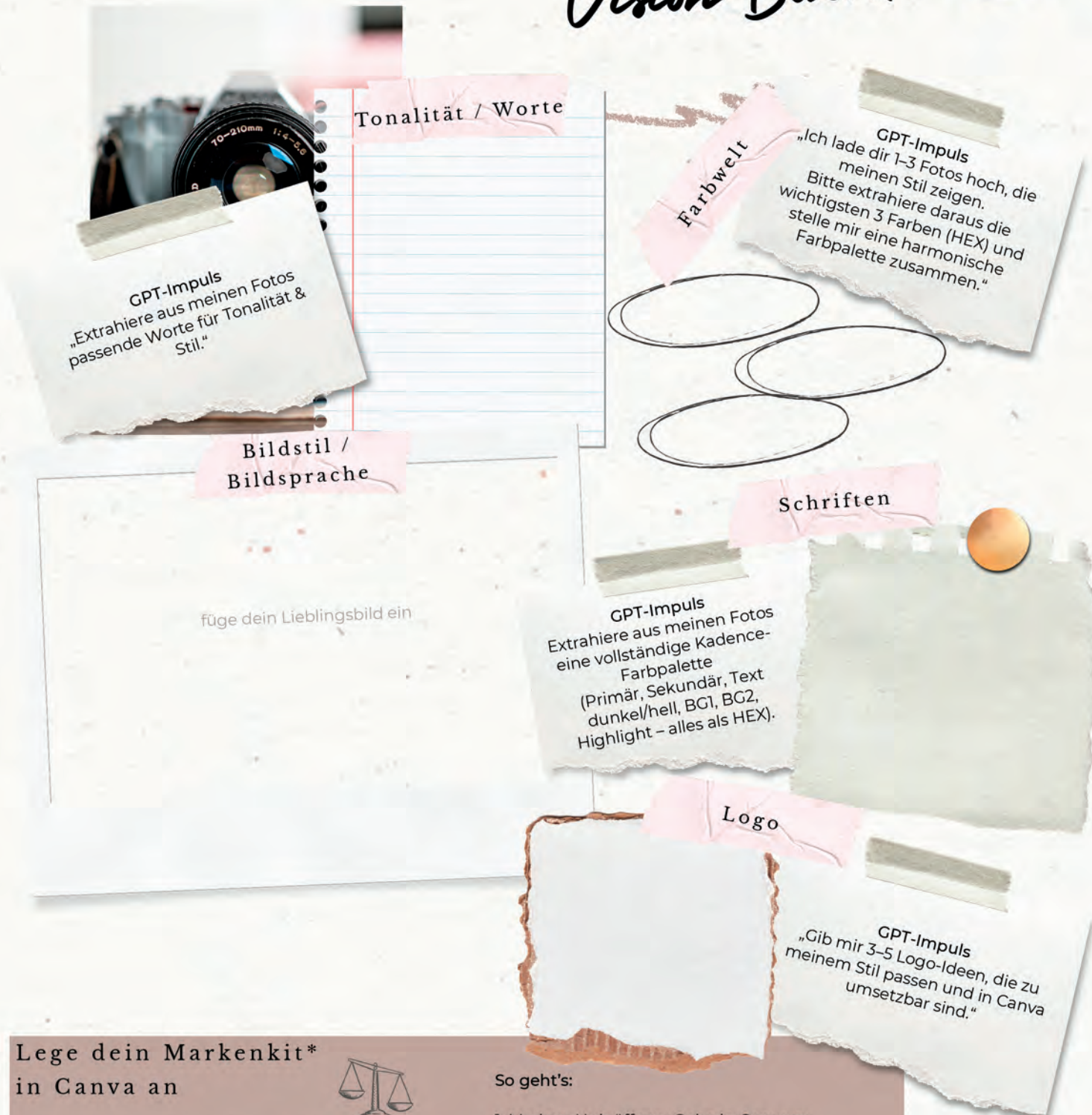
„Gib mir Vorschläge für Farben und Schriften, die zu einer ruhigen, natürlichen Fotografie passen.“

Bleibe bei dir.
Eine starke Personal Brand entsteht nicht, weil du anderen gefallen willst, sondern weil sie deiner Art treu bleibt. Die Menschen, die zu dir passen, erkennen das sofort.

Nutze diese Seite, um die wichtigsten Bausteine deines Brandings festzuhalten.
Es geht hier nicht um Perfektion – nur um eine erste klare Richtung, die du später weiterentwickeln kannst.



Vision Board



Lege dein Markenkit* in Canva an



Ein Markenkit hilft dir dabei, in all deinen Designs einheitlich aufzutreten.

Sobald du deine Farben, Schriften und dein Logo hinterlegt hast, kannst du in Canva automatisch in deinem Stil gestalten – ohne jedes Mal neu entscheiden zu müssen.

So wirkt deine Marke klar, professionell und sofort wiedererkennbar.

* Das Markenkit steht dir nur im kostenpflichtigen Abo Canva Pro zur Verfügung.

So geht's:

1. Marken-Hub öffnen: Gehe in Canva zu „Marken-Hub“ oder „Markensets“.
2. Farben hinzufügen: Lege deine gewählten Farben als Markenfarben an.
3. Schriften festlegen: Wähle deine Schrift für Überschriften und für den Text.
4. Logo hochladen: Füge deine Wortmarke oder dein Logo unter „Markenelemente“ hinzu.
5. Alles speichern.

Webseitexte vorbereiten: Header ...

Weil du jetzt so tief in den Grundlagen deines Fotobusiness steckst, nutzen wir genau diesen Moment und kümmern uns direkt um drei wichtige Texte für deine Website: den Headertext (1), den Text über deine Besonderheit (2) und den kurzen Über-mich-Text (3). Genau diese Bereiche leben von den Gedanken, Werten und Gefühlen, die du gerade gesammelt hast – und deshalb ist jetzt der perfekte Zeitpunkt, sie zu formulieren.

1. Dein Header-Satz

(SEO + Klarheit — steht ganz oben, groß)

Der Header ist der wichtigste Teil deiner Startseite. Hier entscheidet sich in wenigen Sekunden, ob sich deine Besucher:innen abgeholt fühlen.

Ein guter Header-Satz sagt klar:

- Was fotografierst du?
- Für wen?
- Und ggf. wo? (für SEO sehr hilfreich)

Er ist kurz, präzise und sofort verständlich.

Beispiele:

- „Authentische Familienfotografie in Köln.“
- „Natürliche Portraits für Frauen – München & Umgebung.“
- „Lebendige Reportagen für Paare in Berlin.“

GPT-Impuls

Prompt: „Formuliere aus diesen Informationen einen klaren, SEO-freundlichen Header-Satz für meine Website. Bitte kurz, verständlich und ohne Marketingwörter.“

Meine Fotorichtung – siehe Modul 1, Seite 61
(Beispiel: Familienfotografie, Babybauch, Newborn, Portraits ...)

Meine Zielgruppe – siehe Wunschkunde, Seite 73-79

(Hier reicht 1 Satz aus: z. B. „Mamas mit kleinen Kindern“, „Frauen, die sich authentische Portraits wünschen“, „Paare in der Schwangerschaft“.)

Mein Einzugsgebiet / Region



Texte für deine Website

Mein Headersatz:

... Besonderheit ...

2. Besonderheit - Text

2–3 Sätze direkt unter dem Header

Dieser kurze Einleitungstext unter deinem Header zeigt deinen Besucher:innen sofort, was deine Fotografie besonders macht, wie du arbeitest und welches Gefühl du erzeugst. Er macht deutlich, welches Erlebnis deine Kund:innen mit dir haben, welche Stimmung du festhältst und eröffnet ein kleines Kopfkino. Er schafft Orientierung und Emotion zugleich – kurz, klar und warm. Alles, was du dafür brauchst, hast du bereits in Modul 1 und Modul 2 erarbeitet.



So schreibst du deinen Besonderheiten-Text

1. Wähle 1–2 deiner wichtigsten Werte

- siehe innerer Kompass, Seite 70–71
- z. B. Ruhe, Nähe, Wärme, Natürlichkeit

2. Nimm deine Bildsprache & Besonderheit dazu

- siehe Bildstil / Branding, Seite 81, 85
- z. B. sanftes Licht, warme Töne, Echt-sein, dokumentarisch

3. Ergänze, welches Erlebnis deine Kund:innen mitnehmen sollen

- siehe Wunschkunde + Interviews, Seite 73–79
- z. B. „sich gesehen fühlen“, „Momente für später behalten“, „sich wohlfühlen“

4. Formuliere daraus 2–3 warme, klare Sätze:

- 1 Satz: Was machst du? In welchem Stil?
- 1 Satz: Welche Stimmung oder welches Gefühl?
- optional 1 Satz: Was bedeutet das für deine Kund:innen?

Du musst hier nichts „perfekt“ schreiben – es darf wie du klingen. Tipp: Laut vorlesen, dann merkst du, ob es nach dir klingt oder nicht.

Texte für deine Website

GPT-Impuls

„Formuliere für meine Website einen warmen, emotionalen Besonderheiten-Text aus 2–3 Sätzen. Bitte klar, authentisch und ohne Marketingfloskeln. Nutze dafür nur die folgenden Informationen aus meinem Workbook:

- Meine Werte & innerer Kompass (Seite 70–71)
- Meine Bildsprache & Stimmung (2–3 Bilder einfügen)
- Meine Art zu fotografieren / Besonderheit (Seite 81)
- Das Erlebnis, das meine Kund:innen am Ende mitnehmen sollen (Interviews, Seite 73–79)

Bitte formuliere daraus einen kurzen Einleitungstext direkt unter meinem Website-Header.“

Mein Besonderheiten-Text:

... über-mich-Text ...

3. Über-Mich-Text

Auf der Startseite. Verweist auf die Über-Mich-Seite

Ein guter Über-mich-Text ist kurz, warm und persönlich – und zeigt, warum gerade du die richtige Begleitung bist.

Er schafft Vertrauen, Nähe und das Gefühl: „Diese Person versteht mich.“ Und er schlägt immer eine kleine Brücke zu deinen Shootings: WAS du im Leben fühlst → WIE du fotografierst.

Mit den folgenden Schritten kannst du diesen Text ganz leicht selbst schreiben.



So schreibst du deinen Über-Mich-Text

Starte mit einer kurzen, persönlichen Vorstellung. „Hi, ich bin ...“ + 2–3 kleine Stichpunkte, die Nähe schaffen (Bezug: Werte + Wunschkunde)

Beschreibe einen kleinen, echten Moment aus deinem Alltag. Etwas Nahbares, Warmes oder Ruhiges. (Bezug: Werte + Stimmung)

Setze einen zweiten Mini-Moment dagegen. Eine andere Facette: etwas Chaotisches, Lustiges oder Menschliches. (Bezug: innerer Kompass + Wunschkunde)

Schlage dann die Brücke zu deiner Fotografie. Was möchtest du sichtbar machen? Welches Gefühl hältst du fest? (Bezug: Besonderheit + Bildstil + Wunschkunde)

Formuliere daraus 2–4 warme, klare Sätze. Kein Marketing, keine Floskeln – einfach du.



Texte für deine
Website

GPT-Impuls

„Schreibe bitte einen kurzen Über-mich-Text für die Startseite meiner Website. Der Text soll warm, nahbar und authentisch klingen – ohne Marketingfloskeln – und in 2–4 Sätzen zeigen, wer ich bin und warum Menschen sich bei mir verstanden fühlen. Am Ende soll eine klare Brücke zu meiner Fotografie entstehen.“

Hier sind meine Informationen:
2–3 persönliche Details über mich: (...)
meine wichtigsten Werte & meine Art zu fotografieren: (...)
die Stimmung, die meine Bilder vermitteln sollen: (...)
was mein Wunschkunde braucht oder fühlt: (...)
was Kund:innen in meinen Bildern wiederfinden sollen: (...)

Formuliere daraus einen menschlichen, warmen Text – so, als würdest du einen kleinen Einblick in meinen Alltag geben. Falls du noch Informationen brauchst, frag bitte nach.“

Mein Über-Mich-Text:

... Bilder

Bilder für deine Website – deine vorbereitete Auswahl

Für deine Website brauchst du eine kleine, aber sehr sorgfältig ausgewählte Bildsammlung.

Diese Seite hilft dir dabei, die wichtigsten Bilder jetzt schon zusammenzustellen (und vielleicht noch ein Shooting zu planen), damit du im Website-Modul direkt starten kannst.

Wähle nur Bilder aus, die deinen Stil, deine Stimmung und deine Qualität wirklich zeigen. Es geht nicht um ein Archiv oder einen Überblick über alles, was du je fotografiert hast – sondern um deine besten Bilder.

Bilder von dir

- 1-2 Bilder, auf denen du gut zu sehen bist
- mindestens 1 Bild, auf dem du in die Kamera schaust
- ein Bild, das dich beim Fotografieren zeigt
- Bilder, die Nähe, Ruhe oder deine Werte widerspiegeln
- Bilder aus deinem Alltag (auch Handybilder!)

Portfolio-Bilder mindestens 20 Bilder

- ▣ aus 3 unterschiedlichen Shootings
- ▣ nur deine besten Bilder – kein Archiv, kein Schaukasten
- ▣ Bilder, die deinen Stil klar zeigen
- ▣ Bilder, die dein Wunschkunde gerne sehen würde
- ▣ eine gute Mischung aus Nähe, Momenten, Licht, Details & Stimmungen



Im Modul 5 Bildbearbeitung findest du ein Video zum exportieren deiner Fotos. Schau es dir an dieser Stelle gerne schon einmal an.

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG:

Schaffe dir feste Zeitblöcke für dein Business. In denen ist dein Handy aus. E-Mail-Eingang auch und niemand darf stören. Jede Unterbrechung kostet dich nämlich mindestens 15 Minuten.



FOTOGRAFIE:

Lass dich fotografieren. Wenn du selbst regelmäßig vor der Kamera bist, hilft dir das dabei, deine Kunden besser anzuleiten. Schließlich weißt du dann genau, wie sich was anfühlt. Falls du noch keine hast: Suche dir hier im Kurs doch eine Fotofreundin in der Nähe. In der Netzwerk-Gruppe findest du hierzu eine Karte.



MINDSET

Nutzt du schon Affirmationen? Das sind diese kleinen Sätze, die dir zu mehr Selbstbewusstsein und Selbstliebe verhelfen. Probiere es aus: Schreibe dir einen kleinen Zettel und klebe ihn dort hin, wo du ihn oft siehst. Sprich die Affirmationen dann immer laut oder in deinem Kopf aus, wenn du sie siehst. Probiere es mit:

"Ich tue genug."

"Ich habe genug."

"Ich bin genug."

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Video angeschaut	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Im Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tracker genutzt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In festen Zeitblöcken gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit Wunschkunden gesprochen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
vor der Kamera gewesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit Fotofreundin ausgetauscht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bewusst Fotos auf Insta & Co. angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
fotografiert	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3

KUNDENKONTAKT



... WIE EIN TREFFEN MIT GUTEN FREUNDEN ...



Als Fotografin übernimmst du eine Rolle, die neu sein kann – und trotzdem ganz viel von dir trägt. Du leitest das Shooting, gibst Sicherheit und schaffst eine Atmosphäre, in der echte Bilder entstehen können.

Sieh den Kundenkontakt als Teil dieses Erlebnisses. Er beginnt nicht erst am Shootingtag, sondern schon bei der ersten Nachricht. Und je klarer du deinen Ablauf kennst, desto leichter fühlen sich deine Kundinnen an deiner Seite.

Frag dich dabei immer: *Was hilft den Menschen, die zu mir kommen, wirklich weiter?*

Genau so wird dein Kundenkontakt warm, klar und professionell – ohne, dass du dich verstellen musst.

Kein ChatGPT in diesem Modul? Ganz bewusst.

Im Kundenkontakt geht es um dich, deine Worte und deine Art. Deshalb arbeiten wir hier mit klaren Vorlagen, aber (fast) ohne KI-Unterstützung. Du sollst deinen eigenen Ablauf finden und Sicherheit in deiner Kommunikation gewinnen.

ChatGPT unterstützt dich später wieder bei Texten – aber hier ist deine persönliche Handschrift entscheidend.

Dein Plan für Woche #3

ZIEL:

Dich im Kundenkontakt sicher zu fühlen.

TO DO

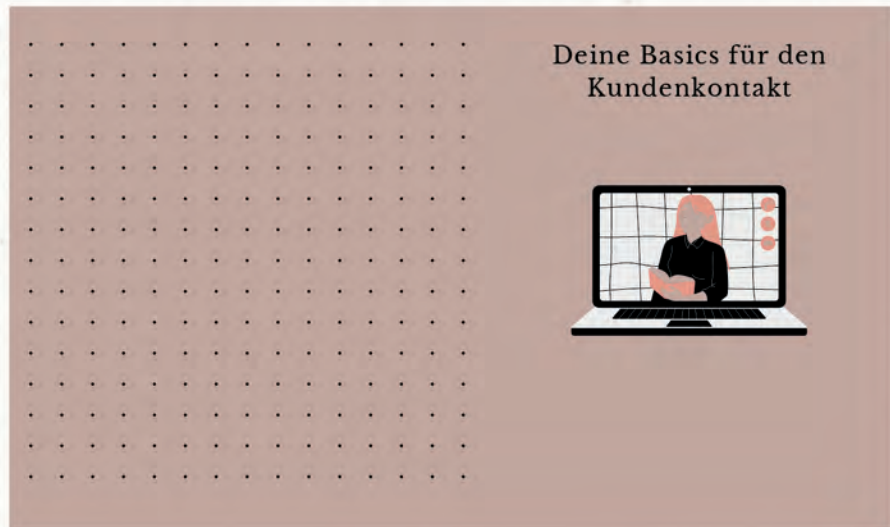
- 01 Steige mit dem Video ein S. 94. ☐
- 02 Gehe den Fahrplan für den Kundenkontakt durch. S.94 ☐
- 03 Passe die Checkliste für dich an. S.95. ☐
- 04 Passe den Fragebogen für dich an. S.96. ☐
- 05 Passe den Anzieh-Guide für dich an. S.97. ☐
- 06 Kümmere dich um das Thema Datenschutz. S. 98. ☐
- 06 Passe Vertrag & Co. für dich an. S.99. ☐
- 07 Suche dir einen Anbieter für deine Fotogalerie S.100 ☐

Wenn du dich bei **rechtlichen Fragen rund um deine Arbeit als Fotografin** unsicher fühlst, findest du in diesem Interview mit Eva hilfreiches Hintergrundwissen und mehr Sicherheit.

☐ Interview mit Eva



■ Komme in das Thema rein



Kleine Tipps für große Wirkung

● **Anfragen beantworten**

Schicke deine Kunden bei Anfragen nicht auf deine Webseite, sondern beantworte alle ihre Fragen am Telefon oder in der E-Mail.

● **Vor dem Shooting melden**

Eine kurze Nachricht ein paar Tage vorher gibt Sicherheit: Uhrzeit bestätigen, Wetter prüfen, letzter Hinweis zu Kleidung oder zur Location.

● **Ein ruhiger Start**

Mach es deinen Kundinnen leicht: klare Treffpunkte, kurze Orientierung, ein paar Worte zum Ablauf. Alles, was Sicherheit gibt, nimmt Nervosität.

● **Ein wertschätzender Abschluss**

Nach dem Shooting eine kleine, warme Nachricht – mehr braucht es oft nicht.

Ein „Danke, dass ihr heute da wart. Ich melde mich, sobald die ersten Bilder fertig sind.“ wirkt wunder.

Kundenkontakt

Erste Anfrage:

Reagiere freundlich und zeitnah. Gib einen klaren Überblick über deine Pakete und leite zu deinem festen Workflow über (z. B. Anfrageformular, Fragebogen, Terminabstimmung).

Shooting:

Sei vorbereitet, aber flexibel. Sorge für eine ruhige Atmosphäre, klare Orientierung und genug Zeit für Ankommen und Warmwerden.

Bilder abgeben:

Übermittle die Bilder strukturiert (Online-Galerie, klare Auswahlmöglichkeiten, Hinweise zur Nutzung).
Kleine Erinnerung: „Wie ihr eure Lieblingsbilder auswählt“.

Vorbereitung & Vorgespräch:

Bestätige den Termin und sende ggf. Fragebogen, Anzieh-Guide oder Hinweise zur Location. Eine kurze Nachricht ein paar Tage vorher gibt Sicherheit und reduziert Rückfragen.

Nach dem Shooting:

Bedanke dich kurz und gib einen realistischen Zeitrahmen für die Bildbearbeitung.
Optional: 2-3 kleine Preview-Bilder, wenn es zu deinem Workflow passt.

Abschluss & Feedback:

Bitte aktiv um eine Bewertung oder eine kurze Rückmeldung. Mach es ihnen leicht → Link direkt mitschicken.

Checkliste Kundenkontakt



Ein guter Kundenkontakt fühlt sich leicht an – für dich und für deine Kundinnen. Mit dieser Checkliste behältst du bei jedem Shooting den Überblick und führst Menschen von der ersten Anfrage bis zur fertigen Galerie sicher und freundlich durch euren gemeinsamen Ablauf.

1. Anfrage & Erstkontakt

- ☐ Anfrage beantwortet
- ☐ Paket kurz erklärt
- ☐ Wichtige Fragen geklärt
- ☐ Termin reserviert oder vorgeschlagen

2. Vorbereitung

- ☐ Fragebogen verschickt
- ☐ Anzieh-Guide oder Hinweise zur Vorbereitung
- ☐ Vertrag geschickt (falls Teil des Workflows)
- ☐ Termin bestätigt
- ☐ 2–3 Tage vorher: kurze Erinnerung / Wetterinfo

3. Shootingtag

- ☐ Treffpunkt + Uhrzeit klar kommuniziert
- ☐ Ausrüstung vorbereitet
- ☐ Kunden freundlich ankommen lassen
- ☐ Kurze Orientierung zum Ablauf

4. Nach dem Shooting

- ☐ Kurze Dankesnachricht
- ☐ Realistischen Zeitrahmen für die Bilder kommuniziert
- ☐ (Optional) kleine Preview

5. Abgabe der Bilder

- ☐ Galerie verschickt
- ☐ Hinweise zur Auswahl / Downloads
- ☐ Rechnung gestellt

6. Abschluss

- ☐ Aktiv um Bewertung gebeten: Feedback-Link oder Google-Link direkt mitschicken
- ☐ Nachfrage: „Darf ich 1–2 Bilder für mein Portfolio verwenden?“

Checkliste Kundenkontakt

Je besser du deine Kundinnen kennst, desto entspannter wird das Shooting für euch beide. Mit diesen Fragen bekommst du alle Infos, die du für eine gute Vorbereitung brauchst. (Egal, ob du sie am Telefon oder beim persönlichen Gespräch abfragst oder vorab einen Fragenbogen zum Ausfüllen schickst. Wie du das machst, entscheidest du am besten im Hinblick auf deine Wunschkunden & deinen Workflow.

Was ist euch beim Shooting wichtig?

Gibt es Wünsche, Vorstellungen oder bestimmte Momente, die euch besonders am Herzen liegen?

Gibt es etwas, das euch unsicher macht?

Alles, was euch im Vorfeld beschäftigt, könnt ihr hier gern teilen.

Wie sollen eure Bilder wirken?

Zum Beispiel: ruhig, lebendig, natürlich, verspielt, elegant.

Gibt es Farben, Outfits oder Orte, die ihr besonders mögt?

Oder etwas, auf das wir achten sollten?

Gibt es Besonderheiten oder Einschränkungen, die ich wissen sollte?

(Temperament der Kinder, gesundheitliche Themen, Mobilität, Barrieren etc.)

Gibt es ein Bild, das ihr euch ganz besonders wünscht?

Etwas, das ihr unbedingt festhalten möchtet?

Sonstiges: Alles, was ich noch wissen sollte

Anzieh-Guide

Hilf deinen Kundinnen gerne bei der Kleiderwahl. Viele sind sich unsicher, was auf Bildern gut wirkt – und freuen sich über ein paar klare, einfache Tipps.

Farben, die harmonisieren

Sanfte, natürliche Töne wirken auf Bildern ruhig und zeitlos. Wählt Farben, die gut zusammenpassen – aber nicht komplett identisch sind.

Muster & Details

Sehr kleine Muster, feine Streifen oder Strukturen wie Feinripp können auf Fotos schnell flimmern oder unruhig wirken. Wählt deshalb lieber Stoffe und Muster, die etwas ruhiger sind – zum Beispiel einfarbig oder mit weichen, größeren Mustern. Große Logos oder auffällige Prints lenken auf Bildern eher ab.

Wohlfühlen ist das Wichtigste

Tragt Kleidung, in der ihr euch wirklich wohlfühlt. Alles, woran ihr ständig zupft oder das zwickt, sieht man später auch auf den Bildern. Bequem, natürlich und authentisch wirkt immer am schönsten.

Mehrere Personen, ein Stil

Lockere Abstimmung ist ideal – ohne Partnerlook. Ein Mix aus einfarbigen Teilen und einem sanften Muster funktioniert oft besonders harmonisch. Wichtig ist nur, dass alle in einer ähnlichen Farbstimmung bleiben.

Form & Bewegung

Kleidung mit etwas Struktur oder fließendem Stoff bringt Bewegung ins Bild und wirkt lebendig. Sehr steife, enge oder glänzende Stoffe können hingegen schnell unnatürlich aussehen.

Datenschutz im Kundenkontakt

Sobald du die ersten Nachrichten, Telefonnummern oder E-Mail-Adressen deiner Kundinnen erhältst, verarbeitest du personenbezogene Daten und der Datenschutz gilt. Damit du sicher startest, findest du hier die Grundlagen, die du im Kundenkontakt wirklich brauchst – und die passenden Vorlagen sind im Kursbereich. Um die Datenschutzerklärung für die Website kümmern wir uns später.



Was du jetzt wirklich brauchst

1. Kurzer Datenschutzhinweis

Füg ihn z. B. in deine E-Mail-Signatur ein.
Die **Vorlage findest du im Kursbereich.**

2. Vertrag oder Einverständnis

Darin ist die Datenverarbeitung bereits kurz erklärt.
Wenn du ohne Vertrag arbeitest, schickst du den Hinweis separat mit. Die **Vorlage findest du im Kursbereich.**

3. AVV für externe Tools

Nur wenn du Tools wie Scrapbook, Dropbox oder Google nutzt. Das Dokument bekommst du direkt beim Anbieter.

Optional – wenn du dich näher einarbeiten möchtest

☐ Checkliste Datenschutz (für einen Gesamtüberblick)

Die Checkliste Datenschutz gibt dir einen Überblick über alle Datenschutz-Themen, die langfristig wichtig werden – du kannst sie bei Bedarf nutzen, musst aber nicht sofort alles umsetzen.

Vertrag & Angebot



VERTRAG & EINVERSTÄNDNIS

Ein schriftlicher Vertrag ist kein Muss – aber er gibt dir und deinen Kundinnen Sicherheit und Klarheit.

Im Kurs findest du eine anwaltlich geprüfte Vertragsvorlage, die du in Canva an deine Fotorichtung anpassen kannst.

Der Vertrag enthält bereits alle wichtigen Punkte:

- Ablauf und Leistungen
- Nutzungsrechte der Bilder
- Stornierung
- den Hinweis zur Verarbeitung der Kundendaten (Datenschutz)

Wenn du (noch) ohne Vertrag arbeiten möchtest, kannst du stattdessen die

Datenschutzpflichtinformation mitschicken und die wichtigsten Rahmenbedingungen in deiner E-Mail klären.



ANGEBOT

Für kleine Shootings reicht der Vertrag vollkommen aus.

Ein separates Angebot brauchst du nur, wenn deine Kundinnen das wünschen oder wenn es um größere Aufträge geht (z. B. Businesskunden).

Auch hierfür findest du im Kurs eine Canva-Vorlage, die du an deine Leistungen anpassen kannst.

Wenn du später mit einem Rechnungsprogramm wie Lexoffice arbeitest, kannst du Angebote auch direkt dort erstellen.

Dein 3-Schritte-Ablauf für die Website

Du hast dich gerade mit deinem Kundenkontakt und deinem gesamten Ablauf beschäftigt. Jetzt kannst du diese Schritte direkt so formulieren, dass sie später auf deiner Website stehen können.

Was dein Ablauf transportieren soll

Formuliere deine drei Schritte so, dass sie:

- klar und leicht verständlich sind
- Orientierung geben
- freundlich und einladend klingen
- den Kundinnen zeigen, wie sie sich bei dir fühlen werden

Typische Struktur

- Kontakt & Kennenlernen
- Shooting & Begleitung
- Bildauswahl & Abgabe

Diese drei Schritte funktionieren für die meisten Fotorichtungen sehr gut. Passe sie gern an deinen eigenen Workflow an.

GPT-PROMPT FÜR DEINE BESONDERHEIT

Kopiere diesen Text und füge deine Stichworte an den richtigen Stellen ein:

Formuliere mir einen dreistufigen Ablauf für meine Website.
Der Stil soll ruhig, freundlich und einladend sein.
Schreibe aus der Perspektive einer Fotografin.
Hier sind meine Stichpunkte:
[Hier deine Stichpunkte einfügen]

Dein Ablauf

1

2

3

Texte für meine Website

Deine Bildergalerie

Nach dem Shooting brauchen deine Kundinnen einen übersichtlichen Ort, an dem sie ihre Bilder anschauen, auswählen und herunterladen können. Damit das für dich und deine Kundinnen einfach bleibt, empfehlen wir dir für den Start ein Galerie-Tool, das leicht zu bedienen ist und zuverlässig funktioniert.

Scrapbook – ideal für den Anfang

Scrapbook ist eine moderne, klare und günstige Lösung, die sich besonders für Anfängerinnen eignet.

Du kannst damit:

- **Galerien anlegen und strukturieren**
- **Bilder in voller Qualität hochladen**
- **Auswahlfunktionen für deine Kundinnen bereitstellen**
- **Downloads und Freigaben verwalten**

Der Einstieg ist sehr einfach, und du brauchst kein technisches Vorwissen. Und kannst auch erstmal mit der kostenlosen Version starten.



Gutschein für
Scrapbook findest
du auf der
Kursplattform.

So legst du deine erste Galerie an

1. **Konto anlegen:** Registriere dich bei Scrapbook und wähle das passende Paket für dich. (starte mit dem kostenlosen)
2. **Neue Galerie erstellen:** Lege einen Ordner für dein Shooting an und gib ihm einen klaren Namen.
3. **Bilder hochladen:** Exportiere deine Bilder in passender Größe aus Lightroom und lade sie in die Galerie. (S. 136)
4. **Einstellungen festlegen:** Bestimme, ob deine Kundinnen eine Auswahl treffen sollen, ob Download möglich ist und ob die Galerie passwortgeschützt sein soll.
5. **Link verschicken:** Schicke deinen Kundinnen den Link zur Galerie – am besten mit einem kurzen Hinweis zur Auswahl und zum Ablauf.

Worauf du bei Galerie-Tools achten solltest

Das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Galerie-Tools ist die **DSGVO-Konformität**.

Achte darauf, dass die Server des Anbieters in der EU stehen – so bist du datenschutzrechtlich auf der sicheren Seite. Die meisten Anbieter geben diese Information transparent auf ihrer Website an. Wenn du Scrapbook nutzt, ist das bereits erfüllt.

Platz für deine Notizen

Fotos können die Leute
auch im Passbildautomaten
machen.

Machen sie aber nicht. Sie
buchen dich. Weil sie das
Gesamtpaket wollen: deine
wundervollen Bilder und
deine wundervolle Art.



ARBEITSALLTAG

Lerne, es ein bisschen Chaos zu akzeptieren. Dein Haus ist nicht perfekt aufgeräumt? Die Wäsche nicht gebügelt? Es gibt TK-Pizza? Egal! Du steckst gerade viel Zeit in dein Business, da ist es völlig normal, dass andere Dinge kürzer treten müssen.



FOTOGRAFIE

Fotografiere vor einem Shooting ein paar Bildideen mit deiner Kamera ab. So hast du die Bilder immer greifbar und kannst bei einem Blackout mal ganz unauffällig auf deiner Kamera nach neuen Ideen schauen.



MINDSET

Gibt es in deinem Umfeld eine Person, die dich ausbremst? Die dich ständig und zu den unmöglichsten Zeiten um deine Hilfe bittet? Deren Probleme scheinbar immer größer sind, als deine? Und die ständig Bedenken äußert, wenn du über dein Foto-Business redest? Vielleicht seid ihr schon lange befreundet, habt schon viel zusammen erlebt. Trotzdem solltest du versuchen, Abstand zu gewinnen. Du brauchst deine Energie jetzt für dich selbst! Denk dran: Jedes Nein an diese Person ist ein Ja an dich!

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Video geschaut	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Im Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fragebögen & Guides erstellt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Verträge, etc. gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit anderen Teilnehmern ausgetauscht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Kamera in die Hand genommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Selbst vor der Kamera gestanden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4

PREISE & PAKETE



VERKAUFE DICH NIE UNTER WERT



Der Preis entscheidet nicht nur darüber, was du am Ende des Monats verdienst – er bestimmt auch, welche Kundinnen dich ansprechen und wie sehr sie deine Arbeit wertschätzen.

Menschen, die nicht bereit sind, für Fotografie zu zahlen, werden deinen Bildern auch später kaum Bedeutung geben. Verkaufe dich deshalb nicht unter Wert. Auch nicht am Anfang, nur weil du „neu“ bist.

Deine Preise bestimmen, wie viel Zeit du in dein Business investieren kannst, wie viel Raum für Pausen bleibt und was du dir an Weiterbildung oder Equipment leisten kannst. In dieser Woche bekommst du eine klare Orientierung zur Preisfindung.

Und weil Preisentscheidungen immer auch etwas mit Steuern und der Kleinunternehmerregelung zu tun haben, schauen wir uns diese Themen ebenfalls kurz an – so hast du später alle Grundlagen für deine Entscheidungen.

Dein Plan für Woche #4

ZIEL:

Preise und Pakete für deine Fotoshootings festlegen.

TO DO

01 Los gehts mit Mindset & deinem Monetärem Ziel. S. 109

02 Verschaffe dir einen Überblick zum Thema Steuern. S. 110

03 Kleinunternehmerin ja oder nein? Lies S. 111 und entscheide.

04 Ermittle deinen Stundensatz. S. 114

05 Lege fest, was in deine Pakete kommt. S. 115 ff.

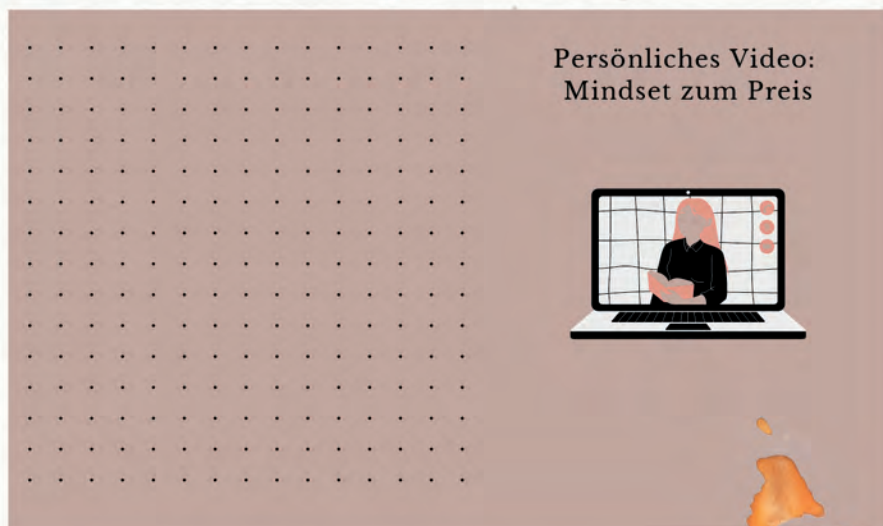
06 Formuliere Inhalt & Preise für 2 Pakete: S. 122 ff.

Was du verlangst,
entscheidet, wie du
arbeiten kannst.
Und wie gut es dir
dabei geht.

Starte mit dem richtigen Gefühl

Bevor wir in Zahlen und Tabellen einsteigen, nimm dir einen Moment Zeit für dein Mindset. Dein Preis hat viel mit Selbstvertrauen, Klarheit und deinen eigenen Zielen zu tun. Im Video erzähle ich dir, wie du dich innerlich gut auf diese Woche einstellen kannst.

Finden deinen Einstieg ins Thema.



Was ist dein finanzielles Ziel mit der Fotografie? Möchtest du Stunden reduzieren? Einen Zuschuss zur Haushaltskasse? Die Vollselbstständigkeit? Wieviel Geld möchtest oder müsstest du dafür jeden Monat mit deinen Fotos einnehmen? Schreibe es hier auf:



Was du über Steuern wissen musst

Bevor du deine Preise festlegst, ist es wichtig zu verstehen, wie Steuern in der Selbstständigkeit funktionieren. Keine Sorge: Als Fotografin ist vieles davon einfacher, als es klingt. Hier bekommst du einen klaren Überblick über alles, was du für den Start wissen musst.

Deine Einnahmen und Ausgaben (Grundlage für alles)

Als Selbstständige zahlst du Steuern nicht auf deinen Umsatz, sondern auf deinen Gewinn.

Das bedeutet: **Gewinn = Einnahmen – Ausgaben**

Zu deinen Ausgaben gehören zum Beispiel:

- Technik & Equipment
- Software (Lightroom, Galerie-Tools, Website etc.)
- Versicherungen
- Weiterbildungen
- Reisekosten
- Druckprodukte

Dein Gewinn ist also das, was übrig bleibt, wenn alles bezahlt ist.

Einkommensteuer (der wichtigste Teil)

Du zahlst Einkommensteuer auf deinen Gewinn. Je nach Höhe deines Jahresgewinns kann der Steuersatz unterschiedlich ausfallen. Damit du später nicht überrascht wirst, ist es sinnvoll, einen Teil deines Gewinns zurückzulegen — wie viel, klären wir gleich auf der nächsten Seite.

Umsatzsteuer (nur relevant, wenn du sie berechnest)

Ob du Umsatzsteuer ausweisen musst oder nicht, hängt davon ab, ob du die Kleinunternehmerregelung nutzt.

Dazu erfährst du auf der nächsten Seite mehr.

Beide Varianten sind völlig normal — und du entscheidest, was zu deiner Situation passt.

Buchführung: Die einfache EÜR

Als Fotografin nutzt du in der Regel die Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR).

Das ist die einfachste Form der Buchführung.

Du dokumentierst nur:

- Was hast du eingenommen?
 - Was hast du ausgegeben?
- Am Ende des Jahres reichst du das gesammelt bei deiner Steuererklärung ein. Du brauchst dafür keine komplizierten Systeme.

Warum wir das jetzt schon anschauen

Damit du deine Preise realistisch festlegen kannst, musst du wissen:

- wie deine Einnahmen und Ausgaben zusammenhängen
- welche Steuern dich betreffen
- welchen Gewinn du tatsächlich machst
- wie viel du monatlich oder pro Shooting übrig hast

Deshalb klären wir diese Grundlagen jetzt, bevor wir deine Preise definieren.

Kleinunternehmerregelung & Rücklagen

Bevor du deine Preise festlegst, brauchst du ein Gefühl dafür, was dir am Ende wirklich bleibt. Zwei Dinge sind dafür besonders wichtig: Rücklagen für die Steuer und die Entscheidung, ob du die Kleinunternehmerregelung nutzt.

Kleinunternehmerregelung – ja oder nein?

Bevor du deine ersten Rechnungen schreibst, musst du entscheiden, ob du die Kleinunternehmerregelung nutzen möchtest.

Hier ist die kurze Entscheidungshilfe:

KLEINUNTERNEHMERREGELUNG:

Du stellst keine Umsatzsteuer in Rechnung

Deine Preise sind Endpreise (brutto = netto)

Weniger Papierkram

Ideal, wenn du vor allem mit Privatkunden arbeitest

Sinnvoll für den Start, wenn du erstmal klein beginnen möchtest.
Umsatzgrenzen beachten:

Umsatzgrenzen

Im ersten Jahr schätzt du, dass dein Umsatz unter 25.000 € bleiben wird.

Ab dem zweiten Jahr gilt zusätzlich: Dein Umsatz im Vorjahr muss unter 25.000 € gelegen haben. Und auch im neuen Jahr darfst du voraussichtlich nicht über 100.000 € kommen.

REGELBESTEUERUNG:

Du stellst 19 % Umsatzsteuer in Rechnung

Du kannst Vorsteuer zurückholen (z. B. für Equipment)

Mehr Papierkram durch Voranmeldungen

Oft sinnvoll bei Businesskunden oder höheren Umsätzen

Preise wirken für Privatkunden höher

RÜCKLAGEN

Wenn du selbstständig bist, solltest du regelmäßig Geld für die Steuer zurücklegen. Eine einfache Orientierung ist:

Lege ca. 30 % deines Gewinns zur Seite.

Das klingt viel, aber es sorgt dafür, dass du am Jahresende entspannt bleibst.

Tipp: Eröffne ein zweites Konto nur für Rücklagen. Überweise sofort nach jedem Geldeingang einen Anteil dorthin. Das macht deinen Überblick leichter und verhindert Stress.

Notizen

Deine Steuern – deine Entscheidungen
Nimm dir hier Platz, um deine Gedanken
festzuhalten:

Welche Regelung passt zu dir?

Welche Ausgaben hast du im Blick?

Wie möchtest du deine Rücklagen
organisieren?

Alles, was dir beim Lesen durch den Kopf
geht, kannst du hier notieren.

Arbeitsaufwand

Mit der Tabelle I wirst du herausfinden, wie hoch dein Stundensatz mindestens sein sollte, damit deine Fotografie rentabel ist. Weil wir gleich für die Tabelle diese Zahlen brauchen, solltest du zunächst einmal herausfinden, wie viel Zeit du in ein Shooting durchschnittlich steckst. Kennst du deine Zahlen nicht, lass einen Timer (Handy, Toggel, etc.) mitlaufen.

Welchen Arbeitsaufwand hast du? Ich gebe dir hier meine Erfahrungswerte als Orientierung. Ergänze gern deine eigenen Zahlen. Nimm den Aufwand für ein 60 Min. Shooting.

• Kontakt Telefon/Email:	20 Min
• Vorbereitung auf das Shooting:	30 Min
• Anfahrt:	15 Min
• Shooting:	60 Min
• Sichtung der Bilder:	30 Min
• Bereitstellung der Bilder zur Auswahl:	10 Min
• Rücksprache und Auswahl der Bilder:	15 Min
• Bearbeitung der Bilder:	60 Min
• Rechnung schreiben:	5 Min
• Rücksprache/Abgabe der Bilder (digital):	10 Min
• Rücksprache/Abgabe der Bilder (Druck/Versand):	20 Min
• Gesamt	4 Std. 30 Min

1 Stunde Shooting dauert 4 Stunden 30 Minuten.

1 Stunde Shooting dauert bei dir

Stundensatz berechnen

 Fülle die Tabelle I aus. Hilfe und Beispiele im Video.

So füllst du Tabelle I aus.



Damit deine
Fotografie
gewinnbringend
ist, liegt dein
Stundensatz
mindestens bei:



5 Schritte zu deinem Preis

■ Erklärung & Beispiele zur Preisfindung



Du weißt bereits, wie viel Geld, du mit deiner Fotografie verdienen möchtest. Außerdem hast du deinen Mindeststundensatz ermittelt. Jetzt legst du für dich fest, wie du dieses Geld verdienen möchtest. Genauer: wie deine Pakete aussehen sollen. Dazu gehst du jetzt die folgenden Schritte:

Schritt 1: Rechne dir aus, wie viele Shootings du theoretisch machen kannst.

Schritt 2: Ermittle den objektiven Wert deiner Shootings.

Schritt 3: Entscheide dich für ein Preismodell.

Schritt 4: Überlege dir, was alles in deinen Paketen enthalten sein soll.

Schritt 5: Lege die Preise für deine beiden Pakete fest.

Wie viele Shootings kannst du monatlich machen?

Berücksichtige hierbei sowohl die Shootings, als auch die Nachbearbeitung. Wichtig hierfür ist: Wann werden deine KundInnen die Shootings buchen? Hochzeiten finden meist Freitag, Samstag, Sonntag statt. Familienshootings am Wochenende. Businessbilder werden werktags gebucht. usw.

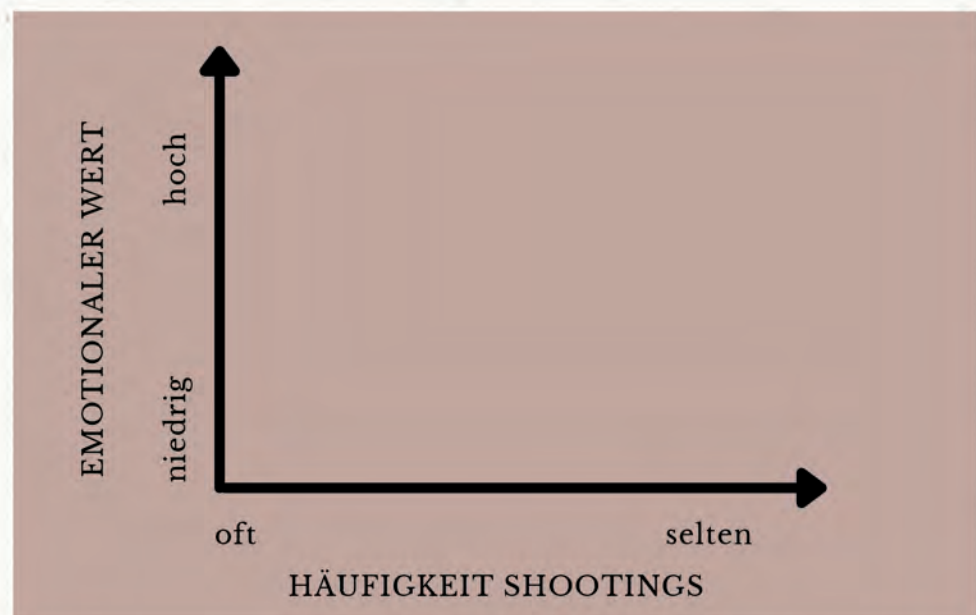
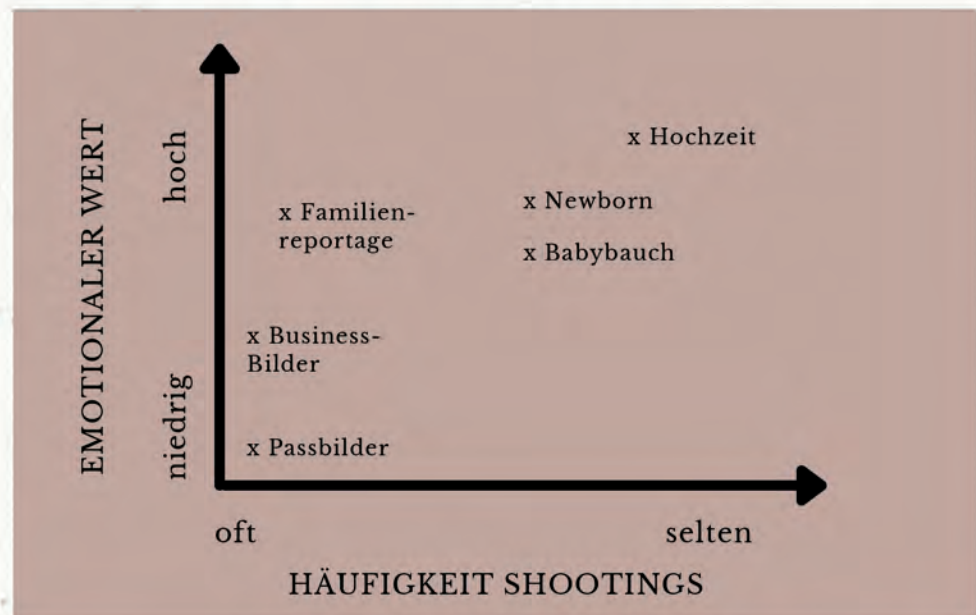
Überlege dir hier aber auch, wie oft du eigentlich fotografieren möchtest. Das wird vermutlich nicht jedes Wochenende oder jede freie Minute sein.

Außerdem solltest du alle saisonalen Besonderheiten berücksichtigen. Hochzeiten gibt's eher Mai bis Oktober, Babybäuche das ganze Jahr...

So viele Shootings kannst du durchschnittlich monatlich machen

Welchen Wert werden deine Bilder objektiv haben?

Wie oft wird dein Wunschkunde solch ein Shooting machen (können) und welchen emotionalen Wert haben die Bilder für ihn? Ich gebe dir hier einige Beispiele. Das sind aber nur Richtwerte! Deine Wunschkunden können das nochmal ganz anders sehen. Im zweiten Diagramm kannst du deshalb die Kreuzchen für deine Fotorichtung(en) setzen.



Wie selten und wie wichtig die Bilder sind, wird gleich Auswirkungen auf deine Preise, aber vor allem auch auf die Art, wie du deine Pakete gestaltetest, haben.

Entscheide dich jetzt für ein Preismodell. Diese Möglichkeiten gibt es:

PRO BILD ZAHLEN

Lässt du deine Kunden nur für die Bilder zahlen, die sie nehmen und hältst du das Shooting im Übrigen kostenlos, dann hältst du das Risiko für die Kunden sehr gering. Schließlich zahlen sie nur, was sie mögen. Das wird häufig bei Kindergartenbildern so gemacht. Bei anderen Shootings ist es bei uns eher unüblich. Der Nachteil für dich: Du trägst das Risiko, dass du mit dem Shooting nicht viel einnimmst.

ALLE BILDER GEBEN

Du kannst deinen Kunden auch einfach alle Bilder geben, die etwas geworden sind. Vorteil: Deine Kunden erhalten viele Bilder und du hast weniger Abstimmungsaufwand. Nachteil: Du musst auch eine Menge Bilder bearbeiten und wirst in der Regel etwas weniger Wert auf Qualität legen können. Wenn du außerdem sehr lange für die Bildbearbeitung brauchst, lohnt sich dieses Modell für dich wahrscheinlich nicht.

GRUNDPREIS PLUS

Oder du vereinbarst einen Grundpreis fürs Shooting und ggf. einige Bilder und gibst weitere Bilder dann für einen Aufpreis hinzu. Dieser liegt meist bei 10 bis 20 Euro pro Bild. Das erhöht in der Regel die Qualität der Bilder, da du weniger auf Masse gehst. Für deine Kunden wird es unter Umständen teurer und du hast eine weitere Abstimmungsschleife, in der du die Bildauswahl bekommst.

Entscheide, was in deine Pakete kommt.

☐ D A U E R

Wieviele Stunden shootest du?

☐ L O C A T I O N

Shootet ihr immer am selben Ort oder fahrt ihr während des Shootings mehrere Locations an?

☐ O U T F I T

Wie oft dürfen deine Kunden sich während eines Shootings umziehen?

☐ F O T O S

Wieviele Fotos gibt es in den Paketen? Wie sieht es mit der Bearbeitung und Nachbearbeitung aus?

☐ P R I N T S , E T C .

Bekommen deine Kunden Ausdrucke? Fotoalben? Hübsche Boxen? Oder einfach eine Online-Galerie?

☐ E X T R A S

Welche Extras gibst du dazu? Verleihst du Kleidung oder Equipment?

Deine Notizen:

Lege jetzt fest, was deine Shootings kosten sollen.

Paket 1

Dauer: _____ x Stundensatz _____ = mind. _____ €

Inhalt des Paketes:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Objektiver Wert: _____

Das Shooting kostet: _____ €

Paket 2

Dauer: _____ x Stundensatz _____ = mind. _____ €

Inhalt des Paketes:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Objektiver Wert: _____

Das Shooting kostet: _____ €

Notizen Preise & Pakete

Beispiel #1

30 Minuten Shooting

50+ Bilder

1 Location

1 Outfit

Grundbearbeitung

Digitaler Download

199 Euro



Beispiel #2

60-90 Minuten

2-3 Locations

2-3 Outfits

10 professionell
bearbeitete Bilder

weitere Bilder à 10 €

Digitaler Download

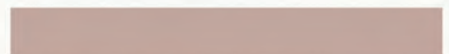
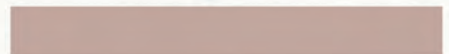
349 Euro

Paket #1



Texte für meine
Website

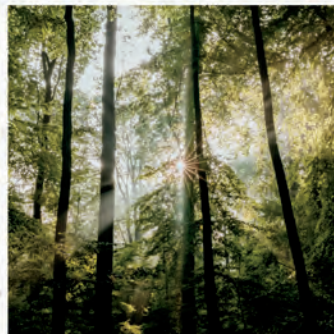
Paket #2





ARBEITSALLTAG

Lass dir helfen. Im Business und im Alltag. Bei letzterem kann ich dir folgenden Tipps geben: Kochbox von Marley Spoon, Staubsaugerroboter und eine Putzhilfe. Beim Business solltest du schauen, was dir keinen Spaß macht und dich viel Zeit kostet. Anfangs ist es komisch Geld für etwas auszugeben, das du auch selbst machen könntest. Aber wenn du in der Zeit Shootings machen könntest, hast du das Geld ja direkt wieder drin.



FOTOGRAFIE

Der perfekte Ort für dein Shooting? Zugegeben, es gibt wahnsinnig tolle Locations. Aber für die meisten Shootings ist es recht egal, wo du bist. Du findest in jeder Ecke schöne Hintergründe. Wichtiger ist, dass ihr ungestört seid und deine Kunden sich wohlfühlen. Wenn du magst, schau dir das Shooting-Video hierzu an.



MINDSET

Gelingt es dir, genügend Zeit in dein Business zu investieren? Hast du auch den Kopf frei, um über deine Pläne nachzudenken? Oder hast du zu viele andere Verpflichtungen? Falls ja, mache eine Liste von all diesen Dingen und überlege ggf. zusammen mit deinem Partner, wie diese Liste kürzer werden kann.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Videos geschaut	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Im Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Preise & Pakete ausgearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeestunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit anderen Teilnehmern ausgetauscht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Mit der Kamera losgezogen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Auf Instagram inspirieren lassen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Selbst vor der Kamera gestanden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5

BILDBEARBEITUNG



AB IN DIE DUNKELKAMMER



Jetzt holen wir das Beste aus deinen Bildern heraus. In dieser Woche verfeinerst du deinen Bildstil und lernst, deine Fotos ruhig, einheitlich und bewusst zu bearbeiten.

Die Bildbearbeitung ist – wie alles in der Fotografie – Geschmackssache. Deshalb bekommst du hier keine starren Vorgaben. Du entscheidest, was sich für dich richtig anfühlt und welche Richtung deine Bilder nehmen dürfen.

Ein Gedanke ist dabei trotzdem wichtig: Denk ein Stück in die Zukunft. Viele von uns fotografieren für Menschen, die ihre Bilder auch in 20 Jahren noch anschauen sollen. Ein klarer, konsistenter Stil hilft dabei enorm.

Im Kurs arbeiten wir mit Lightroom, dem gängigsten Programm für die Bildbearbeitung. Photoshop eignet sich eher für sehr detaillierte Retuschen oder spezielle Effekte – passende Tutorials findest du im Anhang.

Dein Plan für Woche #5

ZIEL:

Bildstil finden und Lightroom-Classic-Workflow
routinieren

TO DO

01 Lade ein Beispielshooting hoch. S. 130 ff. ☐

02 Finde dein Preset. S. 132 ☐

03 Bearbeite ein komplettes Shooting damit. S. 133 ☐

04 Exportiere deine Bilder. S. 136 ☐

Manchmal
verändert sich ein
Stil ganz leise – genau
dann, wenn wir endlich
sehen, was uns wirklich
wichtig ist. Lass zu, dass
deine Bilder jetzt
noch ein Stück
mehr du werden.

Shortcuts

Mein Lieblings-
Shortcut: X zum
Aussortieren
der Bilder

Mac

Import	command + Umschalt + I
Katalog öffnen	cmd + Umschalt + O
Katalog erneut öffnen	Datei > Letzte Dateien öffnen
Fotos aussortieren	X
zu Schnellsammlung hinzufügen	B
Foto groß anzeigen	Z
Wechsel in Entwicklungsmodus	D
Seitliche Menüleiste ausblenden	TAB-Taste
Bild hervorheben	L
Virtuelle Kopie erstellen	cmd + T
Bild zuschneiden	R für Maske, O für visuelle Hilfe, X für Hoch/Quer-Wechsel
Einstellungen rückgängig	cmd + Umschalt + R
Einst. kopieren u. einfügen	cmd + Umschalt + C cmd + Umschalt + V
Preset erstellen	cmd + Umschalt + N
Bilder exportieren	cmd + Umschalt + E

PC

Import	Strg + Umschalt + I
Katalog öffnen	Strg + O
Katalog erneut öffnen	Datei > Letzte Dateien öffnen
Fotos aussortieren	X
zu Schnellsammlung hinzufügen	B
Foto groß anzeigen	Z
Wechsel in Entwicklungsmodus	D
Seitliche Menüleiste ausblenden	TAB-Taste
Bild hervorheben	L
Virtuelle Kopie erstellen	Strg + T
Bild zuschneiden	siehe links
Einstellungen rückgängig	Strg + Umschalt + R
Einst. kopieren u. einfügen	Strg + Umschalt + C Strg + Umschalt + V
Preset erstellen	Strg + Umschalt + N
Bilder exportieren	Strg + Umschalt + E

Schritt 1

BILDER HOCHLADEN & SORTIEREN



■ Lade ein Beispielsshooting hoch

Von der Kamera zu
Lightroom: Bilder hochladen
und aussortieren

An illustration of a person sitting at a desk with a laptop. The laptop screen shows a grid of photos. To the right of the person, there are three red circles. The background is a solid brown color.

Spickzettel zu Schritt 1

So kommen deine Bilder von der Kamera zu Lightroom Classic:

1

Verbinde deine Kamera mit dem Computer, nutze den Kartenslot oder ein externes Kartenlesegerät. WLAN-Übertragung dauert ewig.

2

Deine Bilder kommen als RAW-Dateien von der Kamera. Lege für diese einen Ordner an. Entweder auf deinem Rechner oder einer externen Festplatte.

3

Jetzt öffnest du Lightroom und gehst auf Datei > neuer Katalog. Benenne den am besten so, wie dein RAW-Ordner heißt. Hast du verschiedene Festplatten, speichere den Katalog auf der schnellsten.

4

Gehe nun in den Bibliotheksreiter bei Lightroom und klicke dort auf importieren. Du kannst hier entweder einzelne Bilder auswählen oder alle auswählen und importieren.

5

Wähle unter "Vorschauen erstellen" Standard oder 1:1 aus. Lightroom zeigt dir dann immer nur eine kleine Version deines Bildes an. So arbeitet das Programm schneller. Später exportierst du aber die große Datei.



Speichere deinen Lightroom-Katalog auf einer schnellen Festplatte. So läuft die Bearbeitung flüssiger. Gut ist eine SSD-Festplatte. Bei einer externen Festplatte nutze USB 3.0 oder Thunderbolt für eine schnelle Übertragung.

Lege für jedes Shooting einen neuen RAW-Ordner und einen neuen Ordner (Katalog) in Lightroom an. So behältst du den Überblick und Lightroom wird nicht zu voll. Denn je mehr Bilder im Ordner, desto geringer die Geschwindigkeit.

Sichere deine wichtigsten Bilder auf einer ANDEREN Festplatte (am besten eine externe Festplatte). Und formatiere deine SD-Karten immer erst, wenn du sicher bist, dass beim Importieren keine Fehler aufgetreten sind.

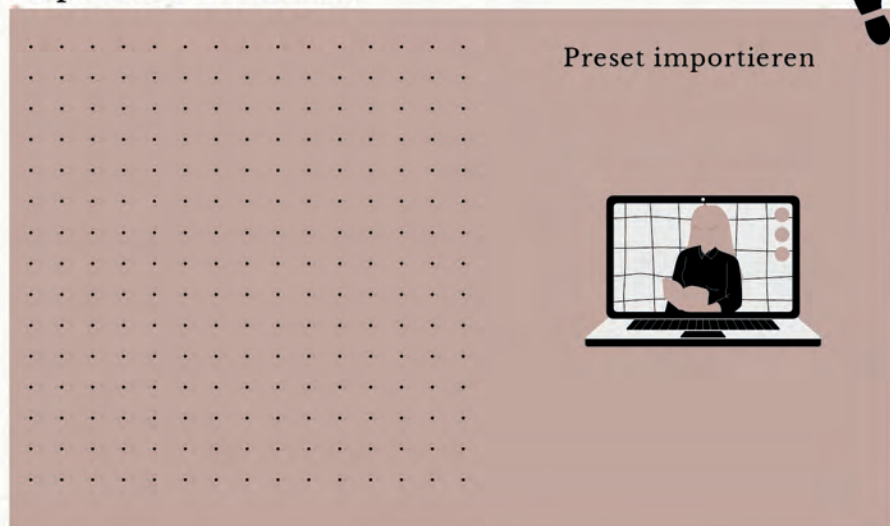
Schritt 2

Wo du tolle Presets findest:
Richtig gut finde ich
dirtybootsandmessyhair.com.
Ebenfalls sehr natürlich und
trotzdem besonders sind die von
India Earl (dvelop.com/powered-by/india-earl/honey). Aber ist
natürlich auch wieder
Geschmacksache. Schau auch
bei bekannteren Fotografen
nach Presets. Grundsätzlich gilt:
Gute Presets kosten ein
bisschen was.

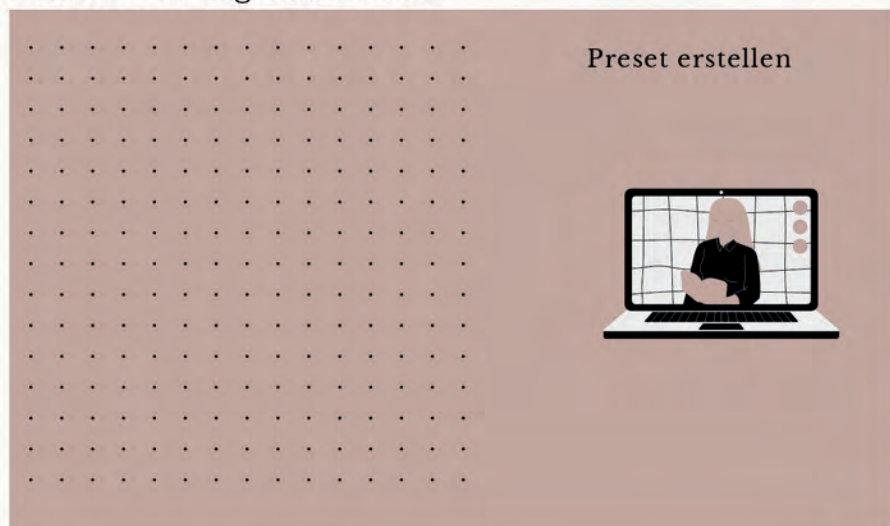
DEIN PRESET FINDEN

oder

■ Importiere ein Preset



■ Erstelle ein eigenes Preset



Spickzettel Presets

Dein Preset hilft dir, deinen Look zu finden

1

Preset finden

Google, Etsy, Instagram, Pinterest. Die Guten kosten meist etwas. Schau, was dir gefällt.

oder
2
3

Preset importieren

Vorgaben > Rechtsklick > Neuer Ordner > Benennen und Erstellen > Rechtsklick auf erstellen Ordner > Importieren > Speicherort vom Download anklicken > Importieren.

3

Eigenes Preset erstellen

Lightroom Reiter Entwickeln > Foto nach deinen Vorstellungen bearbeiten > links neuen Vorgabenordner erstellen.

4

Auf deine Bilder legen

Lightroom > Reiter Entwickeln > Bild anklicken > links bei Vorgaben Preset auswählen.

5

Bild bearbeiten

Nach Bedarf: Weißabgleich, Lichter, Tiefen, Bereichskorrektur, etc.

6

Smart Synchronisieren

Bei gleichen Lichtverhältnissen erstes Bild bearbeiten. Dann unten in Vorschau weitere Bilder markieren > Klick auf Synchronisieren > geänderte Einstellungen auswählen.

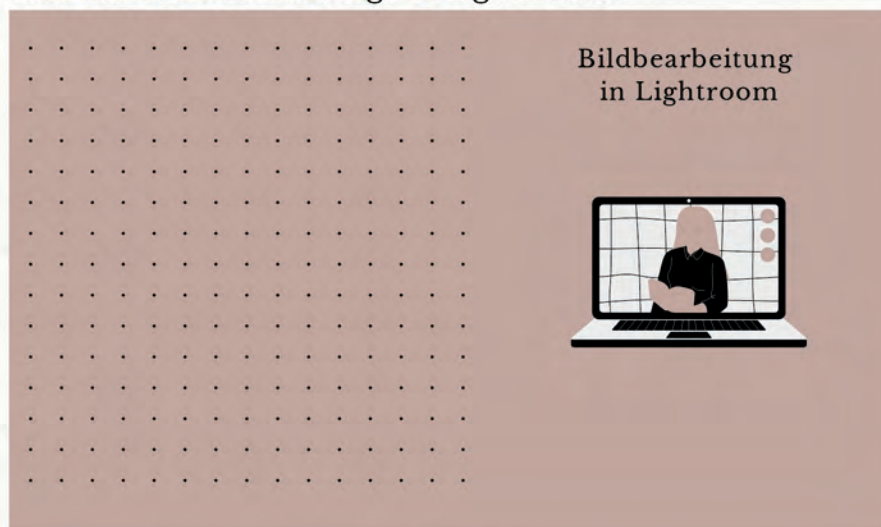
Schritt 3



■ Finde dich in Lightroom zurecht



■ Bearbeite ein Shooting in Lightroom



Spickzettel Bearbeitung



1

Aussortieren

Lösche alle doofen Bilder. Shortcut: X. Vom Datenträger löschen.

2

Zuschneiden

Nutze den Winkel oder das Gerade-ausrichten-Werkzeug.

3

Preset

Wenn du mit Presets arbeitest, dann lege ihn jetzt auf dein Bild. (Mehr zu Presets auf der nächsten Seite.)

4

Grundkorrektur

Weißabgleich, Belichtung, Farben, Klarheit, etc.

5

Bereichskorrektur

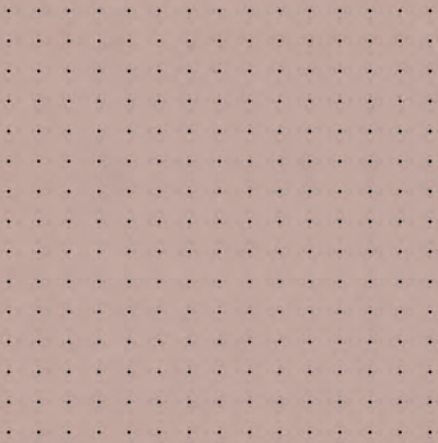
Lass Pickel verschwinden, mache Augen heller oder hole den Himmel zurück.

Setz dir Kopfhörer auf, mach deine Lieblingsmusik an und überarbeite deine Bilder in genau dem Tempo, das sich gut anfühlt.

Schritt 4



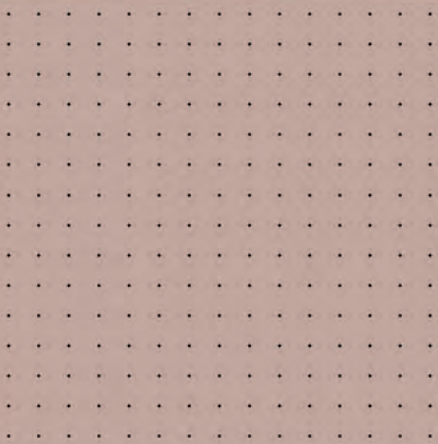
☐ Exportiere deine Bilder für Kunden / Druck



Bilder exportieren
Kunden / Druck



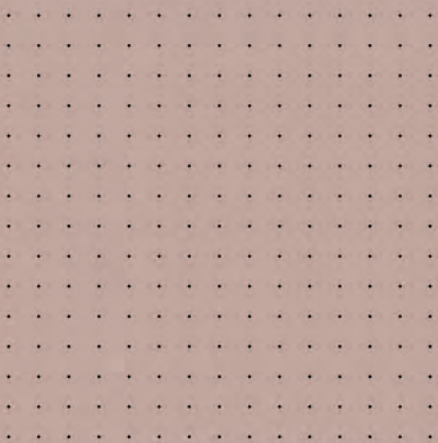
☐ Exportiere deine Bilder für deine Website



Bilder exportieren
Website



☐ Exportiere deine Bilder für Instagram



Bilder exportieren
Instagram



Workflow: Export

1

Um einen ganzen Katalog zu exportieren, markierst du erstmal alle Bilder über Strg + A / command + A. Willst du mehrere, aber nicht alle, Bilder exportieren, hältst du Strg /command gedrückt und klickst die Bilder an.

2

Gehe nun auf Datei > Exportieren... oder nutze den Shortcut Strg + Umschalt + E / command + Umschalt + E.

3

In dem Dialogfenster kannst du Speicherort und Dateiformat festlegen. Und ein Wasserzeichen nutzen.

4

Lege dir bei Benutzervorgaben > Hinzufügen Vorlagen für deine gängigsten Speichervorgaben an.

5

Denke immer an das passende Dateiformat: Für Webseiten oder Instagram brauchst du kleine Dateien, für den Druck große. Spickzettel auf der nächsten Seite.

Spickzettel

EXPORT-EINSTELLUNGEN IM ÜBERBLICK



FÜR KUNDEN / PRINT

Dateieinstellungen:

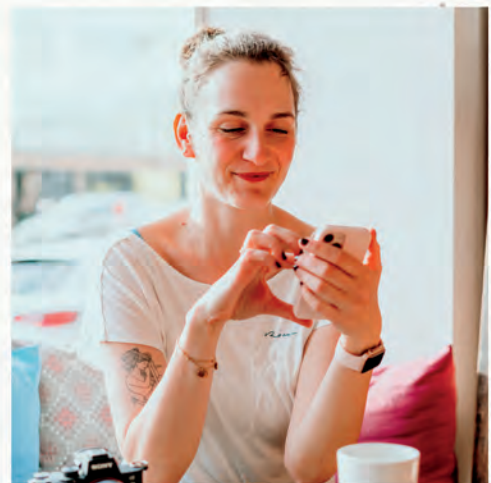
- Bildformat: JPEG
- Farbraum: sRGB
- Qualität: 100
- Box "Dateigröße beschränken auf:" nicht anklicken

Bildgröße:

- Box "In Bildschirm einpassen:" nicht anklicken
- Auflösung: 300 Pixel/Zoll

Ausgabeschärfe:

- "Schärfen für" anklicken
- Dropdown Menü: Mattes Papier
- Stärke: Standard



FÜR WEB / INSTA

Dateieinstellungen:

- Bildformat: JPEG
- Farbraum: sRGB
- Qualität: 100
- Box "Dateigröße beschränken auf:" nicht anklicken

Bildgröße:

- Box "In Bildschirm einpassen:" anklicken
- Dropdown Menü: Lange Kante
- 2048 Pixel (Insta) / 2400-1000 Pixel (Website)
- Auflösung: 72 Pixel/Zoll

Ausgabeschärfe:

- "Bildschirm"
- "Hoch"

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Lerne Nein zu sagen. Auch mal auf Kundenanfragen. Nämlich dann, wenn sie nicht zu dir passen oder sich nicht lohnen. Eine 2-Stunden-Hochzeit an einem Samstag ist im ersten Jahr ok. Im 2. Jahr wirst du noch eine größere Buchungsanfrage bekommen.



FOTOGRAFIE

Gib deinen Bildern mehr Tiefe, indem du ganz bewusst Vordergrund, Mitte und Hintergrund einbeziehst. Etwa: Durch Blätter durchschießen = Vordergrund. Motiv in der Mitte platzieren. Bäume im Hintergrund.



MINDSET

Kritik – gibt es in sinnvoll und in sinnlos. Sinnvolle Kritik lässt uns aufatmen und denken "aha, jetzt weiß ich, warum mir das nicht gefallen hat". Sinnlose Kritik hingegen hinterlässt einfach nur ein negatives Gefühl. Nimm Kritik erstmal an. Denke darüber nach und entscheide, ob du etwas mitnimmst oder nicht. Lass dich aber nie runterziehen. Am besten setzt du dich nach einer negativen Kritik direkt wieder an deine Bilder/ Website/ Texte und arbeitest das schlechte Gefühl einfach weg.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Kurs-Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
To-Do abgehakt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerrunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bilder bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Preset genutzt	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vor der Kamera gewesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6

WEBSITE #1



Deine Website

WIR GEBEN DEINER
FOTOGRAFIE EIN GESICHT!



Deine Website. Schritt für Schritt – und du wächst hinein.

Eine eigene Website zu bauen, fühlt sich oft riesig an. Vielleicht hast du noch nie etwas mit Domains, Hosting oder WordPress gemacht.

Das ist vollkommen okay. Hier in Modul 6 geht es nicht darum, dass du alles können musst.

Es geht darum, dass du begleitet wirst. Wir richten deine Website gemeinsam ein – ruhig, strukturiert und in genau der Reihenfolge, in der es Sinn macht.

Du musst nichts vorauswissen. Du musst nicht technisch sein. Du musst nur einen Schritt nach dem anderen gehen.

Und das Beste ist: Ganz viele Dinge sind für dich bereits vorbereitet.

Noch bevor du überhaupt mit dem Bauen beginnst, wirst du ein System haben, das stabil läuft und wunderschön aussieht.

Eine von fünf fertigen Websitevorlagen – welche wirst du für dich wählen?



Dein Plan für Woche #6

ZIEL:

Technische Basis einrichten

Bevor du mit dem Bauen deiner Website startest, verschaffst du dir in dieser Woche einen ruhigen Überblick und richtest alles ein, was du später brauchst. Jeder Schritt baut auf dem vorherigen auf – und du kannst alles abhaken, sobald du fertig bist.

TO DO

- 00 Verstehe die Grundlagen deiner Website: ☐
- 01 Prüfe deine Wunschdomain, kaufe sie und richte dein Webhosting ein. ☐
- 02 Installiere WordPress in deinem Hosting und logge dich ins Backend ein. ☐
- 03 Wähle eine Fotografenschmiede-Vorlage und importiere sie mit einem Klick. ☐
- 04 Übertrage dein Branding und passe somit die Grundeinstellungen deiner Website an. ☐
- 05 Installiere die wichtigsten Plugins. ☐
- 06 Website-Training: Übe in Ruhe, wie der Seiteneditor funktioniert. ☐
- 07 Richte dein Google-Unternehmensprofil ein ☐

Das habe ich vorher
noch nie versucht.
Also bin ich völlig
sicher, dass
ich es schaffe!

Pippi Langstrumpf

Grundlagen verstehen

Bevor du in dieser Woche deine Website technisch einrichtest, ist es hilfreich, die wichtigsten Begriffe und Bausteine zu kennen. Du musst dir nichts davon merken – es geht nur darum, dass du einmal verstehst, wie alles zusammenhängt.

Die Bausteine deiner Website

01 Domain – deine Adresse im Internet

Die Domain ist der Name, unter dem deine Website erreichbar ist. Beispiel: www.deinname.de

02 Hosting – der Ort, an dem deine Website liegt

Das Hosting ist wie das Grundstück deiner Website. Hier liegt alles gespeichert: Inhalte, Bilder, Einstellungen.

03 CMS (WordPress) – das System, mit dem du arbeitest

WordPress ist das „Programm“ hinter deiner Website. Hier baust du Seiten, fügst Bilder ein und gestaltest alles so, wie du es brauchst.

04 Theme (Kadence) – dein Designgerüst

Ein Theme bestimmt das Aussehen und die Möglichkeiten deiner Website.

Wir arbeiten in diesem Kurs mit **Kadence**, weil es besonders leicht verständlich, flexibel und für Fotografinnen ideal ist.



Adresse: Domain



Haus: Theme

Grundstück:
Hosting

Streber-Wissen:

Deine Website ist dein kompletter Auftritt im Internet.

Die Webseiten sind die einzelnen Seiten darin – wie Kapitel in einem Buch. Und die Homepage? Das ist einfach nur die Startseite deiner Website, also der Eingang zu allem, was ihr folgt.

Warum WordPress?

Es gibt viele Systeme, aber WordPress ist für dein Fotobusiness die beste Wahl:

flexibel – du kannst deine Website jederzeit erweitern

SEO-freundlich – Google liebt WordPress

ideal für Bilder – Layouts, Galerien, Strukturen funktionieren perfekt

sicher & zukunftsfähig – du bist nicht an einen Anbieter gebunden

mit Kadence unglaublich leicht – du kannst wirklich viel selbst gestalten

im Kurs alles vorkonfiguriert – du startest nicht bei Null

Domain & Hosting



Bevor du WordPress installieren kannst, brauchst du zwei Grundlagen: eine Domain (deine Webadresse) und ein Hosting-Paket (der Ort, an dem deine Website gespeichert wird). Beides richtest du jetzt Schritt für Schritt ein.

Sobald du diesen Teil abgeschlossen hast, steht der technische Rahmen deiner Website.

Die Bausteine deiner Website

01 Prüfe deine Wunschdomain

Überlege, wie deine Website heißen soll, und prüfe, ob die Domain noch verfügbar ist.

02 Kaufe deine Domain & richte dein Hosting ein

Wähle dein Hosting-Paket und erstelle dein Benutzerkonto.

03 Öffne Plesk

Plesk ist deine Hosting-Verwaltung. Hier richtest du gleich deine E-Mail-Adresse ein.

04 Richte deine professionelle E-Mail-Adresse ein

Lege deine E-Mail-Adresse (z. B. hallo@deinedomain.de) an und verbinde sie mit der Domain.

Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.



- ☐ So prüfst du die Verfügbarkeit deiner Domain
- ☐ So kaufst du eine Domain und erstellst ein Konto bei Webhoster
- ☐ So richtest du deine E-Mail in Plesk ein
- ☐ So richtest du deine E-Mail ein



WordPress einrichten

Jetzt installierst du WordPress – das System, mit dem du deine Website baust. Sobald WordPress eingerichtet ist, kannst du dich ins Backend einloggen und dein Projekt wird greifbar: Deine Website bekommt endlich ein Zuhause.

In diesem Schritt richtest du WordPress ein, nimmst die wichtigsten Grundeinstellungen vor und installierst das Theme „Kadence“, mit dem wir später bauen.

Die Bausteine deiner WordPress-Installation

01 Installiere WordPress über dein Hosting

Starte die automatische Installation in Plesk und richte deine Login-Daten ein.

02 Logge dich ins WordPress-Backend ein

Hier verbringst du später die meiste Zeit. Mach dich kurz mit der Oberfläche vertraut.

03 Nimm die Grundeinstellungen vor

Wichtige Basis: Permalinks, Titel, Sprache, Zeitzone, Kommentare — alles wird jetzt einmal sauber eingestellt.

04 Installiere Kadence & die zwei benötigten Plugins

Kadence ist das Theme, das wir für deine ganze Website nutzen. Die Grund-Plugins werden automatisch ergänzt.

Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.



- ☐ Wordpress Einführung
- ☐ So nimmst du die Grundeinstellungen vor
- ☐ So installierst du Kadence & die 2 wichtigsten Basis-Plugins



Website-Vorlage

Jetzt wird es richtig greifbar: Du wählst eine unserer Fotografenschmiede-Vorlagen aus und importierst sie mit einem Klick. Damit erhält deine Website sofort ein professionelles Grundlayout – komplett mit Beispieltexten, Bildern und einer klaren Struktur.

Du musst hier noch nichts bearbeiten. Ziel ist nur, dass deine Website ein stabiles Fundament bekommt, auf dem du später entspannt weiterbauen kannst.

SCHRITT 3 – VORLAGE IMPORTIEREN

Die Bausteine deines Vorlagen-Imports

01 Wähle deine Lieblings-Vorlage

Lass dein Bauchgefühl entscheiden. Alle Vorlagen sind für Fotografinnen optimiert und vollständig vorbereitet.

02 Importiere die Vorlage mit einem Klick

Nach dem Import erscheint deine komplette Demo-Website automatisch.

03 Schau dich kurz um

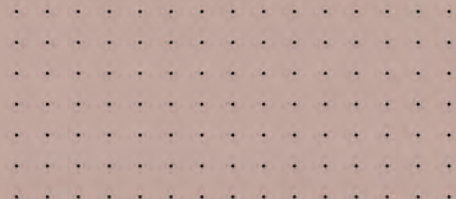
Öffne deine Website im neuen Tab und sieh dir an, wie das Grundlayout aussieht. (Du wirst in Woche 7 alles anpassen – jetzt geht es nur ums Verständnis.)



Dieses Video führt dich durch den gesamten Prozess



☐ Fotografenschmiede
Vorlage importieren





Dein Branding

Jetzt machst du deine Website zu deiner Website.
Im Kadence-Customizer trägst du dein Branding ein, passt Schriftarten, Farben und Buttons an und legst das Grundlayout fest. Damit entsteht der Rahmen, in dem du später alle Seiten aufbauen wirst.

Alles, was du dafür brauchst, hast du bereits in Modul 2 erarbeitet.

So überträgst du dein Branding

01 Farben

Trage deine Branding-Farben ein.

02 Schriften

Wähle deine Überschrift- und Fließtext-Schrift.
(Bei Bedarf eigene Schriftdateien hochladen.)

03 Buttons

Passe Form, Rundungen und Farben deiner Buttons an.

04 Logo & FavIcon

Lade dein Logo und das kleine Browser-Icon hoch.

05 Weitere Grundeinstellungen

Seitenbreite, Abstände, Blog-Layout, Google-Fonts lokal laden, allgemeine Optionen.

blättere
auf
Seite 83
zurück



Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.
Großen Kaffee kochen und einfach loslegen. Sieht schlimmer aus, als es ist.



- | | |
|---|---|
| ☐ Lerne Kadence kennen | ☐ Buttons gestalten – so passt du Stil & Form an |
| ☐ So fügst du deine Brandfarben ein | ☐ Allgemeine Einstellungen |
| ☐ So fügst du deine Schriftarten ein | ☐ Google-Schriften lokal laden – so geht's |
| ☐ So lädst du eigene Schriftdateien hoch | ☐ So legst du das Seitenlayout fest |
| ☐ Füge Logo und FavIcon ein | ☐ So bestimmst du das Design deiner Blogartikel |

„Im Aufbau“-Seite einrichten!!

Während du deine Website baust, bleibt sie noch nicht sichtbar. Damit Besucherinnen trotzdem wissen, wie sie dich erreichen können, passt du einmal die „Website befindet sich im Aufbau“-Seite an.

Diese Seite ist von Anfang an online – darum sollte sie deine aktuellen Kontaktdaten enthalten.

So richtest du die Seite ein

01 Öffne die "Im Aufbau"-Seite

Du findest sie in WordPress unter „Seiten“.

02 Ergänze deine Kontaktdaten

E-Mail-Adresse, Telefonnummer (optional) und Social-Media-Links.

03 Speichern & veröffentlichen

Damit Änderungen sofort sichtbar werden.

04 Als Ansichtsseite festlegen

So stellst du sicher, dass diese Seite angezeigt wird, solange deine Website noch nicht live ist.

Dieses Video führt dich durch den gesamten Prozess



- So aktualisierst du die „Im Aufbau“-Seite & stellst sie ein



wichtige funktionen

Plugins erweitern WordPress um Funktionen, die du für eine professionelle Fotografinnen-Website brauchst: sichere E-Mails, SEO, Geschwindigkeit, optimierte Bilder und eine gut organisierte Mediathek.

Du richtest die wichtigsten Plugins jetzt einmalig ein – danach laufen sie im Hintergrund für dich.

Diese Plugins werden dir helfen

01 Sichere E-Mail-Zustellung

Richte das Plugin ein, das dafür sorgt, dass deine Kontaktformular-Mails zuverlässig ankommen. (SureMails)

02 SEO vorbereiten

Installiere Yoast, damit du später deine Seiten für Google optimieren kannst.

03 Bilder automatisch optimieren

Aktiviere WebP-Optimierung und automatische Komprimierung für schnelle Ladezeiten. (EWWW)

04 Medien organisieren

Strukturiere deine Mediathek, damit du Bilder später leichter findest.

05 Ladezeit verbessern

Installiere das Cache-Plugin, für eine schnellere Website.

06 Praktische Helfer

Tools wie Duplicate Post oder WPCode erleichtern dir später den Bauprozess.



nach einem?

Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.

Sichere E-Mail & Kommunikation

- ☐ So stellst du den sicheren Mailversand ein (SureMail)
- ☐ So richtest du deine E-Mail ein
- ☐ So richtest du deinen WhatsApp-Button ein

SEO & Struktur

- ☐ So richtest du Yoast SEO ein
- ☐ So duplizierst du Seiten mit einem Klick (Duplicate Post)

Bilder & Medien

- ☐ So konvertierst du Bilder automatisch in WebP
- ☐ So werden deine Bilder automatisch optimiert (EWWW)
- ☐ So organisierst du deine Medienbibliothek richtig (Real Media Library)

Website-Geschwindigkeit

- ☐ So optimierst du die Geschwindigkeit deiner Website (Cache)

Social Media & Extras

- ☐ So bindest du deinen Instagram-Feed ein
- ☐ So fügst du Code-Snippets sicher ein (WPCode)
- ☐ So richtest du dein Cookie-Consent-Tool ein
- ☐ So verbindest du den Google Tag Manager mit deiner Website
- ☐ So installierst du den Google Tag Manager



Bauen üben



Bevor du deine echten Seiten baust, übst du hier in Ruhe, wie der Seiteneditor funktioniert. Du kannst nichts kaputt machen – diese Übungsphase ist dafür da, dass du Sicherheit bekommst und verstehst, wie sich Blöcke, Abschnitte und Inhalte verhalten.

Nimm dir Zeit – sobald du diese Grundlagen kannst, wird der gesamte Websitebau leicht.

TO DO

WEBSITE BAUEN 101

Wie ist der Seiten-Editor aufgebaut?

□ Video: Einstieg in den Seiteneditor

Wie sehe ich, wie die Seite auf Desktop, Tablet und Mobil aussieht?

□ Video: Darstellung auf Desktop, Tablet & Mobil

□ Video: So kontrollierst du die 3 Ansichten

Wie ist eine Website grundsätzlich aufgebaut?

□ Video: Aufbau und Struktur von Webseiten verstehen

Wie füge ich Texte ein und formatiere sie richtig?

□ Video: Arbeiten mit Text – Teil 1

□ Video: Arbeiten mit Text – Teil 2



Wie füge ich Bilder ein?

□ Video: Arbeiten mit Bildern



Wie erstelle ich Buttons und Call-to-Actions?

□ Video: Buttons & Call-to-Actions einfügen

Wie behalte ich den Überblick über alle Elemente?

□ Video: Die Listenansicht – das wichtigste Werkzeug

Wie arbeite ich mit Abschnitten?

□ Video: Arbeiten mit Abschnitten

Wie arbeite ich mit Spalten?

□ Video: Arbeiten mit Spalten

Welche Bauelemente werde ich später am häufigsten nutzen?

□ Video: Wichtige Kadence-Elemente & Blöcke

Wie füge ich Hintergründe & Effekte ein?

□ Video: Hintergründe & Effekte

Wie bewege ich Elemente und setze Abstände richtig?

□ Video: Abstände & Bewegungen

Wie mache ich meine Seite mobil schön und übersichtlich?

□ Video: Responsives Design

Wie füge ich Animationen ein?

□ Video: Animationen erstellen

Wie speichere ich eigene Vorlagen zum Wiederverwenden?

□ Video: Vorlagen erstellen



Und das Beste: Es ist komplett kostenlos.

Nach der Verifizierung ist dein Profil sofort sichtbar.



Platz für deine Notizen

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Richte deinen Schreibtisch neu ein. Oder schaffe dir eine neue Arbeitsecke im Haus. Sorge dafür, dass du dich dort so richtig wohlfühlst. So wirst du noch mehr Zeit mit deinem Business verbringen wollen. Außerdem hilft eine neue Umgebung auch sich neue Gewohnheiten anzueignen. Etwa ungestört zu arbeiten. #handyweg



FOTOGRAFIE

Suche für deine Bilder nach Symmetrie. Unser Gehirn liebt nämlich Symmetrie und wird solche Bilder dann automatisch schöner finden. Du kannst Symmetrie auf alle möglichen Weisen erzeugen. Probiere herum.



MINDSET

Du wächst gerade wie verrückt. Dein Wissen wächst, dein Charakter, deine Fotografie. Auch wenn es sich vielleicht gar nicht immer so anfühlt. Manchmal kommt es dir so vor, als würdest du gar nichts auf die Reihe bekommen. Doch das ist einfach Teil des Wachstums. Der läuft nämlich so: Zwei Schritte vor und einer zurück. Mach dich also nicht verrückt, wenn es mal nicht so läuft. Du machst das trotzdem prima!

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Kurs-Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
To-Do abgehakt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerrunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Schreibtisch schön gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

7

WEBSITE #2



Deine Website entsteht



Eine Website kann für dein Fotobusiness unglaublich viel bewirken. Stell sie dir wie deinen persönlichen Verkäufer vor – rund um die Uhr für dich im Einsatz. Eine gute Website arbeitet leise im Hintergrund und bringt dir konstant neue Anfragen.

Gleichzeitig ist sie aber auch ein Projekt, vor dem die meisten von uns zunächst ordentlich Respekt haben. Du hoffentlich nicht mehr – denn in der vergangenen Woche hast du bereits die wichtigsten Grundlagen gelegt und den technischen Rahmen geschaffen. Jetzt bist du bereit für den nächsten Schritt.

In dieser Woche geht es darum, all das, was du vorbereitet hast, zusammenzuführen und wirklich sichtbar zu machen. Deine Texte, dein Branding, deine Bilder, dein Stil – all das wird jetzt zu deiner Website. Und du musst nicht direkt alles auf einmal schaffen. Es reicht völlig, wenn du eine Seite komplett baust. Sobald du die erste Seite beherrschst, entsteht der Rest fast von selbst.

Nimm dir dafür Zeit. Plane lieber zwei, drei konzentrierte Arbeitsblöcke ein, statt zu versuchen, zwischendurch schnell weiterzubauen. Schritt für Schritt, Video für Video. Alles baut aufeinander auf, und du wirst merken, wie mit jedem Klick mehr Sicherheit entsteht.

Und bitte: Schalte deinen Perfektionismus aus. Es muss nicht perfekt sein, um richtig gut zu wirken. „Gut“ bringt dir Kundinnen. „Perfekt“ hält dich nur auf. Du kannst das. Und du wirst am Ende dieser Woche etwas sehen, das sich wirklich nach dir anfühlt. *Hau rein! Du schaffst das.*

Dein Plan für Woche #7

ZIEL:

Deine komplette Website bauen – Seite für Seite

Diese Woche setzt du alles um, was du vorbereitet hast: Branding, Texte, Bilder, Struktur, technische Basis. Jetzt wird aus Vorbereitung eine fertige Website. Nutze deine Arbeitszeit bewusst, arbeite Seite für Seite, und bleib geduldig mit dir. Du hast alles, was du brauchst.

TO DO

01 Baue die Danke-Seite & dein Kontaktformular



02 SEO-Basics schaffen



03 Bilder exportieren & hochladen



04 Checkliste durchgehen: Hast du alles, was du brauchst?



05 Baue deine Seiten – Schritt für Schritt



06 Gestalte deine Galerie / deine Bildstrecken



07 Füge dein Kontaktformular ein



08 Füge Impressum & Datenschutzerklärung ein



09 Baue deinen Header inkl. Menü



10 Baue deinen Footer inkl. Instagram-Feed



11 Richte dein SEO-Plugin ein



12 Verbinde den Google Tag Manager



13 Cookie-Consent-Tool einrichten



14 Google Tools einrichten, letzter Check & live



Kontakt & Danke-Seite!!

Die Kontaktseite ist eine deiner wichtigsten Seiten überhaupt. Sie ist der Moment, in dem aus einer Website-Besucherin eine potenzielle Kundin wird. Hier entscheidet sich, ob jemand den Mut fasst, dich zu kontaktieren – oder ob sie abspringt.

Deshalb soll diese Seite klar, ruhig und vertrauensvoll wirken.

Die Danke-Seite erscheint nach dem Absenden des Kontaktformulars. Sie gibt Sicherheit, zeigt Wertschätzung und wirkt professionell. Gleichzeitig kannst du dort den nächsten Schritt erklären: Wann meldest du dich? Was passiert als Nächstes?

Beide Seiten sind nicht der Ort für Designexperimente. Je schlichter und aufgeräumter sie sind, desto besser wirken sie.

3 kleine Tipps für starke Kontakt- & Danke-Seiten

1. Nutze ein sympathisches Foto von dir

Am besten eines, auf dem du in die Kamera schaust. Das schafft Vertrauen und macht es leichter, dir zu schreiben.

2. Halte das Kontaktformular übersichtlich

Nur die Felder, die du wirklich brauchst. Je einfacher das Formular, desto eher wird es ausgefüllt.

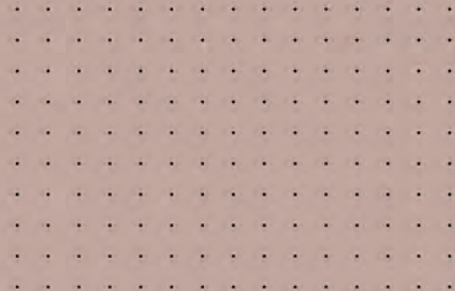
3. Sag klar, was nach der Nachricht passiert

„Ich melde mich innerhalb von 24–48 Stunden.“
Das nimmt Unsicherheit und wirkt professionell.

Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.



- ☐ Danke-Seite bauen
- ☐ Kontaktformular bauen





seo-Basics

Für den Bau deiner Website brauchst du nur ein kleines Stück SEO-Wissen – mehr nicht. Es geht nicht darum, tief in Suchmaschinenoptimierung einzusteigen, sondern darum, deiner Website eine klare Richtung zu geben. Ein Keyword pro Seite, eine klare Struktur, und Google kann deine Inhalte besser einordnen.

Damit legst du jetzt die Basis, auf der du später ganz leicht aufbauen kannst.

Was du heute brauchst

Keyword:

Das Hauptwort oder die Wortkombination, für die deine Seite gefunden werden soll (z. B. „Familienfotografin Hamburg“, „Babybauch Shooting Köln“).

H-Struktur:

Die Überschriften-Hierarchie deiner Seite (H1, H2, H3). Sie hilft Google – und deinen Besucherinnen – deine Inhalte zu verstehen.

Mehr brauchst du für Woche 7 nicht.

ChatGPT-Prompt (für Keyword-Ideen & H-Struktur)

„Hier sind mein Fotografie-Angebot, meine Stadt und meine Zielkundin: [Beschreibung einfügen]. Bitte gib mir 5 realistische Keyword-Vorschläge für meine Startseite und schlage mir eine sinnvolle H-Struktur dafür vor.“

So legst du deine SEO-Basics fest

1. Wähle ein Haupt-Keyword pro Seite

Das Keyword soll zu deinem Angebot passen und realistisch sein.

2. Lege eine klare H-Struktur an

Eine H1 pro Seite. H2 für die großen Abschnitte. H3 für Unterpunkte.

3. Halte den Fokus

Das Keyword soll an ein paar entscheidenden Stellen vorkommen – nicht überall. Natürlich bleibt es deinen Besucherinnen zuliebe immer leserlich, nicht „für Google geschrieben“.

Diese Videos führen dich Schritt für Schritt durch die Prozesse.



☐ SEO-Basics erklärt

☐ Keywords verstehen

☐ So geht Keyword-Recherche

Bilder für deine Website!!

Bevor du mit dem Bauen startest, lohnt es sich, deine Bilder einmal sauber vorzubereiten. So arbeitest du flüssiger, vermeidest späteres Suchen – und deine Website wirkt von Anfang an ruhig, hochwertig und einheitlich.

Nutze dafür deine vorbereiteten Bildstrecken aus den vorherigen Wochen.
Halte die folgenden Bilder (in passenden Größen) startbereit:

Halte diese Bilder bereit

Breite 2560 px
Hauptbild oben
auf deiner
Startseite.
Querformat,
bestes Bild!

Hero-Bild

800 x 1000 px

Mind. eines
davon: du
schaust in die
Kamera. Ein
weiteres „in
Action“.

2-3 Portraits von dir

1200 x 800 px

Mix aus
Nahaufnahmen &
weiterem
Bildausschnitt.
Für Startseite,
Info-Abschnitte...

*10-20 Bilder aus echten
Shootings*

**Exportiere als
.jpg**

Achte auf
Wiederer-
kennungswert
(Look & Feel)

20-40 Bilder für Galerien

Tipps zum Exportieren

- Exportiere deine Fotos als .jpg
- WordPress optimiert sie automatisch und wandelt sie in das Format .webp um
- Beschrifte sie sinnvoll: familie-wiese-01.webp, portrait-deinname-01.webp etc.
- Achte bei Hochladegrößen darauf, dass WordPress keine 6.000px-Monsterbilddateien verarbeiten muss.

ChatGPT-Prompt für deine Bildbenennung

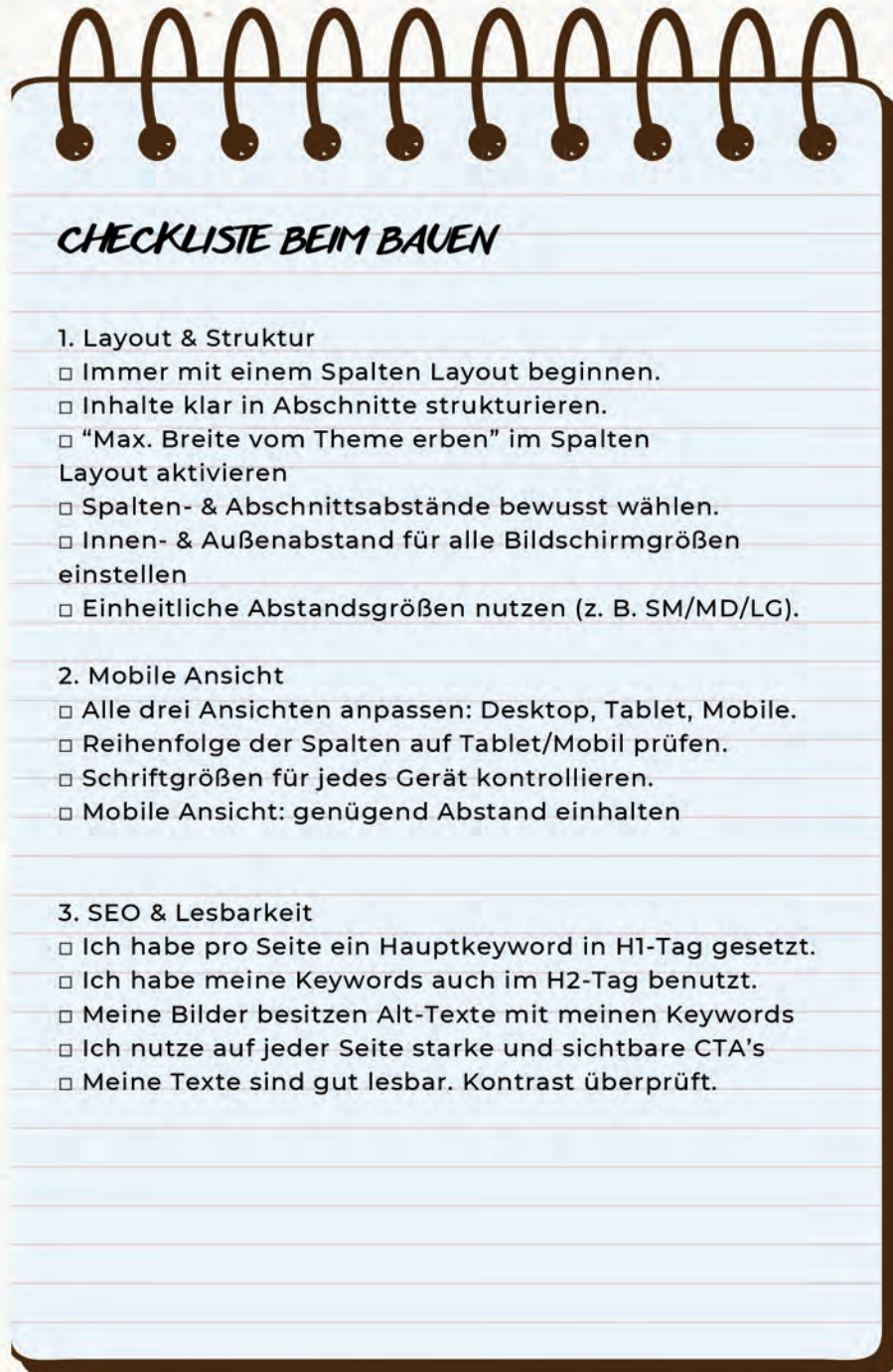
„Ich erstelle gerade meine Website als Fotografin. Mein Haupt-Keyword für diese Seite lautet: [Keyword einfügen]. Bitte erstelle mir für die folgenden Bildmotive jeweils: einen passenden Dateinamen (kurz, SEO-freundlich); einen Alt-Text (natürlich, menschlich formuliert); eine sehr kurze Bildbeschreibung (für WordPress). Hier sind meine Motive: (einfügen)“

☐ So exportierst du Bilder für die Website



Achte beim Bauen darauf:

Nutze diese Checkliste während du deine Seiten baust. Dadurch verhinderst du etwas wichtiges zu vergessen und zu übersehen.



CHECKLISTE BEIM BAUEN

1. Layout & Struktur
 - ☐ Immer mit einem Spalten Layout beginnen.
 - ☐ Inhalte klar in Abschnitte strukturieren.
 - ☐ "Max. Breite vom Theme erben" im Spalten Layout aktivieren
 - ☐ Spalten- & Abschnittsabstände bewusst wählen.
 - ☐ Innen- & Außenabstand für alle Bildschirmgrößen einstellen
 - ☐ Einheitliche Abstandsgrößen nutzen (z. B. SM/MD/LG).
2. Mobile Ansicht
 - ☐ Alle drei Ansichten anpassen: Desktop, Tablet, Mobile.
 - ☐ Reihenfolge der Spalten auf Tablet/Mobil prüfen.
 - ☐ Schriftgrößen für jedes Gerät kontrollieren.
 - ☐ Mobile Ansicht: genügend Abstand einhalten
3. SEO & Lesbarkeit
 - ☐ Ich habe pro Seite ein Hauptkeyword in H1-Tag gesetzt.
 - ☐ Ich habe meine Keywords auch im H2-Tag benutzt.
 - ☐ Meine Bilder besitzen Alt-Texte mit meinen Keywords
 - ☐ Ich nutze auf jeder Seite starke und sichtbare CTA's
 - ☐ Meine Texte sind gut lesbar. Kontrast überprüft.

du bist dran

Du hast in den letzten Wochen unglaublich viel vorbereitet – deine Texte, deine Bilder, dein Branding, deine Positionierung. Jetzt ist der Moment gekommen, an dem sich alles zusammenfügt: Du baust deine Website.

Unsere Vorlagen sind bewusst so gestaltet, dass sie deine Besucher:innen intuitiv durch deine Seite leiten: von Vertrauen → zu Verständnis → zu Entscheidung → zu Kontakt. Alle Seiten folgen derselben Logik – damit deine Website ruhig bleibt, wiedererkennbar ist und deine Kundinnen klar verstehen, was sie als Nächstes tun sollen.

Nutze den Aufbau deiner Vorlage genau so, wie er ist. Du kannst alles ersetzen, anpassen oder ergänzen – aber du musst nichts neu erfinden.

Wenn du etwas verändern möchtest ...

Du kennst deine Wunschkundin inzwischen am besten. Wenn du merkst, dass deine Fotorichtung einen zusätzlichen Block braucht – eine Bildstrecke, ein Beispiel, ein Mini-FAQ, ein Info-Text – füge ihn gern ein. Du weißt jetzt, wie du Abschnitte, Spalten und Elemente einfügst und wie du deine Seite ruhig, klar und strukturiert hältst.

Füge Bausteine ein, wenn sie deiner Wunschkundin wirklich weiterhelfen.

Auf den nächsten Seiten findest du eine leere Sitemap-Vorlage. Dort kannst du erste Gedanken festhalten:
Wie sollen deine Menüpunkte heißen?
Welche Seiten möchtest du einbauen?
Welche Überkategorien passen zu deiner Fotografie?
Du musst an dieser Stelle noch nichts final entscheiden.

Vorher bekommst du eine Übersicht, wie typische Fotograf:innen-Webseiten aufgebaut sind. Diese Beispiele helfen dir, deine eigene Struktur zu schärfen — oder zu bestätigen, dass du alles so übernehmen willst, wie es ist.

Nutze die Seiten so, wie sie dir helfen:
erst notieren, dann inspirieren lassen – oder andersherum.
Beides ist richtig.

So sind unsere Vorlagen aufgebaut

STARTSEITE

1. Großes Bild + starkes Statement (Mission oder Werte)
2. Kurze Vorstellung („Hey, ich bin...“) – knackig & sympathisch
3. Übersicht über Leistungen / Fotorichtungen (mit Verlinkungen)
4. Galerie oder Bild-Highlight-Slider
5. Ablauf in 3 klaren Schritten erklären
6. Kundenstimmen (Testimonials)
7. Call-to-Action: Jetzt anfragen / entdecken

Warum dieser Aufbau funktioniert:

Deine Startseite muss sofort klarmachen, worum es geht, Vertrauen aufbauen und den Weg zum nächsten Klick ebnen.

ChatGPT-Prompt:

„Gib mir einen logischen Aufbau für eine Startseite einer Fotografin, die >deine Fotorichtung< anbietet – emotionaler Einstieg, Leistungen, Vertrauen, Handlungs-aufforderung.“

ÜBER-MICH-SEITE

1. Emotionaler Einstieg (Gefühl, Bild oder Moment)
2. Wer bist du? (kurze persönliche Vorstellung)
3. Dein Warum & deine Werte (Motivation + Haltung)
4. Blick hinter die Kulissen (Selfies, Alltag, Lieblingsmomente)
5. (Optional) Minifragebogen oder Fun Facts
6. What's in it for me? (Nutzen für Kund:innen spürbar machen)
7. Sanfter Übergang / CTA zur Angebotsseite

Warum dieser Aufbau funktioniert:

Menschen buchen Menschen. Deine Über-mich-Seite baut Vertrauen auf – aber es geht nicht nur um dich.

Es geht darum, eine Brücke zu deiner Wunschkundin zu schlagen: Sie erkennt sich in deiner Haltung, deinen Werten und deiner Art wieder – und spürt, dass du sie richtig sehen und in Bildern einfangen kannst.

ChatGPT-Prompt:

„Wie kann ich meine Über-mich-Seite für >deine Fotorichtung< strukturieren, damit sie persönlich wirkt, aber auch klar macht, warum meine Art zu arbeiten für die Kund:innen genau die richtige ist?“



ANGEBOTSSEITE

1. Emotionaler Einstieg
2. Was euch beim Shooting erwartet (Stimmung, Ablauf)
3. Ablauf in 3 Schritten (Plaudern – Shooting – Fotoschatz)
4. Kundenstimmen (echte Erfahrungen)
5. Preise & Pakete auf einen Blick
6. FAQ (z. B. Vorbereitung, Ort, Bearbeitungszeit)
7. Abschluss-CTA: Einladung zur Buchung

KONTAKTSEITE

1. Sympathischer Einstieg:
Einladung zur Kontaktaufnahme
2. Kontaktmöglichkeiten klar auflisten (Formular, E-Mail, evtl. Socials)
3. Evtl. Pflichtfelder (nur wenn nötig!)
4. Hinweis auf Antwortzeit + Spamfilter-Erinnerung
5. Ermutigender Mini-Absatz:
„Keine Sorge, einfach schreiben.“

ANGEBOTSSEITE HOCHZEIT

1. Emotionaler Einstieg + starkes Bild + CTA
2. Warum du Hochzeiten liebst (persönliche Verbindung)
3. Portfolio (echte Hochzeiten, Highlights)
4. Kundenstimmen (glückliche Paare)
5. Ablauf in 3 Schritten (Anfrage – Hochzeitstag – Fotos erhalten)
6. Übersicht deiner Hochzeitsbegleitungen / Pakete
7. FAQ (häufige Fragen beantworten)
8. Abschluss-CTA: „Lasst uns eure Geschichte erzählen!“

DANKESEITE

1. Freundliches Danke + Bestätigung
2. Hinweis, was als nächstes passiert (Antwortzeit etc.)
3. Weiterführender Link (Galerie, Blog, Instagram)

Warum dieser Aufbau funktioniert:

Die Kontaktseite ist der letzte kleine Schritt vor einer Buchung – hier braucht es Vertrauen, Sympathie und einfache Wege.

Je klarer der Weg zur Anfrage ist, desto eher drücken Besucher:innen auf „Absenden“.

Die Danke-Seite bestätigt dieses gute Gefühl und hält die Verbindung.

ChatGPT-Prompt:

„Wie kann ich eine Kontaktseite gestalten, die sympathisch wirkt, Vertrauen schafft und den Weg zur Anfrage leicht macht?“

Warum dieser Aufbau funktioniert:

Ob Hochzeit, Familie oder Portrait – dein Angebot muss schnell Vertrauen aufbauen, echte Emotionen wecken und gleichzeitig Orientierung geben.

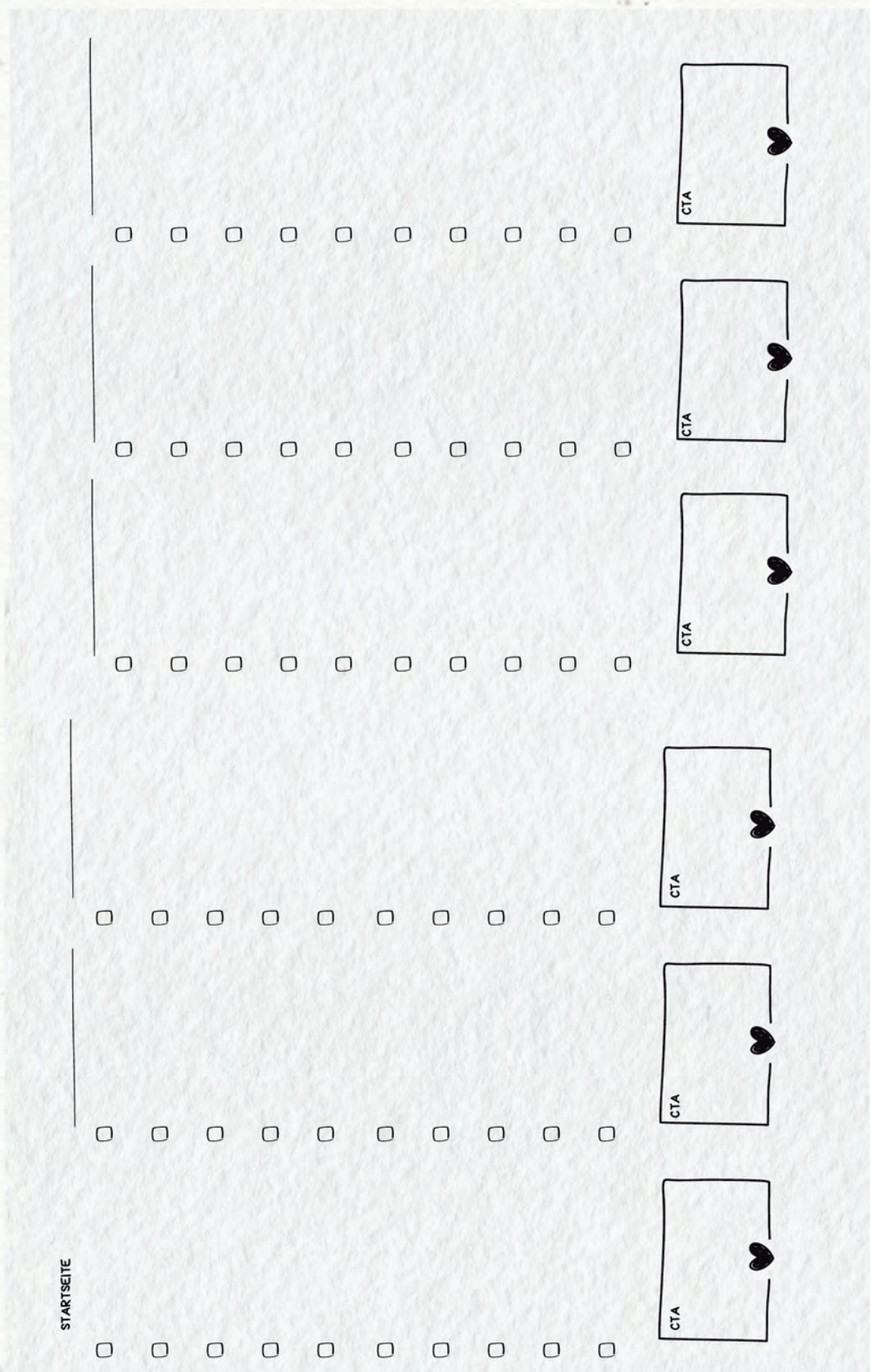
Ein klarer Ablauf, ehrliche Einblicke und kurze Antworten auf typische Fragen helfen deinen Wunschkund:innen, sich sicher zu fühlen – und den nächsten Schritt mit dir zu gehen.

ChatGPT-Prompt:

„Erstelle einen strukturierten Seitenaufbau für eine Fotografin, die [Art der Fotorichtung einsetzen, z. B. Hochzeiten, Familienreportagen, Paarshootings] anbietet – mit emotionalem Einstieg, Angebotserklärung, Ablauf, Kundenstimmen, FAQ und Call-to-Action.“



Sitemap





zeig deine Bilder

Für deine Galerie brauchst du nur drei Dinge: eine gute Auswahl, eine ruhige Struktur und einen klaren Blick darauf, was deine Wunschkundin fühlen soll.

Deine Galerie ist kein Archiv – sie ist ein Erlebnis.

Sie zeigt, wie du fotografierst, wie du Licht nutzt und welche Stimmung deine Arbeit trägt. Damit sie wirkt, hältst du sie bewusst reduziert und führst deine Besucherinnen durch die Bilder, statt sie zu überfordern.

Was du heute brauchst

Ausgewählte Bilder

Mindestens 20 Bilder, die dein Gefühl, deinen Stil und deine typische Bildsprache zeigen.

Ruhige Reihenfolge

Sortiert nach Licht, Emotion oder Motiv. Wichtig: konsequent bleiben, sonst verliert die Galerie an Ruhe.

Klares Layout

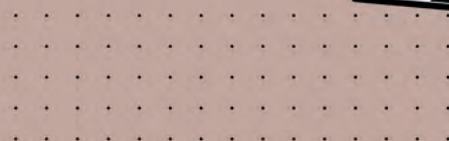
Einheitliche Abstände und Bildgrößen — egal ob Grid oder Einspalter.



So gestaltest du deine Galerie

1. **Weniger ist mehr:** Wähle Bilder, die wirklich repräsentieren, wie du fotografierst — keine Wiederholungen, keine ähnlichen Motive hintereinander.
2. **Vertraue auf klare Ordnung:** Sortiere deine Bilder bewusst: hell → dunkel, emotional → ruhig oder nach kleinen Themen. Struktur vermittelt Professionalität.
3. **Zeige, was deine Wunschkundin sehen will:** Wähle Bilder, die Erwartungen erfüllen und gleichzeitig überraschen. Die Galerie entscheidet oft darüber, ob sie sich meldet.

☐ Galerie gestalten



Dein Kontaktformular hast du bereits gebaut. Jetzt geht es darum, es korrekt auf deiner Kontaktseite einzubinden, sauber zu verknüpfen und sicherzustellen, dass alles funktioniert.

Was du heute brauchst

Das Formular aus Schritt 1 – keine Änderungen nötig.

1-2 Sätze, die einladen. (siehe Prompt)

Eines, auf dem du sympathisch rüberkommst
(gerne mit Blick in die Kamera).

„Ich brauche 1-2 kurze, einladende Sätze für meine Kontaktseite als Fotografin.“

Meine Fotorichtung ist:
[Fotorichtung einsetzen].

Mein Stil ist: ruhig, warm, echt.
Bitte gib mir 3 Formulierungen, die
Vertrauen schenken und natürlich
klingen.“



- ☐ Füge dein Kontaktformular ein

rechtliches - einfügen & fertig!!

Impressum und Datenschutzerklärung gehören zu jeder professionellen Website. Du musst dafür nichts selbst formulieren und dich auch nicht mit juristischen Details auseinandersetzen – wir haben beides von einer Fachanwältin erstellen lassen.

Du fügst die Texte einfach in deine jeweiligen Seiten ein und passt nur die Stellen an, die bei dir individuell sind (z. B. Name, Adresse, E-Mail). Mehr ist es nicht.

Was du heute brauchst

Impressum (Vorlage)

Du findest die fertige Impressum-Vorlage auf deiner Kursplattform. Diese fügst du unverändert ein und ergänzt nur deine Daten.

Datenschutzerklärung (Vorlage der Fachanwältin)

Auch diese Vorlage liegt für dich bereit. Sie ist deutlich umfangreicher, aber du musst nur die markierten Bereiche anpassen.

Diese Videos helfen dir dabei:



- ☐ Impressum einfügen
- ☐ Datenschutzerklärung einfügen



header

Der Header ist der Bereich, den deine Besucherinnen als Erstes sehen und der ihnen zeigt, wie sie sich auf deiner Website zurechtfinden. Ein klares Menü, eine ruhige Gestaltung und eine gute mobile Ansicht entscheiden darüber, ob man sich auf deiner Seite wohlfühlt.

Keine Sorge: Deine Vorlage nimmt dir schon viel Arbeit ab.
Du passt nur an, was zu dir passt.

Was du heute brauchst

Deine bereits festgelegte Sitemap

(Hast du schon auf S. 167 ff. gemacht).

Dein Logo

Einfach und lesbar – meistens reicht eine Typo-Version. (Solltest du bereits in den ersten Modulen erstellt haben, sonst hüpf nochmal kurz (!) zu Canva).

Überlegte Menübezeichnungen

Kurz, klar, verständlich (z. B. Startseite · Über mich · Angebot · Galerie · Kontakt)

Tipps für ein starkes Menü

- Maximal 5 Menüpunkte → alles andere wirkt unruhig
- Keine Untermenüs, wenn nicht unbedingt nötig
- „Kontakt“ immer sichtbar
- Logo verlinkt immer auf die Startseite
- CTA im Menü vermeiden (z. B. „Jetzt buchen“) — lieber unten auf der Seite

Diese Videos führen dich durch den Prozess:



☐ Header Menü erstellen

☐ Header bauen



footer

Der Footer ist der Bereich, den viele erst ganz am Ende der Seite wahrnehmen – und genau deshalb ist er so wichtig. Er schenkt Orientierung, bildet einen ruhigen Abschluss und enthält alle Elemente, die rechtlich und strukturell dazugehören: Impressum, Datenschutz, Kontakt und dein Instagram-Feed.

Mit deiner Vorlage ist der Grundaufbau schon da. Du passt nur an, was wirklich zu dir gehört.

Was du heute brauchst

Dein Menü / Sitemap

(um die richtigen Links zu setzen)

Instagram-Feed (optional)

Zugangsdaten/Token, falls du deinen Feed einbinden möchtest.

Rechtliche Seiten

Impressum & Datenschutz (bereits eingefügt in Schritt 8).

Tipps für einen starken Footer

- max. 3 Spalten → mehr wirkt schnell unruhig
- klare Struktur: Navigation · Kontakt · Rechtliches
- Instagram nur einbinden, wenn es gepflegt ist
- keine Call-to-Actions im Footer (die gehören auf die Seite selbst)
- auf Mobil unbedingt prüfen: Reihenfolge & Abstände

☐ Instagram Feed einfügen

☐ Footer Menü erstellen

☐ Footer erstellen



damit dich google endlich sieht!!

Eine Website ist nur dann wirklich sichtbar, wenn Google sie versteht. Damit das gelingt, richten wir jetzt dein SEO-Plugin ein. Du musst dafür keine technischen Details kennen. Das Wichtigste hast du vorher bereits vorbereitet: deine Keywords, deine Bildnamen und die Struktur deiner Seiten.

Mit dem SEO-Plugin sorgst du nun dafür, dass Google diese Inhalte richtig lesen und einordnen kann.

Was du heute brauchst

Dein Haupt-Keyword pro Seite

(kommt aus Schritt 2 – SEO Basics)

Bereits eingesetzte Texte & Überschriften

Google liest deine H-Struktur automatisch.

Ruhige Seitenstruktur

Je klarer aufgebaut, desto leichter verständlich.

Tipps für gutes SEO

- Eine Seite = ein Fokus-Keyword
- Meta-Beschreibung maximal 150–160 Zeichen
- Titel klar & natürlich: „Fotografin in [Ort] – [Name]“
- Vermeide Keyword-Wiederholungen
- Bilder sauber benannt lassen

☐ SEO einrichten



Tracking ermöglichen



Der Google Tag Manager (GTM) ist die Grundlage dafür, dass du später sehen kannst, wie viele Menschen deine Website besuchen, welche Seiten sie ansehen und woher sie kommen.

Du brauchst dafür keine technischen Kenntnisse. Du richtest den GTM einmal ein – und er läuft dann im Hintergrund automatisch mit.

Was du heute brauchst

Dein Google-Konto

(meist Gmail – reicht völlig)

Zugriff auf dein WordPress-Dashboard

Um den Code später einzufügen.

Bisschen Geduld

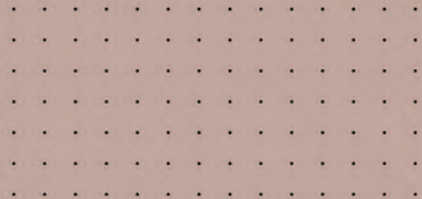
Die Einrichtung dauert nur wenige Minuten, wirkt aber komplizierter, als sie ist.



Kein Stress: Der GTM
kann nicht
„kaputtgehen“



Google Tag Manager
installieren



cookies - rechtssicher & entspannt!!



Damit deine Website rechtlich vollständig ist, brauchst du ein Cookie-Consent-Tool. Das kleine Banner am unteren Rand informiert deine Besucherinnen darüber, welche Cookies gesetzt werden — und gibt ihnen die Möglichkeit, diese zu verwalten.

Du musst keine technischen Details verstehen: Du installierst das Tool, verknüpfst es mit deinem Google Tag Manager und aktivierst die empfohlenen Einstellungen.

Fertig.

Was du heute brauchst

Zugang zum Dashboard
um die Einstellungen zu aktivieren

Deine veröffentlichte Datenschutzerklärung
(damit das Tool den Link automatisch setzen kann)



gleich geschafft!

SCHRITT 13 - COOKIE CONSENT TOOL EINRICHTEN

☐ Cookie Consent Tool installieren

☐ Cookie Consent Tool einrichten



Atme einmal tief durch – das ist der letzte technische Schritt vor dem Feinschliff.

Der Tag Manager verbindet deine Website mit Google. Darüber laufen später Tracking-Tags (z. B. Google Ads) – falls du sie irgendwann benötigst.

Das Consent-Tool sorgt dafür, dass deine Website DSGVO-konform ist. Besucher:innen können Cookies erlauben oder ablehnen – und du bist auf der sicheren Seite.

Damit Google deine Seite korrekt findet und indexiert, meldest du sie in der Search Console an. Das ist der Moment, in dem du Google offiziell „Hallo, hier bin ich!“ sagst.



- ☐ Google Tag Manager installieren
- ☐ Cookie-Consent-Tool installieren
- ☐ Cookie-Consent-Tool einrichten
- ☐ Google Search Console einrichten / Website live schalten



passt alles? letzter check.

CHECKLISTE

- ☐ Buttons funktionieren (keine toten Links)
- ☐ Interne & externe Links funktionieren
- ☐ Kontaktformular funktioniert (Test gemacht)
- ☐ Spalten & Abstände sind konsistent
- ☐ Mobile Darstellung geprüft (Tablet & Mobil)
- ☐ Bilder sind sauber dargestellt (nicht verzogen, nicht gequetscht)
- ☐ Die Seite wirkt klar, ruhig & professionell
- ☐ Jede Seite hat einen sichtbaren CTA
- ☐ Bilder sind komprimiert → gute Ladezeit



Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Kennst du den Spruch "Eat the frog first!"? Heißt ganz einfach, dass du die unangenehmen Dinge zuerst erledigen sollst. Denn klar, auf manche To-Dos haben wir so gar keine Lust. Doch da sie ja eh gemacht werden müssen, machen wir sie lieber gleich und fühlen uns danach auch viel besser!



FOTOGRAFIE

Probier mal auf deinen Bildern bewusst leere Flächen einzubeziehen. Viel Himmel, eine weiße Wand. Unter Beachtung der Drittel-Regel könntest du etwa zwei Drittel des Bildes diesen Negativ-Räumen überlassen und dein Objekt nur in einem Drittel platzieren.



MINDSET

Fühlst du dich manchmal wie ein Hochstapler? Weil du doch gar keine Fotografenausbildung hast? Weil das, was du machst, doch jeder könnte? Weil die Erfolge doch Zufall waren? Waren sie nicht! Und du bist auch alles andere als ein Hochstapler. Das, was du erreicht hast, ist real. Das was du kannst, kann eben nicht jeder. Und überschlage doch mal die ganzen Stunden, die du schon in deine Fotografie gesteckt hast. Die ganzen Jahre. Das ist doch sogar mehr als eine Ausbildung. Du bist Fotografin!

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit dem Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Website gebaut	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nerdig gefühlt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Geflucht, weil was nicht funktioniert	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Stolz gewesen, weil es dann doch klappt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fotos bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8

GEWERBE ANMELDEN



Eine Ode an den Papierkram!



Doch wirklich! Denn Dank des Papierkrams bist du ganz offiziell Fotografin. Das steht Schwarz auf Weiß auf deinem Gewerbeschein. Lass uns dem Papierkram also einen kleinen Sympathie-Bonus geben. Und uns jetzt gemeinsam um ihn kümmern.

In dieser Woche erledigen wir alle Behördengänge.

Übrigens: Für Fotografen gibt es seit 2004 keine Meisterpflicht mehr. Das heißt auch ohne offizielle Ausbildung kannst du dich Fotografin nennen.

Dein Plan für Woche #8

ZIEL:

Nägel mit Köpfen machen und deine Fotografie offiziell anmelden.

TO DO

01 Verschaffe dir einen Überblick S. 185. ☐

... wenn du neben deinem Hauptjob gründest. S. 186. ☐

... wenn du in der Elternzeit gründest. S. 187. ☐

... wenn du dich 100% Selbstständig machst. S. 188. ☐

... wenn du aus der Arbeitslosigkeit gründest. S. 189. ☐

02 Melde dein Gewerbe an. S. 190. ☐

03 Schau dir das Interview mit Finn an. S. 191. ☐

04 Kläre deine Versicherungen. S. 191. ☐

Wenn noch Zeit ist:
Baue weiter an deiner Website.

WAS KOMMT AUF DICH ZU?



GEWERBEAMT

Hier meldest du dein Gewerbe an. Das brauchst du, um mit deiner Fotografie auch Geld verdienen zu können.

Wichtig: Da du Auftragsfotografie machen wirst, bist du nicht künstlerisch tätig. Du bist also kein Freiberufler.

"Kleingewerbe" wird wie normales Gewerbe angemeldet. Die Kleinunternehmerregelung hat nur steuerliche Auswirkungen.

HANDWERKSKAMMER

Da du Auftragsfotografie machst (du wirst von deinen Kunden gebucht), bist du im "Handwerklichen Bereich" der Fotografie tätig. Dein Gewerbe muss in die Handwerksrolle eingetragen werden und du musst Mitglied der Handwerkskammer werden.

Anders wäre es, wenn du einfach ohne Auftraggeber fotografierst und die Bilder nachher verkaufst. Dann bist du Künstler und trittst der Künstler-sozialkasse bei.

KRANKENKASSE /BG

Lass bei deiner Krankenkasse prüfen, ob sich dein Beitrag ändert.

Die Berufsgenossenschaft ist optional, wenn du weniger als 100 Tage im Jahr als Fotografin arbeitest. Dann kannst du dich befreien lassen. **Melde dich dort in jedem Fall.**

Finanzamt & Steuern machen wir nächste Woche

- ☐ Hol dir das OK von deinem Arbeitgeber. Dieser darf nur in wenigen Fällen deinen Wunsch ablehnen.
- ☐ Gewerbeanmeldung beim Gewerbeamt vornehmen (online oder vor Ort). Spickzettel findest du hier im Buch.
- ☐ Den Steuerlichen Erfassungsbogen füllen wir nächste Woche zusammen aus. Sende ihn mittels ELSTER an das Finanzamt.
- ☐ Bei Handwerkskammer melden (wenn die sich nicht selbst binnen 14 Tage gemeldet haben). www.handwerkskammer.de
- ☐ Bei der Krankenkasse melden. Die prüfen, ob sich etwas an deinem Beitrag ändert.
- ☐ Versicherungen prüfen: Betriebshaftpflicht und ggf. Equipment versichern. Dazu gleich mehr.
- ☐ Verpackungsmittelgesetz: Registrieren, wenn du etwas verschickst. <https://www.verpackungsregister.org/>
- ☐ Melde dich bei der Berufsgenossenschaft, wenn du dich dort befreien lassen möchtest. So vermeidest du, dass du automatisch angemeldet wirst und rückwirkend zahlst.

- ☐ Hol dir das OK von deinem Arbeitgeber, dass du in der Elternzeit (und darüber hinaus) dein Nebengewerbe hast.
- ☐ Elterngeld: Wechsle ggf. von Basiselterngeld auf Elterngeld Plus. Informiere die Elterngeldstelle und beachte die Höhe der Freibeträge. Mehr Infos unter www.bmfsfj.de
- ☐ Gewerbeanmeldung beim Gewerbeamt vornehmen (online oder vor Ort). Spickzettel findest du hier im Buch.
- ☐ Den Steuerlichen Erfassungsbogen füllen wir nächste Woche zusammen aus. Sende ihn mittels ELSTER an das Finanzamt.
- ☐ Bei Handwerkskammer melden (wenn die sich nicht selbst binnen 14 Tage gemeldet haben). www.handwerkskammer.de
- ☐ Bei der Krankenkasse melden. Die prüfen, ob sich etwas an deinem Beitrag ändert.
- ☐ Versicherungen prüfen: Betriebshaftpflicht und ggf. Equipment versichern. Dazu gleich mehr.
- ☐ Verpackungsmittelgesetz: Registrieren, wenn du etwas verschickst. <https://www.verpackungsregister.org/>
- ☐ Melde dich bei der Berufsgenossenschaft, wenn du dich dort befreien lassen möchtest. So vermeidest du, dass du automatisch angemeldet wirst und rückwirkend zahlst.

- ☐ Gewerbeanmeldung beim Gewerbeamt vornehmen (online oder vor Ort). Spickzettel findest du hier im Buch.
- ☐ Den Steuerlichen Erfassungsbogen füllen wir nächste Woche zusammen aus. Sende ihn mittels ELSTER an das Finanzamt.
- ☐ Bei Handwerkskammer melden (wenn die sich nicht selbst binnen 14 Tage gemeldet haben). www.handwerkskammer.de
- ☐ Bei der Berufsgenossenschaft melden und Mitglied werden. www.bgetem.de
- ☐ Bei Krankenkasse (an-)melden. Du bekommst einen Fragebogen und musst deinen Umsatz schätzen.
- ☐ Bei Rentenversicherung melden und freiwillig versichern. Sonst selbst vorsorgen. www.deutsche-rentenversicherung.de
- ☐ Versicherungen prüfen: Betriebshaftpflicht und ggf. Equipment versichern. Dazu gleich mehr.
- ☐ Verpackungsmittelgesetz: Registrieren, wenn du etwas verschickst. <https://www.verpackungsregister.org/>
- ☐ Melde dich bei der Berufsgenossenschaft, wenn du dich dort befreien lassen möchtest (das geht allerdings nur, wenn du weniger als 100 Tage im Jahr als Fotografin arbeitest und keine Mitarbeiter*innen hast). So vermeidest du, dass du automatisch angemeldet wirst und rückwirkend zahlst.

- Prüfe vor der Gewerbeanmeldung, ob du einen Anspruch auf **Existenzgründungszuschuss** hast. Dafür musst du mindestens einen Tag "arbeitslos" gemeldet sein und noch mindestens 150 Tage Anspruch auf ALG I haben. Das Gewerbe darf erst nach der Antragstellung angemeldet werden.
- Höhe des Zuschusses: 300 Euro plus den gleichen Monatsbetrag, den du als Arbeitslosengeld bezogen hättest. Option auf Verlängerung. Achtung: Du musst dich dann krankenversichern!
- Während der bestehenden Arbeitslosigkeit (wenn du also als "arbeitslos" gemeldet bist) dürfen nicht mehr als 15 Stunden die Woche gearbeitet und nicht mehr als 165 Euro verdient werden. Dieser Betrag gilt als Freibetrag.

Ist der Zuschuss bewilligt, giltst du als "arbeitssuchend". Dann bekommst du kein ALG I mehr, bist aber auch stunden- und einnahmentechnisch nicht eingeschränkt und musst dich auch nicht bewerben. Du kannst dich also voll und ganz auf deine Selbstständigkeit konzentrieren.

- Sonderfall Harz IV: Neben ALG II ist eine Selbstständigkeit möglich. Ggf. Leistungskürzend.

Besprich Zuschüsse, Freibeträge, etc. mit deinem Jobcenter.

- Gewerbeanmeldung beim Gewerbeamt vornehmen (online oder vor Ort). Spickzettel findest du hier im Buch.
- Den Steuerlichen Erfassungsbogen füllen wir nächste Woche zusammen aus. Sende ihn mittels ELSTER an das Finanzamt.
- Bei Handwerkskammer melden (wenn die sich nicht selbst binnen 14 Tage gemeldet haben). www.handwerkskammer.de
- Bei der Krankenkasse melden. Die prüfen, ob sich etwas an deinem Beitrag ändert.
- Versicherungen prüfen: Betriebshaftpflicht und ggf. Equipment versichern.
- Verpackungsmittelgesetz: Registrieren, wenn du etwas verschickst. <https://www.verpackungsregister.org/>
- Melde dich bei der Berufsgenossenschaft, wenn du dich dort befreien lassen möchtest. So vermeidest du, dass du automatisch angemeldet wirst und rückwirkend zahlst.



SPICKZETTEL GEWERBEANMELDUNG



Anmeldung beim Gewerbeamt deiner Stadt. Ist oft auch nur noch online möglich. Kosten ca. 25-30 €.

Art des angemeldeten Betriebes: "Handwerk" ankreuzen. (Zumindest wenn du vor hast Auftragsfotografie zu machen, also nur tätig wirst, wenn dich Kunden vorher buchen.)

Nebenerwerb: Ankreuzen, wenn du (vorerst) noch deinem Hauptjob nachgehst und die Fotografie nebenbei machst.

Firmenname: Als Einzelunternehmer ist dein Firmenname dein Name. Du kannst noch einen Zusatz hinzufügen.

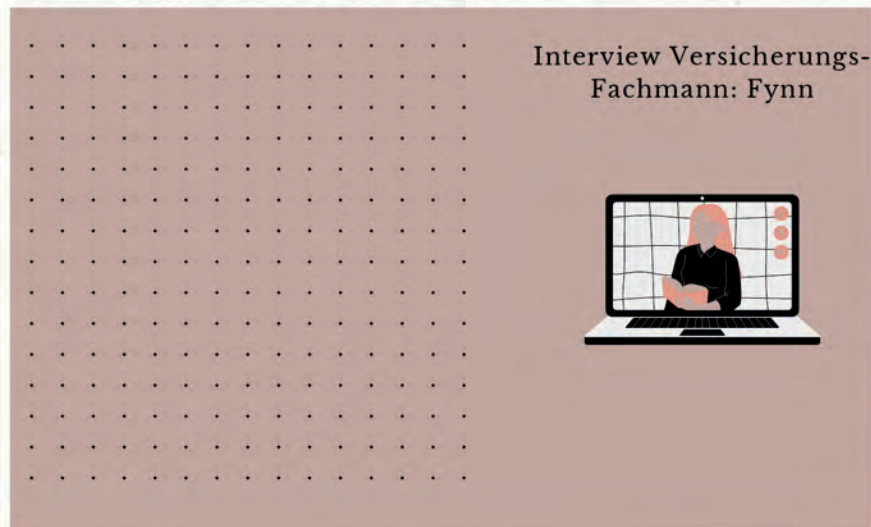
Betriebsstätte: Dein Wohnsitz.

Angemeldete Tätigkeit: Fotografie.

Zusatz: Hast du noch andere Tätigkeiten, verkaufst du etwa Presets, dann muss das auch mit in die Beschreibung rein.

Frage bei der Gewerbeanmeldung nach, ob du dich selbst bei der Handwerkskammer melden sollst, oder ob die Daten automatisch übermittelt werden. Das ist überall anders. Musst du dich selbst melden, dann schicke der HK deine Gewerbeanmeldung. Dem Finanzamt musst du den steuerlichen Erfassungsbogen schicken!

■ Schau dir das Interview mit Fynn an



- **Betriebshaftpflicht-Versicherung:** Sichert alle Schäden ab, die du anderen beim Fotografieren zufügst.
- **Equipment-Versicherung:** Schützt Kamera & Co., wenn du sie kaputt machst. Lohnt sich, wenn du deine essentielle Ausrüstung nicht aus eigener Tasche ersetzen könntest.
- **Rechtsschutz-Versicherung:** Hilft dir, wenn du klagen willst. Dann musst du nämlich die Prozesskosten vorstrecken.

Platz für deine Notizen

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Plane deine Zeiten realistisch. Lass dafür mal einige Wochen lang immer Toogle (kostenloses Tool) mitlaufen. So bekommst du ein gutes Gefühl dafür, wie lange du tatsächlich für Bildbearbeitung, Kundenanfragen & Co. brauchst. Dann kannst du bald deine Zeit so planen, dass du alle To-Dos auch wirklich schaffst.



FOTOGRAFIE

Nachdem du gerade mit Negativ-Räumen im Bild experimentiert hattest, machen wir nun das Gegenteil. Fotografiere bildfüllend. Lass Personen das gesamte Bild einnehmen. Auch toll bei Gesichtern. Probiere es aus.



MINDSET

Wie zufrieden bist du mit deinen Fortschritten? Oft sind wir ja wahnsinnig ungeduldig mit uns selbst. Dabei sollten wir das Gegenteil sein. Wenn ich Sport mache, erwarte ich direkt Bauchmuskeln. Wenn ich mal einen Tag auf Süßes verzichtet habe, soll ich doch bitte direkt schlank sein. Nur so läuft es ja leider nicht. Sei geduldig. Mit deinem Business. Mit deinen Fortschritten. Mit dir.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Kurs-Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
To-Do abgehakt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerrunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Papierkram gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vor der Kamera gewesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9

BUCHHALTUNG



MIT RECHNUNGSPROGRAMM



Buchhaltung gehört selten zu unseren Lieblingsaufgaben in der Selbstständigkeit. Mit einem Rechnungsprogramm ist es aber halb so schlimm. Deshalb holen wir uns in dieser Woche Lexoffice. Richten es richtig ein und erstellen dir auch gleich noch eine Rechnungsvorlage. Danach bist du bereit für zahlende Kunden.

Lexoffice kostet dich monatlich knapp 10 Euro. Das Programm hilft dir dafür bei der Buchhaltung. Arbeitest du jetzt oder in Zukunft irgendwann mal mit einem Steuerberater zusammen, so kann dieser direkt auf das Programm zugreifen. Was praktisch ist. Außerdem läufst du mit diesem Programm nicht Gefahr, dass das Finanzamt deine Rechnungen moniert.

Willst du für den Anfang noch kein Rechnungsprogramm nutzen, findest du hier im Kursbuch eine Vorlage für eine korrekte Rechnung.

Dein Plan für Woche #9

ZIEL:

Ein System in deine Buchhaltung bringen.

TO DO

01 Fülle den Steuerlichen Erfassungsbogen aus. ☐

02 Entscheide dich für die Buchhaltung mit oder ohne Lexoffice. ☐

03 Melde dich bei Lexoffice an und richte es ein: ☐

↕
oder
↕

04 Lege dir ein Buchhaltungssystem & Rechnungsvorlage an. ☐

Lexoffice ja oder nein?

Lexoffice ist ein Buchhaltungsprogramm, das dir hilft, deine Belege zu verwalten, Rechnungen zu schreiben und Zahlungen im Blick zu haben. Es ist kostenpflichtig. Lohnt es sich für dich nicht, kannst du deine Buchhaltung auch ohne das Programm machen.

helfen lassen?

Steuern sind ein Teil deines Fotobusiness, den du nicht ignorieren solltest.

In diesem Kurs bekommst du alle Grundlagen, die du brauchst, um zu verstehen, was wichtig ist und wie die typischen Abläufe funktionieren. Was dieser Kurs jedoch nicht leisten kann, ist eine individuelle steuerliche Beratung – denn jede private und familiäre Situation sieht anders aus.

Deshalb empfehlen wir dir langfristig, mit einer/m Steuerberater:in zusammenzuarbeiten.

Gerade wenn dein Business wächst oder sich dein privates Umfeld verändert, ist es unglaublich wertvoll, jemanden zu haben, der dich durch deine persönliche Situation führt und deine Fragen zuverlässig beantwortet. Ein guter Steuerberater spart dir am Ende Zeit, Nerven und oft auch Geld.

Wie findest du eine/n gute/n Steuerberater:in?

1. Persönliche Empfehlung

Frag andere Fotograf:innen oder Selbstständige in deiner Region. Oft bekommst du so die zuverlässigsten Kontakte.

2. Spezialisierung auf Kreative

Viele Kanzleien haben Erfahrung mit Fotograf:innen, Designer:innen oder kleinen Gewerben. Darauf achten lohnt sich – die Beratung ist dann deutlich passender.

3. Kostenloses Erstgespräch nutzen

Viele bieten ein kurzes Kennenlernen an.

Achte auf:

- versteht die Person deine Situation?
- erklärt sie verständlich?
- fühlst du dich gut aufgehoben?

4. Preise klar besprechen

Frag direkt nach:

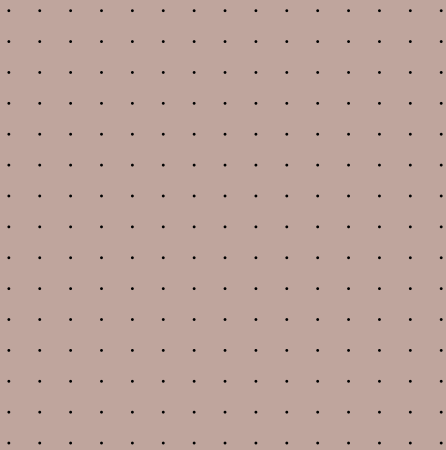
- Was kostet die monatliche Betreuung?
- Was kostet der Jahresabschluss?
- Welche Leistungen sind enthalten?

5. Digital arbeiten erleichtert alles

Viele Kanzleien arbeiten inzwischen digital (Belege fotografieren, Cloud-Upload etc.). Das spart enorm viel Zeit und passt gut zu einem Fotobusiness.



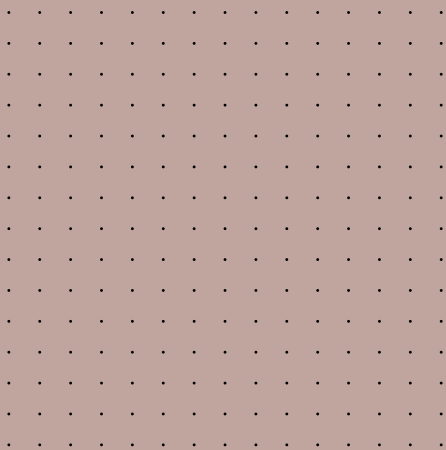
☐ Melde dich bei Elster an



Anmeldung bei Elster

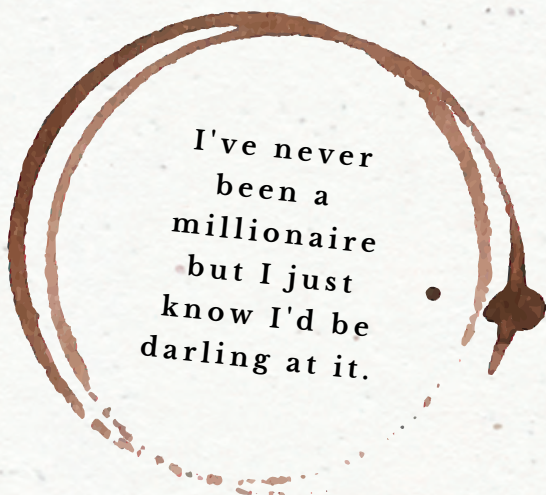


☐ Fülle den Steuerlichen Erfassungsbogen aus



Steuerlichen Erfassungsbogen
ausfüllen





Spickzettel



SPICKZETTEL STEUERLICHER ERFASSUNGSBOGEN



Das Formular findest du bei Elster. Dort registrierst du dich. Zukünftig laufen deine Steuern über das Portal. #digital

In den Zeilen 4 - 6 (= Angaben zum Steuerpflichtigen) des steuerlichen Erfassungsbogens müssen deine persönlichen Daten. Ob du privat gemeinsam mit deinem Mann veranlagt bist, spielt hier keine Rolle.

Für dein Gewerbe musst du eine neue Steuernummer beantragen.

Tätigkeit benennen: Nimm hier das, was du im Gewerbeschein eingetragen hast: Fotografin.

Firmenname: Als Einzelunternehmer ist dein Firmenname dein Name. Du kannst noch einen Zusatz hinzufügen.

In der Zeile 11 (= Angaben zur Steueridentifikationsnummer) gibst du deine persönliche Identifikationsnummer (= auch Steuer-ID genannt) an.

Gewinnschätzung: Gib lieber weniger an. Du kannst es jederzeit anpassen, wenn es doch mehr wird.

Gewinnermittlungsart: Einnahmen-Überschuss-Rechnung.

Kleinunternehmerregelung: War auf S. 111 Thema.

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: beantrage sie einfach mit, falls du mal im Ausland fotografieren willst.

Soll- oder Ist-Versteuerung: Ist-Versteuerung. Dann wird nach Zahlungsdatum und nicht Rechnungsdatum versteuert.



Lexoffice Anmeldung und Erklärung

Lex Office Konto erstellen
und Schritt für Schritt kennen
lernen & ausfüllen



Für Österreich & Schweiz: Nutze für deine
Buchhaltung das Programm "SevDesk".

Ein Geschäftskonto
ist gesetzlich nicht
vorgeschrieben. Es
erleichtert aber deine
Buchhaltung, wenn du
private und
geschäftliche
Zahlungen trennst.

Als Unternehmerin bist du gesetzlich zur “ordnungsgemäßen Buchhaltung” verpflichtet. Was das genau bedeutet und wie du dieser Verpflichtung ohne ein Rechnungsprogramm nachkommst, findest du hier zusammengefasst:

- ☐ Bekomme einen Überblick über die Buchhaltung.

Wichtige Tipps für die Erstellung deiner Buchhaltung von Eva Nöth.



- ☐ So füllst du Rechnungsbelege ordentlich aus.

Rechnungsbelege: Tipps zum Inhalt & Checkliste von Eva Nöth



- ☐ So füllst du Bewirtungsbelege ordentlich aus.

Info Bewirtungsbelege von Eva Nöth



RECHNUNGEN ERSTELLEN

Schreibe für jeden Kunden eine Rechnung. Du brauchst das als Nachweis fürs Finanzamt. In die Rechnung gehören alle Angaben deiner Leistung, der Preis und ein Zahlungsziel. Jede Rechnung muss außerdem eine Nummer haben. Alle deine Rechnungen müssen fortlaufend nummeriert sein. Sonst bekommst du Probleme mit dem Finanzamt. Bei Lexoffice wird diese Nummerierung automatisch vorgenommen.

Rechnungen an Unternehmen solltest du immer in Papierform schicken.

Als Kleinunternehmer schreibst du "Kein Ausweis der Umsatzsteuer aufgrund der Anwendung der Kleinunternehmerregelung (§ 19 UStG)".

Thema Mahnung: Sei freundlich aber klar. Und setze immer eine Zahlungsfrist (2 Wochen). Mein Tipp: Versuche es aber vorher nochmal telefonisch oder per WhatsApp. Das ist charmanter und ihr kennt euch ja auch persönlich nach dem Shooting. Ich musste in 5 Jahren übrigens nur einmal meinem Geld hinterher rennen.

Was auf eine Rechnung gehört, regelt § 14 Abs. 4 UStG:

Dein Name & Anschrift

Name & Anschrift deines Kunden

Deine Steuernummer

Ausstellungsdatum

Art & Umfang der Leistung

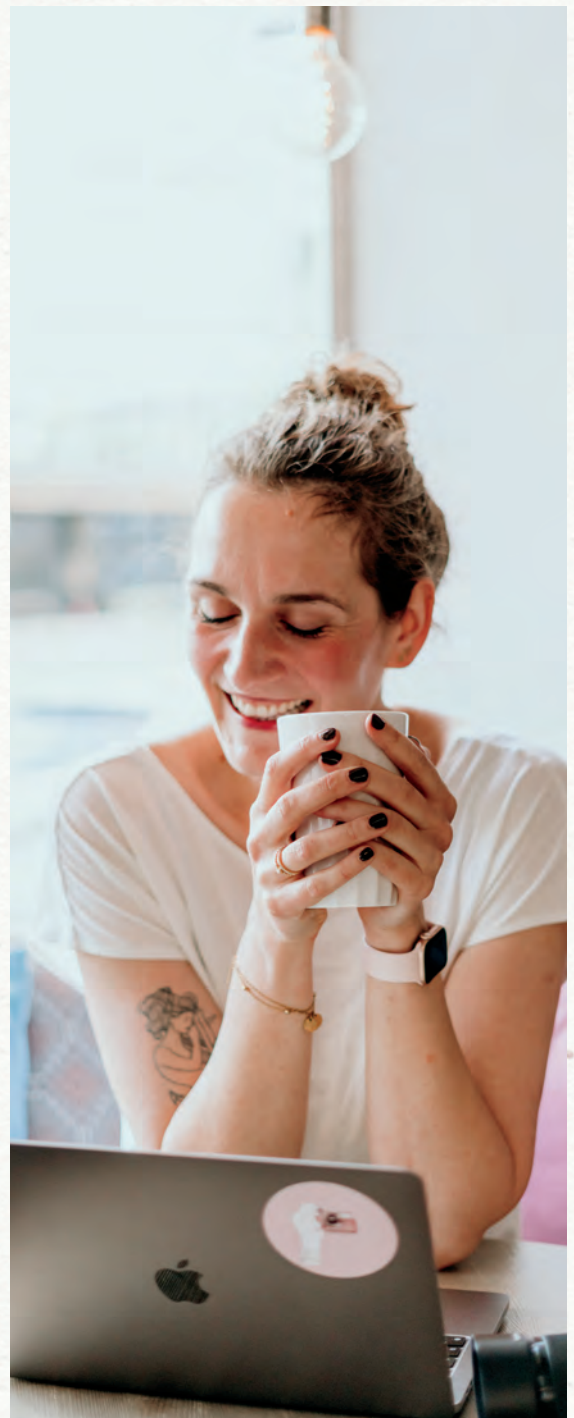
Zeitpunkt der Leistung (Shooting)

Steuersatz 19%
(Ausnahme: Kleinunternehmerregelung)

Rechnungsbetrag



Rechnungsstellung als
Kleinunternehmer -
von Eva Nöth







DEINE FOTOGRAFIE

www.wirklichtolleseite.de • (0221) 123-56 • hallo@deinefotografien.de
Bilderstraße 43, 12345 Musterstadt • Steuernummer 12/345/67890

RECHNUNG

NR. 22001

RECHNUNGSEMPFÄNGER
Dein Kunde
Anschrift (bei Firmenkunden genaue
Bezeichnung der Firma!)

ZAHLUNGSDATEN
Dein Business
Kontoinhaber: Dein Name
IBAN: DE41500105170123456789
BIC: QWESAXYYSA

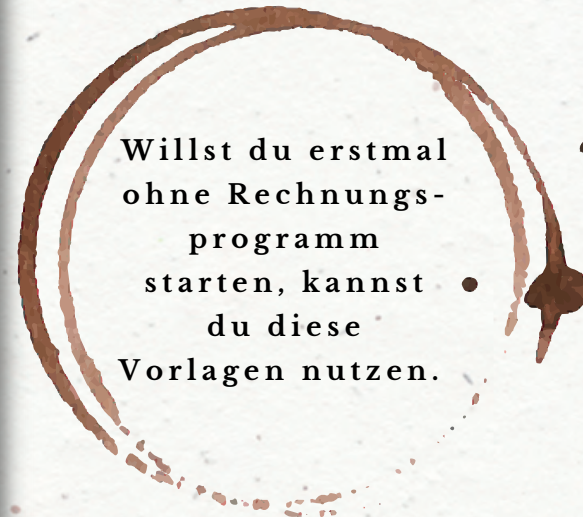
RECHNUNGSDATUM: DATUM HEUTE

ZAHLUNGSZIEL: DATUM IN 14 TAGEN

LEISTUNG	MENGE	BETRAG
Shooting 2 Stunden	1	449,00 €
Extras: Fotoalbum	1	249,00 €
		GESAMT-SUMME*
		698,00 €

*Umsatzsteuerfreie Leistung gemäß §19 UStG.

VIELEN DANK FÜR DEIN VERTRAUEN UND DIE GUTE ZUSAMMENARBEIT!



DEINE FOTOGRAFIE

lleseite.de • (0221) 123-56 • hallo@deinefotografien.de
12345 Musterstadt • Steuernummer 12/345/67890

RECHNUNG

NR. 22001

RECHNUNGSEMPFÄNGER

Dein Kunde

Anschrift (bei Firmenkunden genaue
Bezeichnung der Firma!)

ZAHLUNGSDATEN

Dein Business

Kontoinhaber: Dein Name
IBAN: DE41500105170123456789
BIC: QWESAXYYSA

RECHNUNGSDATUM: DATUM HEUTE

ZAHLUNGSZIEL: DATUM IN 14 TAGEN

Platz für deine Notizen

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Fällt es dir manchmal schwer, dich zu disziplinieren? Ein guter Trick ist es, hier eine Verpflichtung einzugehen. Hole jemanden ins Boot und vereinbare, dass du ihm Summe XY bezahlst, wenn du nicht bis Datum XY dein Vorhaben umgesetzt hast.



FOTOGRAFIE

Achte auf Linien im Bild. Der Horizont sollte immer auf einer geraden Linie sein. Gibt es andere auffällige Linien in dein Bild, etwa aus dem Hintergrund, dann sollten diese nicht "durch" deine Personen durchführen.



MINDSET

Wir sind keine Maschinen. Wir brauchen Pausen. Wir haben Limits. Akzeptiere das und mache dich nicht fertig, nur weil du heute mal weniger geschafft hast als gestern. Lass dich von deinen Limits aber auch nicht unnötig einschränken. Geh an all deine Vorhaben immer erstmal mit der Einstellung ran, dass du es schaffen wirst. Auch wenn du es vielleicht gestern nicht geschafft hast. Aber heute ist immerhin ein neuer Tag. Alles kann - nichts muss.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kurs-Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Rechnung geschrieben	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Steuern verflucht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeerunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Glücklich gewesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Kamera in der Hand gehabt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Selfie gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bilder bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Herzklopfen gehabt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10

MARKETING #1



WIR MACHEN AUF DICH AUFMERKSAM



Werbung und Marketing haben ja oft so einen unangenehmen Beigeschmack. Aufschwätzen. Andrehen. Zuspammen. Sowas wollen wir mit unserem Fotografie-Business eigentlich gar nicht erst in Verbindung bringen. Und das machen wir auch nicht. Richtig gemacht ist, Marketing nämlich ganz anders: Nützlich und schön!

In dieser Woche schauen wir uns an, wie Marketing funktioniert. Außerdem entwickeln wir deine Marketing-Strategie und richten Google Ads ein – für den Anfang dein wichtigstes Tool, um an Kunden zu gelangen. Denn mit Google Ads sorgst du dafür, dass du ganz oben bei den Suchanfragen auftauchst, wenn potentielle Kunden nach einem Fotografen in deiner Region suchen.

Schreiben werden wir die Anzeige dann in der nächsten Woche gemeinsam.

Dein Plan für Woche #10

ZIEL:

Marketing & Google Ads verstehen

TO DO

01 Kundenreise und Werbestrategien verstehen S. 214.



02 Verstehe Google Ads S. 215 ff.



03 Erstelle dir ein Google Konto S. 217.



04 Erstelle und richte dir ein Google Ads Konto ein S. 218.



05 Schau dir das Google Ads Dashboard an S. 218.



06 Erstelle deine erste Kampagne S. 219.



07 Pausiere die Kampagne.



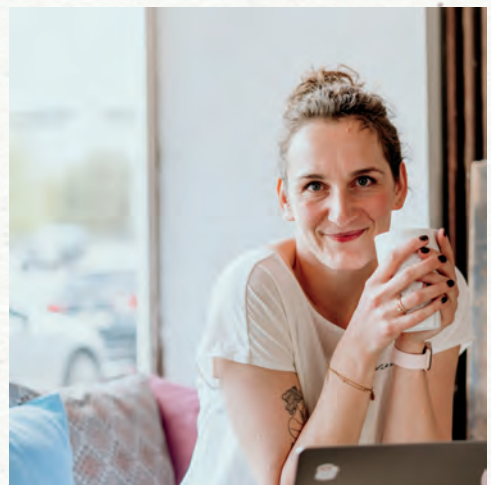
Auf der Kursplattform
findest du einen
kleinen Instagram-Kurs
- falls du hier deinen
Schwerpunkt legen
möchtest.

MARKETING & WERBUNG



MARKETING

Marketing ist alles. Dein ganzer Planet. Denn Marketing ist die gesamte Art, wie du dein Fotografie-Business führst und gestaltest. Wie du deine Webseite baust. Wie dein Kundenkontakt aussieht. Wie du dich auf den sozialen Netzwerken zeigst. Einfach alles.



WERBUNG

Werbung ist hingegen das, was du nach außen transportieren willst. Deine Rakete, die zu anderen Planeten fliegen kann. Zu anderen Kunden. Denn schließlich ist dein Planet ziemlich cool! Der muss unbedingt entdeckt werden.

**Marketing ist keine
Zauberei. Dein
Werbudget verpufft
nicht einfach auf
Nimmerwiedersehen.
Mit der richtigen
Strategie ist es
vielmehr der perfekte
Antrieb für dein
Business.**

Deine Marketing-
Strategie





Die Kundenreise:

Wenn du deine Kunden ansprichst, ist es wichtig, sie genau dort abzuholen, wo sie sind. Dazu schauen wir uns die Kundenreise an. Stell dir die vielleicht so vor, wie den Weg von der ersten Klasse bis zum Schulabschluss. Jede Klasse braucht einen extra Lernstoff.

Bei deinen Kunden ist das ebenso. Manche kennen weder dich, noch haben sie sich je Gedanken über Fotos gemacht. Sie stehen noch ganz am Anfang der Kundenreise und brauchen andere Infos als solche Kunden, die schon längst auf deiner Website waren und schon fast am Ende der Reise angelangt sind.

Kalte Zielgruppe: Haben sich noch gar keine Gedanken zu Fotos gemacht. Dass gute Fotos sie glücklich machen können, davon musst du sie noch überzeugen.

Warme Zielgruppe: Kennen den Vorteil guter Fotos, aber dich und dein Angebot kennen sie noch nicht.

Heiße Zielgruppe: Diese potentiellen Kunden waren schon auf deiner Website, kennen deine Bilder und wollen dich auch gern buchen. Aber etwas hält sie noch davon ab. Oder vielleicht haben sie es auch nur vergessen?



Was du immer
machen kannst in
Sachen Werbung.



WIE WIRKT WELCHE WERBUNG? (UND FÜR WEN?)



Google Werbung

Spricht die warme Zielgruppe an. Wer googelt, sucht schon gezielt nach einer Problemlösung.

Vorteil: Du fängst nicht bei Null mit der Überzeugungsarbeit an.

Wir konzentrieren uns jetzt auf Google Werbung, weil du hiermit schnell Buchungen bekommen kannst. Und genau das wollen wir ja am Anfang, damit dein Business wächst.

Facebook / Insta

Hier kannst du ganz wunderbar auch die kalte Zielgruppe erreichen.

Außerdem kannst du die Plattformen prima für Content Marketing nutzen. Dabei gibst du Mehrwert für deine Zielgruppe und bekommst so eine kostenlose Werbeplattform. Kostet dich aber viel Zeit, dauert eine Weile, bis überhaupt Buchungen kommen und sollte dir unbedingt Spaß machen.

Auf der Kursplattform findest du einen kleinen Instagram-Kurs - falls du hier deinen Schwerpunkt legen möchtest.



Weiterempfehlung

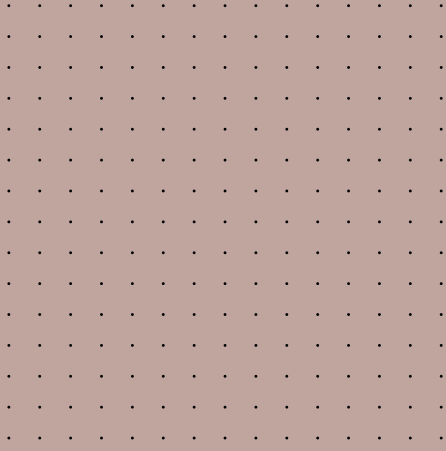
Zufriedene Kunden sind natürlich die beste Werbung.

Und in ein paar Jahren wirst du auch kräftig von diesen Weiterempfehlungen profitieren.

Bis es soweit ist, musst du aber erstmal viele zufriedene Kunden haben. Deshalb konzentrieren wir uns am Anfang auf andere Werbestrategien. Sonst würdest du nur im Schneckentempo wachsen.



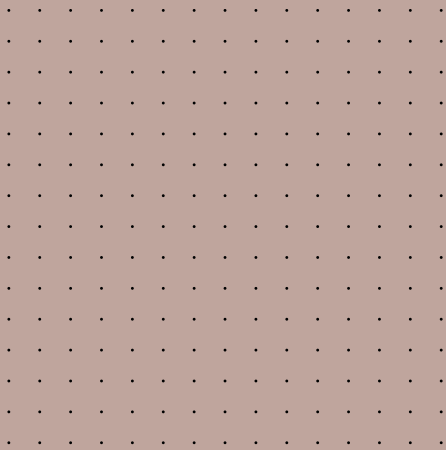
■ Erstelle dir ein Google Konto



Google Konto erstellen



■ Verstehe Google Ads



Google Ads: Was ist es und wie nutzt du es?





■ Erstelle und richte dir ein Google Ads Konto ein

Google Ads Konto einstellen
und einrichten



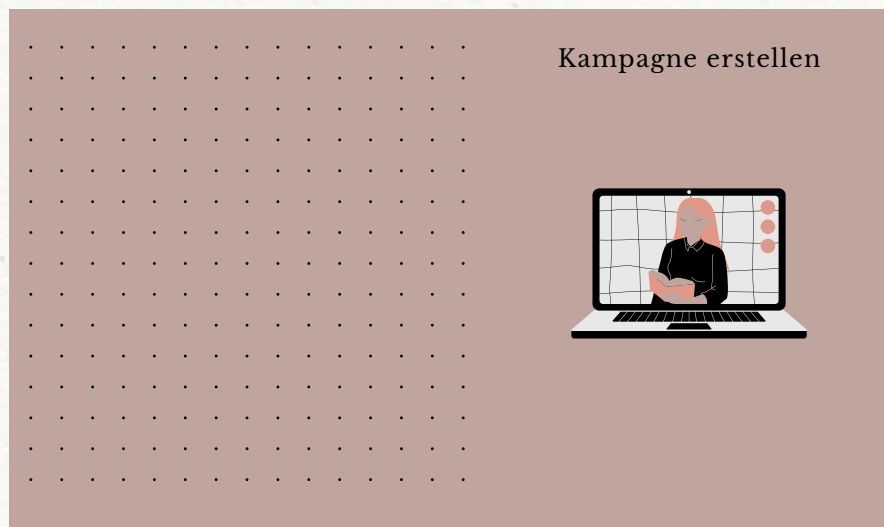
■ Lerne das Google Ads Dashboard kennen

Google Ads Dashboard
vorstellen





■ Erstelle deine Google Ads Kampagne



S P I C K Z E T T E L F Ü R D E I N E E I N S T E L L U N G E N

- ☐ Ziel auswählen: "Kampagne ohne Zielvorhaben erstellen"
- ☐ Kampagnentyp: "Suche"
- ☐ Ziel der Kampagne: Websitebesuche
- ☐ Kampagnenname: Fotografie
- ☐ Gebote: Gebotsstrategie auswählen - Klicks
- ☐ Weitere Einstellungen: Anzeigenrotation - Optimieren
- ☐ Kampagneneinstellung:
 - Displaynetzwerk deaktivieren
 - Standort: Wo soll die Anzeige ausgespielt werden?
 - Standortoption: Präsenz
 - Sprache (Browsersprache): Deutsch und Englisch
 - Weitere Einstellung: Start und Enddatum
- ☐ Name der Anzeigengruppe: Deine Fotorichtung
- ☐ Keywords und Anzeigen: Mache es jetzt oder später (Videos kommen im nächsten Modul)
- ☐ Budget: Mindestens 5-10 € pro Tag
- ☐ Überprüfung: Kampagne Veröffentlichen
- ☐ Hast du Keywords, Anzeigen und Erweiterungen eingefügt? Dann lasse die Kampagne jetzt laufen.
Hast du Keywords, Anzeigen und Erweiterungen nicht eingefügt? Dann pausiere die Kampagne und füge sie erst hinzu.

Die
Einstellungen
kannst du
später
verändern.

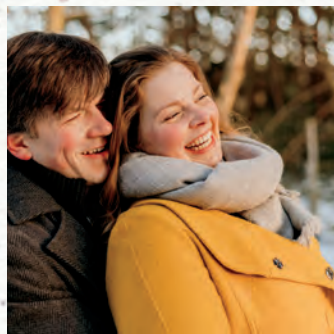
Platz für deine Notizen

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Hast du schon Stunden in deinem Job reduziert? Falls nicht, solltest du mal drüber nachdenken. Klar, erst fühlt sich der Schritt unsicher an. Doch später wirst du dich fragen, warum du immer so viel Zeit und vor allem auch Energie für jemand anderen investiert hast und nicht für dich. Rechne doch mal durch, wieviel Geld du monatlich für Miete, Leben & Co. brauchst und schau, mit wie vielen Wochenstunden du auf diese Summe kommen würdest.



FOTOGRAFIE

Achte bei deinen Bildern darauf, dass nichts von den Personen ablenkt. Habe dafür immer ein Auge auf die Umgebung. Mir fällt das leichter, wenn ich nicht durch den Sucher sondern auf das Display schaue. Dann habe ich einen Rund-um-Blick.



MINDSET

Perfektionismus ist ein Problem! Schließlich müssen wir die eine Sache ja erst noch richtig fertig machen, bevor wir mit der nächsten weiter machen. Das blöde: Der Perfektionismus lässt sich nie zufriedenstellen. Mein Tipp: Setze dich unter Druck. Ist die Website erstmal online, wirst du dich in der Fertigstellung automatisch aufs Wesentliche konzentrieren. Hast du deinem Kunden ein Datum für die Bilder genannt, wirst du sie auch dann fertig haben.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Im Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Videos angeschaut	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Google lieben gelernt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Google hassen gelernt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeestunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Glücklich gewesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
1 Foto gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bilder bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11

MARKETING #2



DEINE ERSTE ANZEIGE



In dieser Woche gehen wir wie versprochen deine erste Google-Anzeige an. Dazu suchen wir die besten Keywords, schreiben die Anzeige und richten die Google Conversion ein.

Um deine Werbung so zu gestalten, dass du dich damit wohlfühlst und sie deine Wunschkunden anspricht, machen wir ganz klar, wen deine Fotos glücklich machen werden – und wen nicht.

Denn tolle Fotos sind ja etwas, was die Leute wollen, nicht etwas, was sie brauchen. Und das ist wunderbar so. Denn während Brauchen sehr begrenzt ist, hat Wollen kein Limit. Wenn du also dafür sorgst, dass deine Kunden ganz oft ganz viele Bilder wollen, dann wirst du auch für viele Shootings gebucht. So kannst du immer mehr Menschen mit deinen Bildern glücklich machen und dein Business genau so groß werden lassen, wie du es willst.

Dein Plan für Woche #11

ZIEL:

Deine erste Google Anzeige schalten.

TO DO

01 Finde deine Keywords und füge sie ein S. 219 ff. ☐

02 Schreibe deine Anzeige S.222. ☐

03 Starte deine Kampagne. ☐

04 Richte die Anzeigenerweiterung ein S. 224. ☐

05 Bestimme die Zielgruppe S. 224. ☐

06 Erstelle deine Conversions S. 225. ☐

07 Wähle die Conversion für deine Kampagne S. 225. ☐

08 Werte deine Anzeige aus S. 226 ff. ☐

Du hast genug Zeit am
Computer verbracht! Geh raus!
Verabrede dich auf einen
Kaffee!



WAS DU ZU KEYWORDS WISSEN SOLLTEST

Keywords (auf Deutsch könnte man wohl Schlagwörter sagen) helfen Google dabei, deine Website richtig einzuordnen und sie genau den Menschen zu zeigen, die danach suchen könnten.

Richtig eingesetzt, helfen dir die Keywords also dabei, im Web gefunden zu werden.

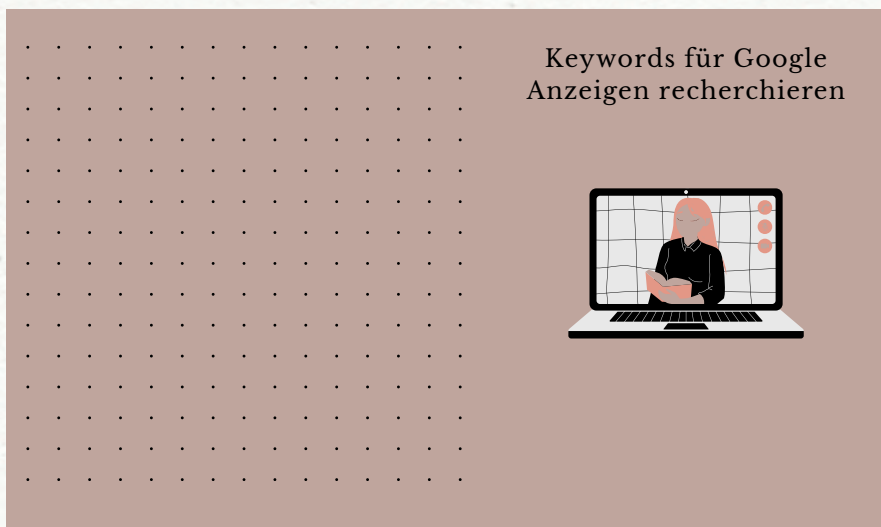
Denn deine Website kann noch so schön sein - wenn sie niemand findet, wird sie dir auch keine Kunden einbringen.

Keywords spielen einmal bei den Texten auf deiner Website eine Rolle. Hier sollten die wichtigsten Schlagwörter in den Hauptüberschriften und im Text vorkommen.

Du kannst auf Google aber auch ganz gezielt Werbung schalten und so dafür sorgen, dass deine Website bevorzugt angezeigt wird, wenn jemand nach bestimmten Wörtern sucht. Und genau darum kümmern wir uns jetzt.



■ Recherchiere Keywords



Möglichkeiten für deine Keywords

- ☐ Fotograf Ort
- ☐ Fotorichtung Ort
- ☐ Fotorichtung Großstadt Stadtteil
- ☐ Fotorichtung Fotograf

Die meisten
suchen
Fotograf Ort.

Beispiele

- ☐ Fotograf Hamburg
- ☐ Familienfotografie Hamburg
- ☐ Familienfotografie Hamburg Eppendorf
- ☐ Familienfotograf

Deine Keywords

- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

Diese Keywords solltest du ausschließen

- ☐ kostenlos
- ☐ günstig
- ☐ Idee
- ☐



DIE KEYWORD-OPTIONEN

Longtail vs. Shorttail

Im Suchfeld kannst du halbe Romane unterbringen. Dabei gilt: je genauer deine Keywords, desto genauer die Suchergebnisse. Wenn du einfach nur "Hochzeit" suchst, erhältst du alles vom Kleid bis zum Ring. Suchst du "Hochzeitsfotograf" sieht's schon anders aus. Und wenn du "Hochzeitsfotograf Hamburg boho" eingibst, sagst du Google noch mehr, was du willst. Daher: lieber lang (longtail) als kurz (shorttail).

Keyword: Weitgehend passend

Der Suchbegriff muss so oder so ähnlich gesucht werden. Dein Keyword: Hochzeitsfotograf in Hamburg.

Die Suche: Hochzeitsfotograf in Berlin

In diesem Fall wird deine Anzeige geschaltet. Sinnlos! Nicht nutzen!

Keyword: Passende Wortgruppe

Hier gibst du eine Wortgruppe vor, die genau so auch gesucht werden muss. Es kann aber vor oder nachher noch was kommen.

Dein Keyword: "Fotograf für Familienfoto"

Suche 1: Fotograf für günstige Familienfotos

Suche 2: Günstiger Fotograf für Familienfotos.

Hier wird deine Anzeige nur bei der 2. Suche geschaltet, bei der 1. Suche nicht.

Keyword: Genau passend

Das Keyword muss exakt so gesucht werden. Ohne Zusätze.

Dein Keyword: [Familienfotograf in Köln]

Suche 1: Familienfotograf in Köln buchen

Suche 2: Familienfotograf in Köln

Hier wird deine Anzeige nur bei der 2. Anzeige geschaltet. Bei der 1. nicht.

Negative Keywords

Sie verhindern, dass deine Anzeige ausgespielt wird, wenn sie ohnehin nicht passen würde. Etwa bei "gratis, kostenlos, günstig, idee". Das spart dir Geld!



Die Anatomie einer Google Anzeige

Anzeigentitel

Der Titel ist das, was deinen Kunden direkt ins Auge springt. Darf maximal 30 Zeichen haben. Bei den responsiven Suchanzeigen gibt es kein Limit an Anzeigentiteln.

Dein Name

Im Anzeigentitel sollte unbedingt dein Fotografie-Name auftauchen. Wenn möglich auch mit deinem Slogan. Also etwa Artur&Tine die Hochzeitsfotografen aus Hamburg. Und, falls das noch nicht dein Keyword war, nimm es mit rein.

What's in it for me?

Denk an deinen Wunschkunden! Wie profitiert er von deinem Angebot? Erzähle es ihm direkt in der Anzeige.

Platz nutzen

Nutze den gesamten verfügbaren Platz. Nur so sorgst du dafür, dass deine Anzeige gut dargestellt wird.

Preis nennen

Spielst du direkt mit offenen Karten, klicken nur die, die sich das leisten würden. Das ist besser für dich, denn du bezahlst für jeden Klick, egal, ob das ein Kunde wird oder nicht.

Was Google nicht mag

Superlative (beste, schnellste, günstigste), Ausrufezeichen, Wortwiederholungen (billig, billig, billig) Fehler in der Rechtschreibung oder Grammatik.

Alleinstellungsmerkmal

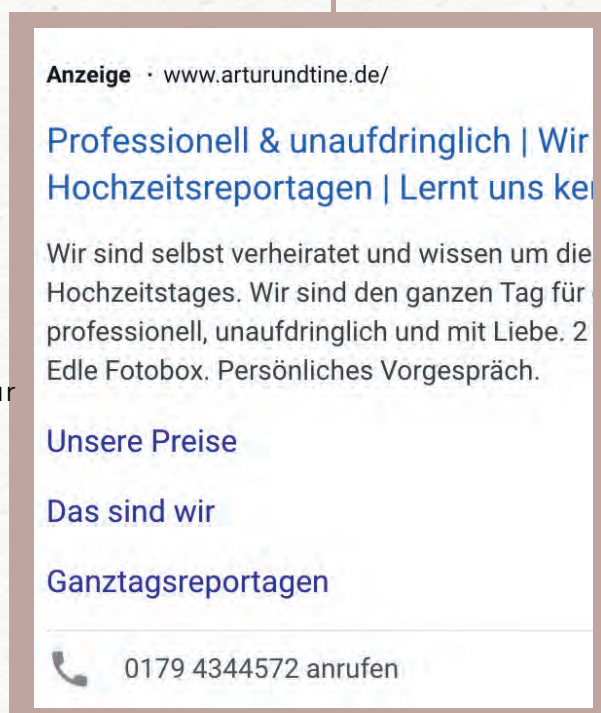
Was ist deine Besonderheit? Was zeichnet dich als Fotografin aus? Kommuniziere das direkt in deiner Anzeige.

CTA

In der Textzeile sollte ein Call-to-Action enthalten sein: Jetzt buchen / Kennenlerngespräch vereinbaren / jetzt Angebot einholen...

Anzeigenerweiterung

Standorterweiterung mit Wegbeschreibung für dein Studio. Call-Erweiterung für den direkten Kontakt. Preis-Erweiterung, um deine Preise anzuzeigen. Textbausteine für deine USPs (2 Fotografen, inkl. Abzüge, Bilder nach 2 Tagen fertig, etc.)





■ Füge deine Keywords ein (auch negative Keywords)

Keywords und negative
Keywords einfügen



■ Schreibe deine Anzeige

Anzeige schreiben
(+ Vorlagen)

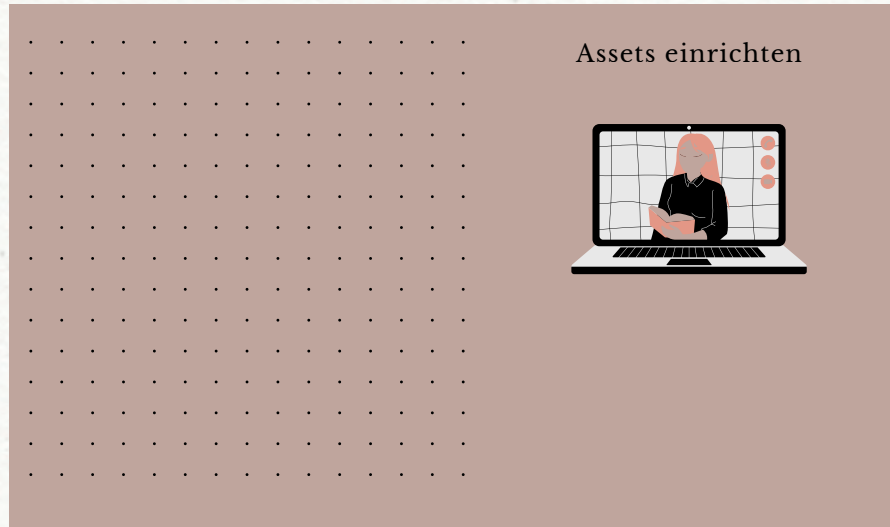


Weniger Emotionen - Mehr Informationen!

"What's in it for me?"
Beantworte deinen Kunden
immer diese Frage in deinen
Anzeigen. Jede Info, die du
gibst, muss deine Kunden
zeigen, welchen Vorteil sie
von deinem Angebot haben!



- Richte die Anzeigenerweiterung (Assets) ein





■ Erstelle eine Kontaktformular-Conversion

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

Kontaktformular - Conversion erstellen



■ Erstelle eine Anruf-Conversion

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

Anruf - Conversion erstellen



■ Erstelle eine WhatsApp-Conversion

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

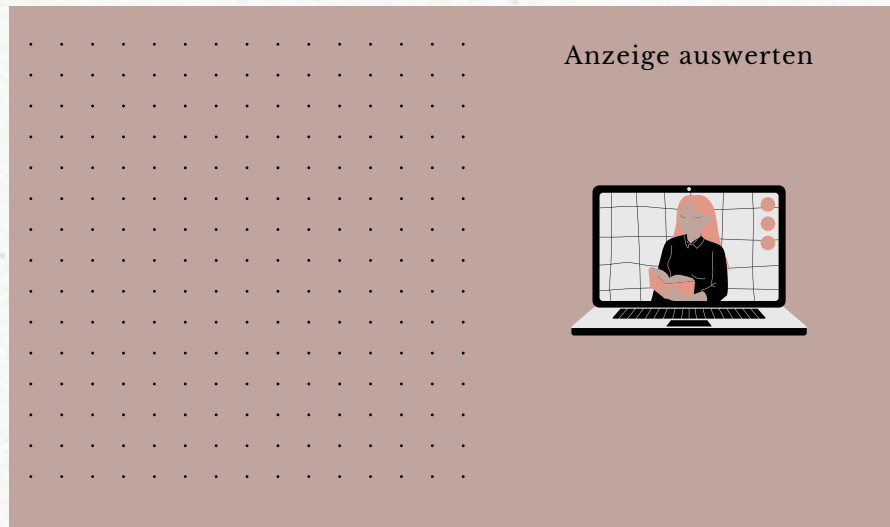
100

WhatsApp - Conversion erstellen





■ Werte deine Anzeige aus



IST DEINE ANZEIGE ERFOLGREICH?

Es wird sich im ersten Moment komisch anfühlen, Geld für Google-Werbung auszugeben. Doch dieser Weg ist momentan einfach der effektivste Weg, um an neue Kunden zu kommen.

Um sicherzustellen, dass deine Anzeige sich auch wirklich rechnet, dass du also mehr Geld durch neue Shootings gewinnst, als du durch deine Anzeige ausgibst, überprüfen wir in den nächsten Schritten, ob deine Anzeige erfolgreich läuft.

Wichtig ist aber auch: Lass deine Anzeige erstmal laufen und gib ihr Zeit. Verändere nicht ständig alles. Am besten lässt du sie erstmal einen Monat laufen und wertest dann aus.

Außerdem: Im Sommer / Urlaubszeit ist eher wenig los. Daran kann es also auch liegen, wenn weniger Anfragen als gedacht reinkommen.

■ K L I C K S

Zeigt an, wie oft deine Anzeige angeklickt wurde.

Was bringt dir das: Verrät dir, wie gut deine Anzeige bei den Personen ankommt, die sie sehen. Du musst das immer gemeinsam mit den Impressionen betrachten. Wenn deine Anzeige oft gesehen wird (=viele Impressionen), aber du wenig Klicks hast, musst du tätig werden. Mehr dazu bei "CTR".

■ CTR

Die Klickrate zeigt an, wie oft Nutzer auf deine Anzeige geklickt haben, nachdem sie diese Anzeige gesehen haben. Was bringt dir das: Eine hohe Klickrate (über 4 %) ist ein Anhaltspunkt dafür, dass deine Anzeige für die Nutzer relevant ist.

■ KOSTEN

Was bringt dir das: Du siehst wie hoch deine Werbeausgaben für den ausgewählten Zeitraum sind. Dein Ziel ist es, dass du mehr mit den Conversions verdienst als du Werbekosten hast. Für jeden Euro, den du in die Werbeanzeigen reinsteckst, solltest du mindestens zwei Euro wieder rausbekommen.

■ KOSTEN/ CONVERSION

So viel bezahlst du durchschnittlich pro Conversion. Was bringt dir das: Zeigt dir, ob deine Anzeige sich lohnt oder nicht.

■ IMPRESSIONEN

Zeigt an, wie oft deine Anzeige gesehen wird.

Was bringt dir das: Du siehst, wie groß das Suchvolumen für die Keywords ist. Wenn du z.B. Keywords nutzt, die nur selten gesucht werden, dann wirst du geringe Impressionen haben. Du solltest dich dann nach neuen Keywords umschauen und diese einfügen.

■ DURCHSCHNITT CPC

So viel zahlst du durchschnittlich pro Klick. Was bringt dir das: Jeder Klick bedeutet, dass ein neuer Mensch deine Website besucht. So viel Geld gibst du also aus.

■ CONVERSION

So viele Conversions hast du mit deiner Anzeige erzielt. Eine Conversion ist ein von dir festgelegtes Ziel z.B. ist die Kontaktaufnahme per Kontaktformular eine Conversion. Was bringt dir das: Die Conversion verrät dir, ob deine Werbeanzeigen funktionieren oder nicht.

■ QUALITÄTS- FAKTOR

Der Qualitätsfaktor verrät dir, wie gut deine Anzeigen im Vergleich zu anderen Werbetreibenden ist. Du musst nur aktiv werden, wenn dein Faktor unter 6 liegt oder "Unterdurchschnittlich" ist.

DAS KANNST DU TUN, UM DEINEN QUALITÄTSFAKTOR ZU STEIGERN



Anzeigenrelevanz steigern: Stimme den Anzeigentext besser auf die Suchbegriffe der Nutzer ab. Wenn du z.B. das Keyword "Familienfotografin" ausgewählt hast, dann muss der Inhalt deiner Anzeige sich auch genau auf das Thema beziehen.



Klickrate (CTR) verbessern: Bearbeite deinen Anzeigentext, um das Angebot für deine Zielgruppe attraktiver zu machen.



Klickrate (CTR) verbessern: Achte darauf, dass die Angaben in der Anzeige zur Absicht deiner Keywords passen.



Klickrate (CTR) verbessern: Hebe einen besonderen Vorteil deiner Fotografie in der Anzeige hervor, beispielsweise kostenlose Anfahrt, gratis Prints, persönliches Vorgespräch usw.



Landingpage / Startseite verbessern: Sorge dafür, dass Nutzer genau das finden, wonach sie suchen. Wenn ein Nutzer nach „Familienfotografin“ sucht und auf deine Anzeige für „Familienfotografin“ klickt, muss die Seite, auf die er weitergeleitet wird, auch über die Familienfotografie handeln. Wenn du sie z.B auf eine Startseite weiterleitest, wo du Familienfotografie, Babybauch und Hochzeiten anbietest, dann ist das irrelevant für den Nutzer. Er möchte schließlich nur eine Familienfotografin buchen.



Landingpage / Startseite verbessern: Die Werbebotschaft muss von der Anzeige bis zur Landingpage / Startseite einheitlich sein. Achte darauf, dass die Seite das Angebot oder den Call-to-Action der Anzeige widerspiegelt.



Landingpage / Startseite verbessern: Optimierte deine Website für Mobilgeräte. Eine einfache Bedienung ist auf mobilen Websites sehr wichtig, da die meisten Nutzer übers Handy auf deine Seite gelangen. Sollte deine Website nicht auf Mobilgeräte optimiert sein, dann wird sie schnell wieder geschlossen.



Landingpage / Startseite verbessern: Verkürze die Ladezeit. Absprung oder Kauf – die Ladezeit der Seite kann den Unterschied machen. Deine Website muss schnell laden. Teste es selber am Handy.

Nicht jede Anfrage führt zu einem Shooting. Um den Erfolg deiner Anzeigen besser zu verstehen, solltest du in dieser Liste festhalten, wann eine Anzeige wirklich zum Erfolg geführt hat.

SO TRACKST DU DEINE ANZEIGE (MANUELL)

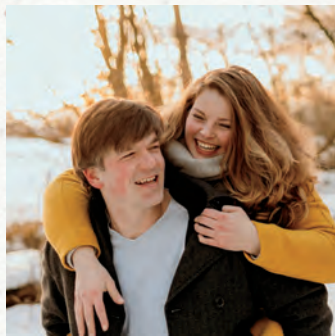
WANN KAM DIE ANFRAGE?	IST DARAUS EINE BUCHUNG GEWORDEN?	EINNAHMEN DURCH DIE BUCHUNG

Platz für deine Notizen



ARBEITSALLTAG

Setze dir immer konkrete Ziele. Hier im Kurs hast du jede Woche ein konkretes Wochenziel. Daraus ergeben sich die jeweiligen To-Dos. Alles, was für das Ziel nicht wichtig ist, habe ich weggelassen. Versuche dir diese Arbeitsweise auch anzueignen. So verzettelst du dich nicht.



FOTOGRAFIE

Achte bei den Gesichtern im Foto mal ganz bewusst auf Nase und Augen. Die Nase sollte nie aus dem Gesicht herausragen, sondern im Gesicht bleiben. Bei den Augen ist es wichtig, dass nie nur das Weiße zu sehen ist. Und kleiner Tipp für drinnen: Nutze mal einen Ventilator. Ist toll für die Haare!



MINDSET

Lass uns über Neid reden. Neid gaukelt uns vor, dass es immer nur Einen geben kann. Neid lässt uns vergleichen und macht uns unglücklich. Kommt Neid auf hilft es, sowohl einen Grund als auch eine Abwehr zu überlegen. Etwa: "Sie ist eine bessere Fotografin." Grund: "Sie hat ein tolles Studio." - Abwehr: "Richte dir im Gästezimmer auch ein tolles Studio ein." Hinter Neid steckt oft Angst. Verwandle die Energie aus dieser Angst in etwas Positives.

Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit dem Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Keywords gesucht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Von Keywords geträumt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An Kaffeestunde teilgenommen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fotos bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12

MINI-SHOOTINGS AKTION



DEINE BELOHNUNG:



Juchuh, jetzt hast du den Kurs fast geschafft und richtig viel für dein Business getan! Du kannst jetzt schon sehr stolz auf dich sein!

In dieser Woche wollen wir uns jetzt mal um das kümmern, weshalb wir ja eigentlich hier sind: die Fotografie! Wir planen gemeinsam eine Mini-Shootings Aktion.

Minis sind ganz wunderbar! Sie sind schnell organisiert und machen viel Spaß. Außerdem helfen sie dir beim Zeitmanagement (falls du da bislang noch etwas Probleme hattest). Und sie sind für deine Kunden eine tolle Kostprobe deiner Leistung!

Also win-win! Du kannst solche Minis immer mal wieder übers Jahr verteilt anbieten. Wir gehen so eine Aktion jetzt mal gemeinsam durch...

Dein Plan für Woche #12

ZIEL:

Eine Mini-Shootings Aktion planen und durchführen.

TO DO

01 Schau dir das Video zu den Minis an S. 237. ☐

02 Überlege dir ein Thema für deine Minis S. 238. ☐

03 Setze einen Termin fest S. 239. ☐

04 Baue dir eine Landingpage (mit Vorlage) S. 240 ff. ☐

05 Besorge ggf. Equipment für dein Shooting S. 243. ☐

Zu viel nachdenken,
ist wie schaukeln;
Man ist zwar in
Bewegung, kommt
aber kein Stück
weiter.

■ Dein Mindset für deine Minis

Persönliches Video: So wird
deine Mini-Session zum
Erfolg



■ Webinar mit Isabel: Erfahrung & Tipps

Webinar mit Isabel



Wenn du länger keine Shootings hattest und dich gerade unsicher fühlst, schau dir doch noch eines der Beispielsshootings aus dem Bonus-Bereich an. Dann wird dir wieder bewusst werden, wie entspannt die Shootings doch sind.

Suche dir ein Thema aus. Minis klappen immer am besten mit einem konkreten Aufhänger. Wähle etwas, wofür du bereits jetzt Beispielfotos hast.

☐ Weihnachten / Plätzchenbacken / Tannenbaum

☐ Muttertag / Mutter-Kind

☐ Vatertag / Papa-Kind

☐ Sommer / Herbst / Winter / Frühling

☐ Valentinstag / Lieblingsmensch

☐ Welthundetag 10.10. (oder ähnliche "Feiertage")

☐ In der Natur: Schnee-Shooting, Heide blüht, etc.

☐ Deine Idee:

Deine Mini-Session:

Wie soll deine Mini-Session genau aussehen? Plane 4 bis 6 Shootings à 20 Minuten.

Dein Thema (beschreibe in einem Satz, was deine Vision für die Bilder ist.

Datum und Zeiten (Wähle einen Tag in 3-5 Wochen). Plane die Shootings im Abstand von 30 Minuten.

Inhalt der Minis. Wie viele Fotos bekommen deine Kunden? Stellst du Equipment oder Deko? Wo findet das Shooting statt?

Preis. (Meine Empfehlung: 89€ inklusive 5 Bilder, jedes weitere Bild kostet 10 €.)

LANDINGPAGE & WERBUNG



LANDINGPAGE

Da die Minis nicht dauerhaft zu deinem Angebot gehören, macht es Sinn eine Landingpage für sie zu bauen. Das ist eine Webseite, die alle Infos über die kleinen Shootings enthält und auf die deine Kunden über die Werbung direkt geleitet werden. Sie landen so gar nicht erst auf deiner Startseite, sondern gleich auf der Seite über die Minis. Eine Landingpage ist aber nichts anderes, als eine Unterseite deiner Website. Gleich bauen wir sie gemeinsam:



WERBUNG

Nutze für die Werbung alle dir verfügbaren Kanäle: etwa deinen Instagram-Account, deinen WhatsApp-Status, Facebook. Wenn es für dich Sinn macht, kannst du auch einen Aushang machen (etwa in deiner Hundeschule). Vorlagen findest du für alles auf der Kursplattform. Sind die ersten Termine belegt, poste deine Werbung erneut, und zeige, welche Zeiten noch verfügbar sind.

■ Baue eine Landingpage



Schritt-für-Schritt-
Anleitung Landingpage
bauen



- ☐ Deine Landingpage baut thematisch auf deiner Werbung auf. Die Kunden finden dort genau die Infos, die sie nach deiner Werbeanzeige erwarten.
- ☐ What's in it for me? - Diese Frage beantwortest du deinem Kunden in der Werbung und auf der Landingpage.
- ☐ Aufbau der Landingpage: Am Anfang baust du Verlangen auf, dann stellst du dein Produkt vor, entkräftest Einwände und schließt mit einem klaren Call-to-Action.
- ☐ Deine Texte sind klar (nicht clever) und du beachtest die Regeln der Werbetexte (war im Marketing-Modul dran).
- ☐ Du nutzt Bilder, die genau zeigen, welche Art von Fotos deine Kunden bei den Minis erwarten können.
- ☐ Social Proof: Du hast Testimonials von zufriedenen Kunden auf deiner Seite.
- ☐ Du hast deinen Call-to-Action (dich buchen/kontaktieren) an mehreren Stellen auf der Landingpage platziert. Das Design und das Wording sind aber immer gleich.

DEINE EXTRAS FÜRS SHOOTING



○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____



Shooting #1

Shooting #2

Shooting #3

Shooting #4

Shooting #5

Shooting #6

Platz für deine Notizen



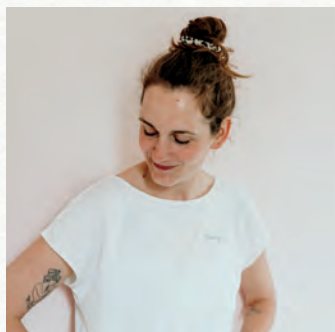
ARBEITSALLTAG

Plane deinen Urlaub! So ein Kalender füllt sich schneller als du jetzt vielleicht noch denkst. Blocke dir rechtzeitig ein paar Urlaubswochen. Und denke auch an kleinere Auszeiten zwischendurch. Sie sind so wichtig, um aufzutanken.



FOTOGRAFIE

Respektiere die Natur und Sorge dafür, dass nach deinen Shootings nichts als schöne Bilder zurückbleiben.



MINDSET

Workaholism - Arbeitssucht. Mag auf den ersten Blick unproblematisch sein. Schließlich macht die Arbeit doch Spaß. Aber Sucht ist Sucht und letztlich blockiert diese hier auch irgendwann unsere Kreativität. Sei daher ehrlich zu dir selbst. Ziehe eine klare Linie und mach auch mal Feierabend. Nämlich jetzt.

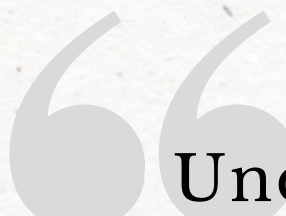
Dein Tracker

AM KURS GEARBEITET	M	D	M	D	F	S	S
Videos angesehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mit dem Buch gearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Minis geplant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gefreut, weil Buchung einging	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Minis vorbereitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

FOTOGRAFIERT	M	D	M	D	F	S	S
Shooting gemacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fotos bearbeitet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ZEIT FÜR MICH GEFUNDEN	M	D	M	D	F	S	S
Gelacht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mich bewegt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein gutes Buch gelesen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeit mit meinen Liebsten verbracht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gegessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Ruhe Kaffee getrunken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐





Und irgendwann werden
die kleinen Erinnerungen
zu unseren größten
Kostbarkeiten und
prall gefüllte Fotoalben
das größte Glück.



Wir sind am Ende des Kurses angelangt. Deine Fotografie ist jetzt erwachsen geworden. Sie ist zu einem Business geworden. Deinem Business!

Du hast es geschafft! Du hast dich getraut. Hast dich gegen Zweifel und Zweifler durchgesetzt. Du hast dir dein eigenes Business aufgebaut. Du hast irre viel gelernt und bist selbst ein ganzes Stückchen gewachsen.

Du hast etwas ganz Großartiges geleistet! Klopfe dir dafür unbedingt mal ganz kräftig auf die Schulter.

Du kannst sehr stolz auf das sein, was du dir in den letzten Wochen aufgebaut hast!

NAME UND WEBSITE

FOTOGRAPHIE UND
BESONDERHEIT

GEWERBEANMELDUNG AM

IN EINEM JAHR MÖCHTE ICH...



WIE GEHT ES JETZT WEITER?

Ganz klar: in deinem Tempo. Lass deine Fotografie wachsen. Lass dein Business wachsen und dein Herzklopfen auch. Im Anhang findest du weitere Hilfestellungen und die Kursinhalte sind natürlich auch immer für dich verfügbar.



SUPPORT

Du hast ab Kursstart insgesamt 12 Monate eine Support-Flatrate. Schreibe uns deine Fragen einfach weiter über das Support-Ticketsystem im Netzwerk.



PODCAST

FotografinnenStories. Hier gibt es Tipps & Inspiration für dein Fotobusiness. Und viele Geschichten von anderen Fotografinnen. Hör gern mal rein.



INSTAGRAM

Kaffeesucht, Familienalltag & jede Menge Fotografie- und Fotobusiness Tipps.



Ich bin die Heldin
meiner eigenen Geschichte.