

Man lernt nie aus

Was bringen Coaches, Workshops und Clubs?

Das Angebot an Coaches, Workshops und Clubs für Fotografen wächst immer weiter und wird dabei zunehmend undurchschaubar. Wir wollten wissen, welche Angebote wirklich etwas bringen – und für welche Sie sich das Geld besser gespart hätten.

Das wollten wir wissen:

1 Welche Erfahrungen haben Sie bereits mit speziellen Angeboten für Fotografen wie Coaches, Workshops und Clubs gemacht und wieviel Geld haben Sie dafür bereits ausgegeben?

2 Welche **konkreten Vorteile** haben Ihnen diese Angebote gebracht?

3 Nach welchen Kriterien entscheiden Sie persönlich, ob das **Angebot seriös** ist und Sie einen Nutzen für sich daraus ziehen können?

4 Von welchen Angeboten würden Sie **dringend abraten**?

Julia Laatsch, Fotografin und Vorstand FREELENS e.V., julia-laatsch.de

Foto: © Julia Laatsch



1 Ich finde es einfach großartig in einer Zeit zu leben, in der wir permanenten Zugang zu unbegrenztem Wissen haben. Es gibt heutzutage keine Ausrede mehr, etwas nicht zu können. Daher investiere ich regelmäßig, mindestens 4-6 Mal im Jahr, in meine Persönlichkeit, in nationale und internationale Fotografie-Workshops, -Seminare und -Konferenzen sowie permanent in gute Bücher. Ich bin darüber hinaus sehr dankbar dafür, tolle Mentoren und Experten in meinem Umfeld zu haben.

2 Viel Wissen und viel Zeit in Workshops und Seminare zu investieren bringt nicht per se konkrete Vorteile. Es geht darum, das Wissen auch anzuwenden und umzusetzen. Nur dann gibt es eine Reihe von enormen Vorteilen, die das ganze Leben beeinflussen. In meinem Fall führte mehr angewandtes Wissen Schritt für Schritt zu neuen Denkmustern, mehr Motivation, neuen Gewohnheiten, mehr Wunschkunden und Wunschaufträgen, mehr finanzielle Entspannung, mehr Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl, mehr Gelassenheit, mehr Bewusstsein für eigene Werte, ein Umfeld aus positiv und erfolgorientiert denkenden Menschen, mehr Vertrauen in meine eigene Intuition und somit ein glücklicheres und entspannteres Leben insgesamt.

3 Ein guter Coach oder eine gute Workshop-Leiterin ist auch nicht perfekt in allen Bereichen des Lebens und sollte sehr sorgfältig ausgesucht werden. Aber der- oder diejenige hat genau die Fähigkeiten perfektioniert, die ich suche, und ist darin wesentlich erfolgreicher als ich

selbst, kann meine Fortschritte objektiver als ich selbst überwachen und erwartet auch mehr als ich selbst von mir. Er fördert meine Stärken, löst jedoch nicht meine Probleme. Das kann nur jeder individuell für sich tun. Gutes Coaching ist in der Lage, über einen längeren Zeitraum wohl dosierten Druck auf mich auszuüben und mich zu motivieren, 100 Prozent zu geben. Um das richtige Angebot für mich zu finden, beobachte ich die Coaches und Seminarleiterinnen immer über einen längeren Zeitraum, recherchiere, ob sie auch unter Kollegen als anerkannt gelten und gute Referenzen vorzuweisen haben. Ich schaue mir an, wie ihr eigener Lebensweg war und welches Alter sie haben, um sicher zu gehen, dass sie auch über die notwendige Lebenserfahrung verfügen, um anderen etwas beizubringen.

4 Dringend abraten würde ich von zahlreichen, teilweise gefühlt noch minderjährigen Coaches und ihren Seminarangeboten ohne jegliche Referenzen, die über aggressive Werbung verzweifelt versuchen, mit zahlreichen Urlaubsbildern unter Palmen, mit Accessoires wie teuren Autos und Yachten, den Anschein von Seriosität zu erwecken. Ansonsten sollte das Angebot natürlich zum eigenen Wissensstand passen. Nichts ist schlimmer als sich zu langweilen und damit nicht mehr offen für die Inhalte zu sein, weil man in einem Einsteigerseminar gelandet ist. Gleichzeitig kann ein Einsteiger in einem Seminar für Fortgeschrittene auch sehr überfordert sein.

Sascha Rheker, Fotograf, sascharheker.com

Foto: © Peter Jülich

1 Ich hatte bislang eine Beratung bei einer bekannten Spezialistin zum Thema Marketing, Weiterentwicklung etc. Das war aber eher eine Analyse und Einordnung des Ist-Standes mit Ideen und Anregungen, was man da wie ausbauen könnte. Also eher Hinweise, wo jede Menge harte Arbeit lauert statt der Heilsversprechen der üblichen Verdächtigen von beliebig skalierbaren Umsätzen und dergleichen.

2 Ein Blick von außen auf den eigenen „Betrieb“ ist eine durchaus hilfreiche Sache. Gerade, weil man als Fotograf an manchen Themen vielleicht doch zu sehr hängt oder einem der Blick aus Kundensicht oder über den Tellerrand des eigenen Bereichs der Fotografie fehlt. Die wenigsten von uns beschränken sich auf nur einen Arbeitsbereich und da ist es sehr spannend, Input von außen zu bekommen, welche Teilbereiche sich eher unterstützen und welche Themen-Kombinationen eher Kunden auf beiden Seiten verschreckt. Und natürlich geht es auch um die Frage, wo und wie suchen professionelle Kunden nach Fotografen und

was erwarten Kunden heute als Dienstleistung, denn „Fotos machen“ können auch die Telefone jedes einzelnen Mitarbeiters beim Kunden.

3 Von David Hurn stammt der Satz „Learn from the best; the second-raters have nothing to offer.“ So wie wir selber viele unserer Kunden vor allem durch Weiterempfehlungen gewinnen, so findet man die wirklich seriösen Anbieter, weil man sie in der Branche einfach kennt und nicht, weil sie Anzeigen bei Facebook und Co. schalten oder am Telefon Kaltakquise betreiben. Seriöse Anbieter kommen auch nicht aus dem Nichts und haben einen durchaus beeindruckenden, nachvollziehbaren Lebenslauf in der Branche (oft auch auf der Kunden- statt auf der Fotografenseite, sind also eher keine Konkurrenten) und ihre Kompetenz ist eine umfangreiche Branchenkenntnis – und nicht das fremdvergebene Anfertigen von durchschnittlichen Produktfotos für Webshops, Videos, in denen man die eigenen Büroräume präsentiert, oder ins lächerliche abgleitende Selbstinszenierungen, zu denen das

eigene Werk als Fotograf in keinem Verhältnis steht.

4 Im Grunde braucht es nur ein wenig gesunden Menschenverstand. Eine erfolgreiche Karriere – eigentlich schon das wirtschaftliche Überleben – als Fotograf ist harte Arbeit und nichts, was einem in den Schoß fällt, weil einem irgendwer ein kostenloses Buch (gerne auch nur als PDF mit unter 20 Seiten) zuschickt. Wenn etwas zu gut klingt, um wahr zu sein, dann ist es oft auch einfach wirklich nicht wahr. Häufig wird dabei mit den Nöten oder Wünschen von Menschen gespielt. Wer die Lottozahlen vom nächsten Samstag im Voraus kennt, der wird die nicht 20 anderen Menschen für je 200 Euro verkaufen, sondern einfach selbst ein paar Millionen gewinnen. Warum sollte also jemand, der von sich selber behauptet, er habe eine Methode gefunden, zu Spitzentagessätzen als Fotograf (was obendrein der tollste Beruf der Welt sei) so viele Jobs zu machen, wie er will und sich dabei noch die besten Jobs aussuchen zu können, etwas anderes tun als diese Traumjobs zu machen? Warum



sollte sich jemand stattdessen lieber für deutlich weniger Geld mit erfolgreichen Fotografen beschäftigen, in einem Büro auf deren Anrufe warten, noch massiv Facebook-Werbung schalten, damit so gar keine Zeit für den tollsten Beruf der Welt bleibt? Und natürlich sollte man sich auch mal ansehen, ob die Testimonials – also die glücklichen Vorzeigekunden – der Coaches die Heilsversprechen tatsächlich auch erfüllen können. Wenn die Websites aller Testimonials schablonengleich mit einem Vergleich Handyfoto vs. Profifoto „optimiert“ sind, dann kann man zumindest einmal die Frage stellen, ob da wirklich eine „individuelle Strategie“ mit jedem Kunden entwickelt wird.

Bernd Schirmer, Fotograf, Instagram: @byesphotography

Foto: © Lars Walther



1 In den letzten zwei Jahren und vor allem bedingt durch Corona sind immer mehr Fotografen und kreative Menschen auf die Idee gekommen, ihr vermeidliches Wissen in Workshops, Tutorials und Coachings der Welt zu präsentieren. Leider ist dieser geistige Output meistens mit einem Manko an Können und der tatsächlichen Fähigkeit der Wissensvermittlung befleckt: Nicht jeder, der etwas kann, ist automatisch Coach, Tutor oder Profi. Selbsternannte Influencer der kreativen Szene verkaufen ihre nicht einmal auf einem hohen Niveau selbstgebastelten Bildchen, Wissensergüsse und Persönlichkeits-tipps schwadronierend als Online-kurs, Persönlichkeitscoaching oder Presets an ihre Jünger. Dabei geben viele gar nicht ihr wirkliches Wissen weiter, da sie sich keine Konkurrenz züchten wollen. Deswegen hier bei den meisten: Finger weg!

Es gibt aber auch die guten Erfahrungen. Beispielsweise mit dem Online-Seminar „Chris Knight – Finding Rembrandt“. Anfangs war ich skeptisch, doch es war eine meiner besten Entscheidungen, denn das Seminar öffnete mir eine Pforte in eine neue Welt der Bildbearbeitung und Lichtsetzung. Durch einen Link bin ich auf die Onlineplattform ProEdu gestoßen. Ich habe bisher nichts Vergleichbares an Qualität gefunden. Ein Meet Up der Besten mit passenden Tools, Erklärungen, Lichtsetzung sowie Workshops und Coachings. Hochprofessionell. Und ja, Qualität hat ihren Preis. Letztendlich muss aber jeder selbst die Entscheidung treffen, wohin die Reise gehen soll. Etwas preiswerter sind da die Workshops und Kurse von Carles Marsal, welche auch zu

empfehlen sind. In Deutschland hat sich meines Erachtens die Akademie von Sascha Safdar Götz ganz gut gemausert. Sascha vermittelt in seiner Schule geballtes Wissen, was es so nicht am deutschen Markt und vor allem nicht zu diesem Preis gibt. Jeder kann hier vom Laien zum Profi werden, Grundkenntnisse vorausgesetzt. Ich habe diese Kurse einmal monatlich besucht und eigentlich mein komplettes Wissen darauf aufgebaut. Hier werden keine Tricks verschwiegen. Es findet ein persönliches Coaching statt und Foto-Meet-Ups werden an ausgesuchten Locations mit Gleichgesinnten organisiert. In wöchentlichen Online-Runden werden Bildbearbeitungen diskutiert und Workflows gezeigt. Gekostet haben mich diese Workshops mehrere Tausend Euro. Diese sind jedoch gut in mein Wissen investiert und haben mir mehrere Preise, Auszeichnungen und Bildverkäufe eingebracht. Negative Erfahrungen muss man machen, um die positiven umso mehr zu schätzen. Aktuell zahle ich monatlich etwa 100 Euro für diverse Mitgliedschaften in Onlineportalen mit Streaming-Funktion.

2 Die wirklich guten Coaches haben mir Wissen in Fotografie, Bildbearbeitung und Komplexität vermittelt und mir dabei geholfen, mein Netzwerk aufzubauen. Auch haben sich auf einigen Meet Ups Freundschaften entwickelt. Ich finde es schön, mich mit Gleichgesinnten auszutauschen und gemeinsam Projekte umzusetzen.

3 Prinzipiell entscheide ich nach gesundem Verstand und nach Kriterien wie Referenzen, Bildbeispiele, Artwork und Skills der Per-

son, deren Kurs ich besuchen möchte. Auch ob der Preis in Verbindung mit dem, was ich dafür bekomme, angemessen erscheint. Letztendlich muss es aber für mich persönlich passen. Das ist wichtig, um den inneren Frieden zu finden. Manchmal fühle ich mich wie ein Teenie, der einen Pop-Star anhimmelt, wenn man einen der begehrten Plätze in einem Workshop eines „Meisterfotografen“ bekommen hat. Umso enttäuschter ist man dann, wenn der bewunderte Messias sich binnen zwei Stunden als Zampano demaskiert. Was auch immer gut funktioniert: Fragen. Andere Fotografen haben vielleicht diesen Kurs schon besucht oder haben irgendetwas darüber gehört. Der Buschfunk ist laut in der Szene.

4 Abraten würde ich vor allem von Angeboten, die zu gut erscheinen oder generell nicht dem entsprechen, was man eigentlich sucht. Oftmals verleitet der günstige Angebotspreis oder bekannte Name einem zum Kauf. Bei limitierten Angeboten mit laufendem Ticker oder „Nur noch 1 Platz frei“-Schildern würde ich eh vorsichtig sein. Wird es zu oft wiederholt und angeboten, scheint die Nachfrage doch nicht so begehrt. Sicherlich gibt es diese Limitierungen, jedoch sind es dann Kurse von Profis, die nicht für kleines Geld zu haben sind und die eh schon vorab ausverkauft sind. Lassen Sie sich nicht von virtueller Bekanntheit blenden! Auch sollte man sich unbedingt die Person anschauen, die den Workshop gibt. Einige angebliche Profis nutzen gerne Ihre mediale und „sozialmediale“ Bekanntheit, um Tankstellenpreise für Dilettantismus und geistige

Umnachtung zu verlangen. Daher gilt: Erst schauen und recherchieren, dann kaufen. Fast alle Fotografen nutzen Instagram oder YouTube. Schauen Sie deren Stories und Videos an. Wie ist die Person, wie spricht sie, ist sie sympathisch und könnte ich mir vorstellen, hier den Tag zu verbringen? Kann sie wirklich was? Der wichtigste Aspekt ist für mich jedoch die Zwischenmenschlichkeit. Reagiert die Person auf mich, wenn ich mich mit einer Frage an sie wende und wie antwortet sie? Nimmt sie sich Zeit oder bin ich eher in einer Mensa-Essensausgabe? Jenes ist ein Spiegel der Persönlichkeit und man kann schnell in der ersten Kommunikation merken, ob es hier nur um leicht verdientes Geld oder wirkliche Hingabe geht. Und zu den Coaches: Lassen Sie sich nicht erzählen, dass sie Hilfe brauchen, um in neue Businesssebenen zu kommen. Lassen Sie sich nicht erzählen, wie sie/er es geschafft hat und dass Sie alles falsch machen. Machen sie nur eine Sache richtig und vor allem machen sie diese mit Leidenschaft.

Katja Ruge, Fotografin und Musikerin, katjaruge.de

1 Ich habe ein sehr gutes individuelles Coaching vor einigen Jahren bei Silke Güldner gemacht. Das Geld für das Coaching habe ich nach Antrag von der Stadt bekommen. Dort ging es für mich um Reflexion meiner Arbeitsweisen, Auftritt, mehr Sicherheit in Preisverhandlungen, Mappenausrichtung, usw. Wir haben beim Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter (BFF) und auch beim Female Photoclub tolle Workshops. Diese Angebote nutze ich sehr gerne, da sie nah dran sind an relevanten Problematiken und mich in meiner Arbeit weiterbringen,

wie z.B. ein Workshop zum Thema Datensicherung oder SEO. Sehr schön sind die fast eher dokumentarischen Workshops von Masterclass. Annie Leibovitz habe ich mir dort angeschaut, das ist sehr empfehlenswert. Das habe ich tatsächlich über eine Werbung auf Instagram vor einigen Jahren gekauft. Ich hatte einen Coupon und habe 80 Euro bezahlt und 2 Jahre die Möglichkeit, ihn zu schauen. Bei Profoto habe ich durch eine Umfrage auch einen Online-Licht-Workshop anschauen dürfen. Der ist sehr amerikanisch, etwas zu laut und

aufgetragen von einer Fotografin, aber trotzdem sehr informativ. Sehr lange hatte ich auch ein Abo von Foto TV. Dort habe ich einige Workshops geguckt. Viele richten sich eher an den ambitionierten Hobbyfotografen, aber die letzten waren auch für mich zum Thema Lichtsetzung, Photoshop, Fotogeschichte usw. sehr spannend. Leider habe ich es einfach nicht mehr geschafft, mir alles anzugucken und dann war mir das Abo auf Dauer doch zu teuer. Schön wäre, wenn man für einen Monat reinschauen und sich dann wieder abmelden könnte. Dann würde ich es gerne wieder in Anspruch nehmen.

2 Weiterbildung ist wichtig. Es hält die Arbeit frisch und den

Workflow modern. Auch ein Coaching halte ich für sehr gut. Oft „hängt“ es einfach im Kopf und dann ist es schön, eine weitere Meinung mit Know-how zu haben.

3 Wie oben beschrieben halte ich mich dort an die internen Angebote des BFF Verbandes oder dem Female Photoclub.

4 Wenn Sachen versprochen werden à la „Wenn Du Dinge so und so machst wirst Du erfolgreich.“ Bloß die Finger weg! Jeder einzelne Weg eines Fotografen ist so vielschichtig und es gibt keine allgemeine Erfolgsformel. Der künstlerische Aspekt der Fotografie fehlt dort meist komplett.

Christian Ahrens, Fotograf, ahrens-steinbach-projekte.de

1 Ich habe mehrfach solche Angebote in Anspruch genommen: Consultings durch Fotografen-Beraterinnen, ein Coaching über mehrere Monate mit einem Business-/Entwicklungs-Coach sowie Teilnahme an einer Online-Coaching-Plattform mit digitalen Kursen. Fast alle der von mir in Anspruch genommenen Angebote habe ich als hilfreich und gut empfunden. Investiert habe ich insgesamt schätzungsweise 4.000 bis 5.000 Euro. Im Rückblick empfinde ich das Investment als ausgesprochen preiswert, die Coachings und Gespräche haben mir zu verschiedenen Zeitpunkten meiner fotografischen Laufbahn enorm weitergeholfen. Was ich nie in Anspruch genommen habe, sind rein fotografisch oder fototechnisch orientierte Angebote. Da habe ich in meinen Anfangsjahren leider nie etwas gefunden, was für mich richtig gut gepasst hätte.

2 Gute Coachings haben ja das Ziel, das der Coachee z.B. dabei begleitet wird, die Lösung eines Problems selbst zu finden oder ein Ziel aus eigener Kraft zu erreichen. Ein Coach kann diesen Prozess aber enorm beschleunigen oder kraftvollere Ergebnisse herbeiführen. Mein Benefit bei den verschiedenen Angeboten war sehr vielfältig: da waren teilweise sehr klare Impulse für mein Marketing dabei, da war kluges Feedback zu meiner Fotografie dabei, da waren aber auch echte Entwicklungssprünge dabei, wie zum Beispiel die Fähigkeit, größer zu denken und zu handeln und sich klarer und kraftvoller zu positionieren. Mit am Hilfreichsten fand ich auch Erkenntnisse darüber, wie wir als Menschen eigentlich „ticken“ und was unser Gehirn alles so veranstaltet, um uns am Verlassen der Komfortzone zu hindern. Wenn einem das einmal klar geworden ist, weiß man viel deutlicher, was man wann und wie zu tun hat, um sich weiterzuentwickeln. Was auch eine Option ist: Selbst-Coaching. Es gibt viele gute Bücher, die einem weiterhelfen können.

3 Ehe man sich auf eine Geschäftsbeziehung einlässt, ist es wichtig, sich vorab ein Bild zu machen: mit den Menschen vorher ausgiebig sprechen, ein Probe-Coaching vereinbaren, die Websites der Anbieter studieren und dergleichen mehr. Das Web bietet viele Möglichkeiten, sich zu informieren und Hintergründe zu recherchieren. Es

Foto: © Silvia Steinbach



ist wichtig, jemanden zu finden, mit dem man gut kann. Aber irgendwann muss man dann einfach auch eine Entscheidung treffen und sich auf einen Coach einlassen. Coach und Coachee müssen zusammenpassen, dann funktioniert die Chemie und dann kann man zusammen viel erreichen.

4 Vor Leuten, die einem das Blaue vom Himmel versprechen. In den sozialen Medien geistern diverse Werbeclips dieser Machart herum: Da sitzen dann coole junge Leute am Steuer eines Sportwagens und versprechen einem gigantische Umsatzsteigerungen. Es mag sogar sein, dass diese Anbieter ein paar gute Verkaufstricks drauf haben – aber ob einem das im komplexen Fotografie-Markt nachhaltig weiterhilft, bezweifle ich doch sehr. Gutes Coaching und gute Beratung ist etwas anderes: es ist eine Art Geburtshilfe und versetzt uns in die Lage, das auch wirklich umzusetzen, was in uns bereits angelegt ist und wozu wir fähig sind. Wenn ein Coaching so läuft, ist es ein grandioser Gewinn für das eigene Leben.