



In den Workshops von Markus Schaden (Mitte) und Wolfgang Zurborn breiten die Teilnehmer ihre Fotoabzüge aus. Gemeinsam werden hier die Bilder betrachtet und über Stärken und Schwächen diskutiert.

Storytelling im Fotobuch

Der Weg vom Foto zu einem ansprechenden Bildband ist oft lang und steinig. Workshops können Ihnen dabei helfen, Geschichten in Bildern zu erzählen.

TEXT DAMIAN ZIMMERMANN

Wie soll ich nur Herr über die Bilderflut werden und wie eine Auswahl für die Fotobuchgestaltung treffen, die Bestand hat und im Optimalfall auch andere Leute interessiert? Diese Frage stellt sich fast allen, die heute fotografieren – ob Profis, engagierte Amateure oder nur gelegentliche Smartphone-Knipser. Websites diverser Fotobuchanbieter versprechen hier schnelle Abhilfe, doch streng genommen sind ihre Druckerzeugnisse nur eine moderne Präsentationsform des klassischen Familienalbums. Anders ein Fotobuch, das künstlerischen oder dokumentarischen Zwecken dient und einen größeren Interessentenkreis erreichen soll. Am Ende entscheidet nicht die Form, sondern der Inhalt darüber, ob etwas ein Familienalbum oder ein Fotobuch werden sollte.

Um ein spannendes Fotobuch zu gestalten, muss niemand Profifotograf sein. Zahlreiche ambitionierte Amateure haben in der Vergangenheit interessante und sogar preisgekrönte Bildbände veröffentlicht wie beispielsweise Monika Barth mit „La Lunga Strada“ oder Uwe Bedenbecker mit „Dialectics Of Nature“. Sie haben es geschafft, mit ihren Bildern eine Geschichte zu erzählen und eine Stimmung zu erzeugen, die den Betrachter fesselt und begeistert. Dabei waren Barths Fotografien zunächst nie als zusammenhängendes Buch gedacht gewesen, wie sich Markus Schaden und Wolfgang Zurborn erinnern.

Die beiden veranstalten seit mehr als zehn Jahren Fotobuch-Workshops und

gehören somit zu den Pionieren in diesem Bereich. Und sie sind dabei sehr erfolgreich: Mehr als drei Dutzend Dummys, also gedruckte und gebundene Entwürfe von den in ihren Workshops entwickelten Büchern, wurden anschließend veröffentlicht, die meisten davon in renommierten Verlagen wie *Kehrer*, *Kettler* oder *Hatje Cantz*.

BILDER KOMMUNIZIEREN MITEINANDER!

Doch wie entwickelt man aus einem Haufen Fotos ein gutes Fotobuch? Eine Standardlösung der Software klassischer Fotobuchanbieter versucht beispielsweise, möglichst viele Fotos auf einer Doppelseite zu präsentieren. Das ist zwar platzsparend, aber nur in den seltensten Fällen sinnvoll. Denn ein wichtiger Aspekt beim Umgang mit Bildern wird oft übersehen – und dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um ein Fotobuch oder um ein Familienalbum handelt: Bilder kommunizieren miteinander. Zwei Fotografien, die nebeneinander stehen, stellen Verbindungen her, unterstreichen oder widerlegen Aussagen und können so beim Betrachter Gefühle auslösen und das Kopfkino starten – oder eben auch nicht.

Ebenfalls Einfluss auf die Wirkung und Lesart von Bildern in Fotobüchern haben die Größe des Buches, das Papier und die gewählte Schriftart! Wie bekommt man also Ordnung und eine sinnvolle Reihenfolge, im Optimalfall vielleicht sogar so etwas wie eine sinnstiftende Erzählung zwi-



Fotos: © Monika Barth/ Kehrer Verlag

Monika Barth hat auf zahlreichen Reisen Fotos gemacht, doch auf die Idee, alle Bilder zu einer einzigen visuellen Reise zu vermischen, kam sie erst durch einen Workshop. Das daraus entstandene Buch „La Lunga Strada“ ist im Kehrer Verlag erschienen.

schen die Buchdeckel? Die Antwort lautet wie so oft: Es kommt ganz darauf an. Nämlich erstens auf das Bildmaterial, das mir zur Verfügung steht, und zweitens auf das, was ich erzählen möchte. Ein privates Fotoalbum mit den schönsten Urlaubs- und Familienfestsituationen hat ein anderes Publikum und muss entsprechend anderen „Regeln“ folgen als die Reportage eines Fotojournalisten oder ein Bildband über eine Urlaubsregion. Was alle drei Projekte jedoch gemeinsam haben, ist ein vorgegebenes Thema der Bilder.

Doch was macht jemand, der gar nicht weiß, was das eigene Thema ist, obwohl er seit Jahren fotografiert und seine besten Bilder nun endlich in eine Form bringen möchte? Markus Schaden und Wolfgang Zurborn haben auch damit viel Erfahrung:

„Es kommen oft Fotografen zu uns, die sich total verloren fühlen, weil sie sich schon woanders Rat geholt haben und dort wurde ihnen empfohlen, die Bilder nach Farben oder nach Motiven zu sortieren. Das macht jedoch fast nie Sinn“, erinnert sich Zurborn an vergangene Workshops, „denn die meisten Menschen fotografieren sehr intuitiv und schlichtweg das, was sie interessiert. Man kann diese intuitiven Fotos nicht in logische Systeme quetschen und sie geografisch, chronologisch oder gar alphabetisch sortieren.“

Der 66-Jährige hat beobachtet, dass die meisten Fotografen gar nicht richtig auf das vor ihnen liegende Bildmaterial eingehen können. Deshalb gehört es für ihn und Schaden, der ihren gemeinsamen Workshop schon mal als „schnelle Eingreiftruppe“ bezeichnet, zu den ersten und grundlegendsten Aufgaben, dass sich die Fotografen einmal ausführlich mit den eigenen Bildern beschäftigen. „Es ist wichtig, dass man sieht, was man sieht – und nicht, dass man sieht, was man sich denkt“, so Zurborn. Es nütze nichts, wenn jemand von seiner Urlaubsreise schwärmt, aber seine Fotos das nicht wiedergeben.

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN ERKENNEN

Die Ausgangslage ist fast immer die gleiche: Die Workshop-Teilnehmer legen Fotoabzüge auf einen großen Tisch und die Dozenten und die Teilnehmer schauen, was sie da überhaupt vor sich haben, diskutieren über Stärken und Schwächen und entwickeln durch Gegenüberstellungen, Aneinanderreihung und Sequenzen,

aber auch bewusst eingefügte Lücken und Weißräume Geschichten.

Unter den Teilnehmern einer der ersten Masterclasses war 2013 auch die Kölner Fotografin Sandra Stein. Sie hatte für Magazine wie *Spex*, *Intro* und *Brand Eins* Menschen porträtiert und zu diesem Zeitpunkt bereits zehn Jahre an einem privaten Projekt gearbeitet, für das sie Mädchen und jugendliche Frauen porträtierte. „Ich bin eher zufällig zu diesem Thema gekommen und hatte keine Vorstellung, wohin ich damit eigentlich wollte“, erinnert sich Stein. Die Masterclass, die damals im südfranzösischen Arles stattgefunden hatte, sei für sie eine einmalige Erfahrung gewesen. Zwei Jahre später sei dann schließlich ihr Buch „Keine Ahnung“ im Verlag Kettler veröffentlicht worden. „Es war ganz wunderbar, eine Woche lang komplett raus aus dem Alltag zu sein und sich den ganzen Tag mit anderen über Fotografie auszutauschen, weil sich jeder eingebracht und versucht hat, die Arbeit des anderen voranzubringen.“ Was nicht heißt, dass es nicht auch zu inneren Konflikten gekommen ist, wie die heute 50-Jährige schildert. „Ich fand es wahnsinnig interessant zu sehen, wie sich alle bei meinen Bildern aufgehängt und versucht haben, aus diesen

Porträts ein Fotobuch zu gestalten. Aber es war auch etwas schwierig für mich, ihnen zuzuhören, denn sie sprachen ja über meine Bilder und plötzlich kam da so viel geballte und konstruktive Kritik.“

Dabei ist es ganz wichtig, von wem man Kritik erhält, hat Calin Kruse festgestellt. „Manche Fotografen glauben, dass sie weder Kritik noch Input von anderen brauchen, aber das ist ein Fehler. Genauso ist es aber auch ein Fehler, zu viele Leute oder gar Freunde um Rat zu fragen, denn Freunde sind weder die typische Kundenschaft für die Fotobücher noch Experten auf dem Gebiet“, sagt Kruse. Zusammen mit seiner Frau Yana veranstaltet auch er seit vielen Jahren Fotobuch-Workshops, an deren Ende alle Teilnehmer mit einem selbstgestalteten Dummy nach Hause gehen können. Da kann es auch mal vorkommen, dass es das eine oder andere Lieblingsbild eines Fotografen nicht ins Buch geschafft hat, während Fotos, die ursprünglich nicht in der Endauswahl waren, drinnen sind. „Manchmal braucht ein Buch auch ein schlechtes Bild, um die Balance zu halten oder um eine Erzählung voranzutreiben.“ Auf keinen Fall sei ein Fotobuch per se eine Art „Best of“ des Fotografen.



In den Workshops von Calin und Yana Kruse werden die Teilnehmer ermutigt, bei der Gestaltung ihrer Bücher auch jenseits der üblichen Konventionen zu denken. Da kann es vorkommen, dass die Teilnehmer erst einmal in einen Baumarkt fahren und eine Holzbox für ihre Bilder bauen.

Foto: © Calin Kruse

Sechs Tipps für die Fotobuchgestaltung

1. Ein Fotobuch ist nicht einfach eine Ansammlung Ihrer besten Fotos. Bringen Sie immer ausreichend Fotos für eine Auswahl zusammen.

2. Breiten Sie Fotoabzüge ihrer Motive auf einem großen Tisch oder auf dem Fußboden aus, um einen Überblick zu bekommen und die Bilder nun zu kombinieren und in Abfolgen zu bringen.

3. Listen to the Photographs! Was erzählen Ihnen diese Bilder?

4. Vermeiden Sie allzu aufwendige und extravagante Gestaltungselemente,

denn diese werden später die Kosten für die Buchproduktion und damit den Verkaufspreis nach oben treiben.

5. Selfpublishing kann eine Lösung sein. Beachten Sie jedoch, dass dann nicht nur die Buchproduktion, sondern auch das Marketing und der Vertrieb Ihnen überlassen bleibt.

6. Holen Sie sich Rat bei Experten, falls Sie nicht weiterkommen. Und bedenken Sie: Ihre Freunde sind weder Fotobuch-Experten noch Ihre Kundschaft – und zudem meist voreingenommen.

Aufgefallen ist dem 40-Jährigen, dass oft Studenten, beispielsweise von der *Ostkreuzschule* in Berlin, in seine Workshops kämen. „Viele möchten zum Abschluss ihres Studiums ein Buch produzieren, aber sie haben keine Fotobuchkurse an den Hochschulen und wissen nicht, worauf sie dabei achten müssen“, sagt Kruse und wundert sich darüber – schließlich seien Fotobücher unter Studenten sehr beliebt.

Das beobachtet auch Steffen Siegel. Er ist Professor für Theorie und Geschichte der Fotografie an der Folkwang Universität der Künste in Essen und findet, dass der schick gerahmte Abzug in einer Ausstellung nicht mehr automatisch das Nonplus-ultra unter seinen Studierenden ist und sich stattdessen das Fotobuch als adäquate Präsentationsform etabliert hat. „Die Studierenden denken mittlerweile in Büchern und veröffentlichen diese auch – teilweise auch in Kleinstauflagen. Denn es geht ihnen nicht immer darum, einen Verleger zu finden, sondern darum, sich auszuprobieren.“ Zudem herrsche eine große Faszination für alles Analoge und Physische – wie eben die analoge Fotografie, Papiersorten und Bücher. „Das steht dann im Gegensatz zur Flüchtigkeit des Digitalen.“

Einerseits. Andererseits bemerkt Siegel aber auch, dass Studenten trotz ihres Interesses am Medium eher selten Fotobücher kaufen – vom Sammeln ganz zu schweigen. Denn Fotobücher sind teuer und oft fehle es ihnen schlichtweg am Geld. Gleichzeitig

bemerkt der 46-Jährige eine Tendenz unter Studenten, dass Besitztum nicht mehr sehr hoch gehalten werde – zumal dieses sehr immobil mache. Kritisch sieht Siegel allerdings, wenn selbst Standardwerke der Fotogeschichte angeschafft und nach nur einem Jahr wieder weiterverkauft werden. „So etwas verkauft man doch nicht!“ denkt Siegel sich dann, aber „jedes Buch, das auch digital zur Verfügung steht, ist ein gutes Buch, weil es die Studierenden weder finanziell noch physisch belastet.“

GIBT ES ZU VIELE FOTOBÜCHER?

Wer kauft dann eigentlich all die tausenden Fotobücher, die jedes Jahr erscheinen? Immerhin wurde vor zehn Jahren noch von einem Boom des Fotobuches gesprochen. Der Kehrer Verlag hat damals 50, der Steidl Verlag sogar 200 Fotobücher pro Jahr veröffentlicht. Bis heute hat sich die Anzahl der jährlich erscheinenden Fotobücher und auch die der Verlage zwar erhöht – jedoch nicht die der Sammler und regelmäßigen Käufer. Kann man insofern überhaupt von einem Boom sprechen, wenn der Gesamtumsatz der Branche nahezu gleichbleibend ist?

Damit das Veröffentlichen von so vielen Fotobüchern auch in kleinen Auflagen von 1000 Exemplaren und oft weniger überhaupt wirtschaftlich möglich ist, arbeiten viele Verlage mit einem Zuschussmodell. Das bedeutet, dass die Fotografen

eine stattliche Summe – meist zwischen 10000 und 25000 Euro – zur Finanzierung ihres Buches mitbringen müssen, damit der Verlag den Bildband veröffentlicht.

„Wenngleich das viele beklagenswert finden, ist das eine gute Möglichkeit für Fotografen, ihr Buch zu veröffentlichen“, sagt Alexa Becker. Nach 16 Jahren beim *Kehrer Verlag* in Heidelberg hat sie sich 2021 selbstständig gemacht und bietet ihr Expertenwissen nun als Coach, in Fotobuch-Workshops und als Portfolio-Reviewerin an. „Schließlich wird fast die gesamte Kultur bezuschusst und keine Ausstellung, kein Theaterstück und keine Oper kann sich selbst finanzieren, weil es eben zu wenig Abnehmer oder Besucher gibt. Trotzdem ist es super wichtig, dass es das Angebot gibt“, findet die 48-Jährige. Insofern seien zu viele Fotobücher nicht das vordringliche Problem in der Kulturszene. Allerdings, so fügt sie hinzu, sei auch das Selfpublishing mittlerweile für viele eine sehr gute Möglichkeit, um ihre Arbeiten auf einem hohen Niveau als Buch zu produzieren und anschließend zu vertreiben. Angebote wie Fotobuch-Workshops findet Becker grundsätzlich sehr gut. Nicht nur, weil daraus spannende Projekte entstehen können, sondern auch schlichtweg deshalb, weil in diesen Kursen das Sehen geschult werde. Und das ist natürlich die wichtigste Voraussetzung überhaupt, wenn man sich mit Fotografien beschäftigt – egal, ob vor oder nach dem „Klick“.

»Manchmal braucht ein Buch auch ein schlechtes Bild, um eine Erzählung voranzutreiben.«

Calin Kruse, Dozent, Verleger und Herausgeber des Magazins „Die Nacht“.

