

INHOUD

Inleiding 6

DEEL 1

ORGANISATIE EN PLANNING 8



1.1 De briefing 10

De briefing schrijven 12

De klant 13

Besprekingen 14

Lijst met opnamen en logistiek 15

Copyright en licenties 16

De briefing gebruiken 17



1.2 Werken met agentschappen 18

Reclamebureaus en wat ze te bieden hebben 20

Werken met fotoagentschappen 21

Modellen boeken 22

Modelreleaseformulieren 23



1.3 Locaties 24

Een locatie vinden 26

Een ruimte boeken en toestemming krijgen 28

Omgaan met het publiek 30

Wat neem je mee 32

Wees voorbereid 33



1.4 Thema's, rekwisieten en stylisten 34

Het thema bepalen 36

Sets en rekwisieten vinden 38

Een stylist instrueren 40



1.5 Studio's 42

Waar let je op bij een studio 44

Een thuisstudio inrichten 46

Studioruimte huren 48

Je eigen studio kopen 49



2.1 Het onderwerp 52

- Food fotograferen **54**
- Mensen fotograferen **56**
- Producten fotograferen **58**
- Interieurs en tuinen fotograferen **59**
- Actie fotograferen **60**



2.2 Professioneel fotograferen 62

- Advies over belichting **64**
- Scherpstellen **66**
- Uit de hand of met statief fotograferen **68**
- Fotograferen met lampen **70**
- Hoge ISO's **72**
- Witbalans en beeldkwaliteit **74**
- Histogrammen gebruiken **76**
- Live View gebruiken **78**



2.3 Professionele fotoshoots 80

- Foodfotografie **82**
- Foodfotografie – encenering **84**
- Foodfotografie – goedkope opstelling **86**
- Foodfotografie – professionele opstelling **88**
- Ivor Innes/ foodfotografie interview **90**
- Portretfotografie **92**
- Portretfotografie – baby's **94**
- Portretfotografie – goedkope opstelling **96**
- Portretfotografie – professionele opstelling **98**
- James Cheadle/ portretfotografie interview **100**
- Productfotografie **104**
- Productfotografie – op locatie **106**
- Productfotografie – goedkope opstelling **108**
- Productfotografie – professionele opstelling **110**
- Jonny Gawler/ productfotografie interview **112**
- Interieurfotografie **114**
- Tuinfotografie **118**
- Enrique Cubillo/ interieurfotografie interview **122**
- Actiefotografie **124**
- Actiefotografie – op de set **126**
- Actiefotografie – goedkope opstelling **128**
- Actiefotografie – professionele opstelling **130**
- Dan Milner/ actiefotografie interview **132**



3.1 Fotoapparatuur 136

- Fabrikanten en leveranciers kiezen **138**
- Digitale SLR's **140**
- Lenzen: zoomlenzen **142**
- Lenzen: vaste lenzen **145**
- Belangrijke lichtapparatuur **146**
- Tips voor de professional **148**



3.2 Nabewerking 150

- Inleiding Photoshop **152**
- Basistechnieken Photoshop **154**
- RAW-bestanden bewerken **156**
- Handleiding Photoshop – foodfotografie **160**
- Handleiding Photoshop – portretfotografie **164**
- Handleiding Photoshop – productfotografie **168**
- Handleiding Photoshop – tuinfotografie **172**
- Handleiding Photoshop – actiefotografie **176**
- Handleiding Photoshop – technieken voor gevorderden **180**
- Foto's voorbereiden **184**

Bronnen en websites fotograferen **186**

Register **187**

Dankwoord **192**

INLEIDING

Geluk dwing je af, zowel in het leven als in de fotografie. Maar je geluk en de kansen op een succesvolle fotoshoot nemen behoorlijk toe als je volledig voorbereid bent. Als je er alles aan doet om de shoot soepel te laten verlopen en je alternatieven achter de hand hebt voor het geval niet alles volgens plan gaat, ben je in staat om in elke situatie goede resultaten te bereiken.

Dit boek helpt je om een betere fotograaf te worden, of je nu een student bent of een enthousiasteling die graag professionele foto's aan zijn portfolio wil toevoegen, een semiprof die zijn klantenbestand aan het opbouwen is en wil weten hoe je moeilijke foto-opdrachten aanpakt, of een professionele fotograaf die zijn werkmethode wil verbeteren.

Ook voor mensen die regelmatig betrokken zijn bij professionele shoots, zoals artdirectors, ontwerpers, stylisten, decorbouwers en modellen is dit boek een onmisbare gids. Je vindt hier alles wat je nodig hebt voor soepel lopende fotoshoots met professionele resultaten, op een manier die tijd en kosten bespaart.

Je krijgt advies van experts over de planning van een fotoshoot, van concept tot eindresultaat. Je leert hoe je een studio boekt en inricht, stylisten instrueert, hoe je aan rekwisieten komt, een set opbouwt, modellen cast en werkt met model-releaseformulieren, samenwerkt met reclamebureaus en fotoagentschappen, maar ook hoe je de leiding neemt tijdens shoots en modellen regisseert.

Dit boek behandelt ook noodzakelijke fotoapparatuur, hoe je fotografeert als een professional en hoe je het professioneel fotograferen van food, mensen, producten, interieurs, tuinen en actie aanpakt, plus de belangrijkste technieken voor beeldbewerking.



Uiterst links en links > **Leer professionele technieken om studio- of locatieshoots aan te pakken, weer of geen weer.**

Rechts > **Word bedreven in professionele shoots en vergroot je zelfvertrouwen om allerlei fotografische onderwerpen aan te pakken, van mensen en producten tot food en tuinen.**



DEEL 1

ORGANISATIE EN PLANNING



1.1 DE BRIEFING



1.2 WERKEN MET AGENTSCHAPPEN



1.3 LOCATIES



1.4 THEMA'S, REKWISIETEN, STYLISTEN



1.5 STUDIO'S





1.1

DE BRIEFING

- DE BRIEFING SCHRIJVEN
- DE KLANT
- BESPREKINGEN
- LIJST MET OPNAMEN EN LOGISTIEK
- COPYRIGHT EN LICENTIES
- DE BRIEFING GEBRUIKEN

DE BRIEFING SCHRIJVEN

Succesvolle fotoshoots beginnen met de briefing. Een briefing is een overzicht van het project met instructies van de klant over het doel van de shoot, de kwaliteit en de fotografische stijl, de planning, een volledige lijst met de opnamen en andere details die in dit hoofdstuk behandeld worden.

We zullen de briefing bekijken vanuit het oogpunt van de fotograaf die een studio heeft gehuurd voor een portretshoot, maar wat je rol ook is in het project, het is belangrijk dat je in staat bent om een uitgebreide briefing (ook wel 'call sheet' genoemd) te maken. Als je het goed doet, maakt het je werk, en dat van alle anderen, veel gemakkelijker tijdens de loop van het project en op de grote dag zelf.

Fotografische stijl

Niets is erger dan een besluiteloze klant die je een vage beschrijving geeft van de stijl die hij wenst. Begin nooit aan een shoot met een vaag idee van wat je denkt dat hij wil. De kans is groot dat hij zich het tegenovergestelde voorstelt van wat jij maakt, waardoor er een stresssituatie ontstaat waarin jij zaken moet corrigeren terwijl de tijd doortikt.

Het is veel beter om de klant voor de shoot te e-mailen of te ontmoeten en hem foto's uit je portfolio te laten zien die naar jouw gevoel aansluiten bij zijn idee. Een andere mogelijkheid is hem te vragen jou voorbeelden van foto's te tonen die passen bij het merk. Het is hoe dan ook erg belangrijk dat jullie het eens zijn over een heldere fotografische stijl voordat de shoot begint.

Niet alle klanten weten echter welke fotografische stijl bij hen past. Dat is precies de reden waarom ze een professionele fotograaf inhuren. Jij levert de creativiteit en de stijl die jij het beste bij hen vindt passen. Je zult merken dat de klanten negentig procent van de tijd de manier waarop je hen of hun producten hebt vastgelegd, verkiezen boven hun eigen eerste ideeën.



Links > Het is jouw taak om klanten te adviseren over allerlei fotografische stijlen, die zowel bij de briefing passen als bij hun merk.





DE KLANT

Of je nu mensen fotografeert of voorwerpen, het is belangrijk dat je elke fotoshoot benadert met dezelfde professionele en beleefde houding. Ongeacht het onderwerp, heb je altijd te maken met het allerbelangrijkste: de klant.

Wees altijd geïnteresseerd in wat je klanten te zeggen hebben en in alles wat ze je willen laten fotograferen. Als het voor hen belangrijk is, is het voor jou ook belangrijk.

Links > **Probeer altijd met iedereen een goede werrelatie op te bouwen, van klanten tot modellen, want de ene opdracht kan naar de volgende leiden.**

Goede fotografen zijn goede luisteraars. Dus luister eerst en stel dan de juiste vragen. Naar welke fotografische stijl bent u op zoek? Hoe en waar zullen de foto's gebruikt worden? Wat is uw budget? Wanneer moet de shoot plaatsvinden? In een studio of op locatie? Wilt u dat ik de modellen cast en boek? Wilt u dat ik voor de producten en de rekwisieten zorg? Werken we met een stylist, een hairstylist en een visagist?

Zakenrelaties

Als je goed geïnformeerd bent en de juiste vragen stelt, geef je de klant het gevoel dat jij met de opdracht goed uit de voeten kunt. Natuurlijk heeft iedereen ooit een eerste shoot, maar het kan geen kwaad als je een vorige opdracht noemt en subtiel je deskundigheid laat blijken door te laten zien hoe vorige projecten lijken op dit nieuwe project. Dit geeft de klant de zekerheid dat jij de juiste persoon bent voor deze opdracht.

Zakendoen heeft alles te maken met relaties. Als je indruk kunt maken op de klant en van het begin af aan een goede relatie opbouwt, ben je op de goede weg. Wees zo behulpzaam en vriendelijk mogelijk, blijf jezelf, maar blijf altijd professioneel.

De ene opdracht kan naar de volgende leiden, dus is het altijd goed om vriendelijk te zijn en in contact te blijven met klanten. Op die manier herinneren ze zich jouw naam en je werk en bevelen ze je hopelijk aan bij collega's, klanten, of vrienden en familie.

BESPREKINGEN

Je hebt maar één kans om een eerste indruk te maken, dus zorg ervoor dat je een goede indruk maakt als je de klant begroet bij je eerste persoonlijke ontmoeting.

Het kan in het begin beangstigend zijn om klanten te ontmoeten, vooral als ze rijk en machtig zijn. Hoe je je gedraagt tijdens ontmoetingen kan de deal maken of breken. De sleutel tot een succesvolle bespreking is een positieve, gepassioneerde houding en een grondige voorbereiding. Klanten willen mensen die een passie hebben voor wat ze doen en die hart hebben voor hun eigen zaak. Dit geeft ze het vertrouwen dat jij ook hart voor hun zaak hebt. Maak je huiswerk en doe wat onderzoek naar je klant op internet zodat je het bedrijf en manier van werken van de klant begrijpt. Probeer als het mogelijk is ook informatie te vinden over de personen die je gaat ontmoeten.

Verschillende klanten vereisen een verschillende benadering en tactiek. Houd dit in je achterhoofd als je klanten ontmoet uit het bedrijfsleven of uit de wereld van lifestyle, mode, journalistiek of reclame. Je zult elke keer een andere benadering moeten kiezen.

Zorg ervoor dat je bij elke bespreking een professioneel portfolio meeneemt, een aantal goede ideeën hebt over foto's en de styling en wat suggesties voor locaties. Een vol adresboek kan ook geen kwaad.

Boven > Zorg dat je portfolio up-to-date is als je klanten ontmoet, met een goede selectie van mooi afgedrukte foto's die je hele scala aan fotografische talenten laat zien.

Rechts > Fotoshoots vereisen een uitgebreide planning, dus reserveer tijd om zaken te regelen, zoals locaties, modellen, stylisten en rekwisieten.



De juiste kleding

Je kunt veel over mensen te weten komen door de manier waarop ze zich kleden. Het lijkt misschien een beetje overdreven om het belang van de juiste kleding te benadrukken, maar als je op sandalen, in een korte broek en een T-shirt op een bespreking of op de set komt, kan dat een verkeerde indruk wekken. Klanten kunnen denken dat je je werk of hun zaak niet serieus neemt.

Als je aan de andere kant een fotoshoot hebt bij een cool, creatief bedrijf en je verschijnt te formeel in een pak met stropdas, zullen ze waarschijnlijk denken dat jij niet bij het project past. De truc is om je zo te kleden dat je op je gemak voelt. 'Slim casual' (overhemd, nette jeans of katoenen broek en schoenen) past bijna altijd bij de meeste gezelschappen en bedrijven.

LIJST MET OPNAMEN EN LOGISTIEK

Als je de lijst met opnamen met de klant bespreekt, zorg er dan voor dat de lijst uitgebreid en goed bruikbaar is. Geef aan wat de belangrijkste opnamen zijn, het is zelden mogelijk om alle opnamen te gebruiken. Shoots duren altijd langer dan verwacht en als je buiten werkt, bepalen de locatie en het weer wat er mogelijk is.

Voeg notities toe over modellen en stylisten, rekvisieten die nodig zijn op de set en de begin- en eindtijd van elke opname. Noteer voor elke opstelling en foto welke camera, lens en belichting je gebruikt. Als je met een assistent werkt, laat hem dan de opstelling voor elke opname klaarzetten, zodat je de vaart erin kunt houden op de dag zelf.

Maak op de lijst met opnamen ook aantekeningen over de geplande belichting en de opstelling van de lampen, zoals: f/9 op 1/200 sec en ISO 100, met twee lampen; een paraplu rechts, een softbox voor en een reflectie-scherm links om het licht terug te laten kaatsen op het gezicht als dat nodig is.

Op de dag van de shoot kan het best zijn dat je afwijkt van de lijst met opnamen. De klant of het model heeft bijvoorbeeld een goed idee om de foto's nog beter te maken. Dus wees voorbereid op veranderingen en omarm ze.

TIP!

Wees pragmatisch. Als je een lucratieve shoot kunt hebben in plaats van tijd te besteden aan het regelen van een toekomstig project, overweeg dan om een goed reclamebureau in te huren, of laat een collega of administratief medewerker van je kantoor/studio het regelwerk voor je doen.

Logistiek

Als je de opdracht eenmaal hebt gekregen, kun je dingen gaan regelen. Boek een studio die je al eerder hebt gebruikt of waarvan je weet dat hij de juiste afmetingen heeft voor het project. Zorg er zo mogelijk voor dat hij goed bereikbaar is voor je klant. Wees je ervan bewust dat je voor deze kosten toestemming moet hebben van de klant. Gebruik je eigen studio als die geschikt is.

Hiermee ben je er niet. Als de shoot buiten is, wie is er dan verantwoordelijk voor de keuze van de locaties? Wat is plan B als de regen roet in het eten gooit? Een ander tijdstip of verplaatsen naar een binnenlocatie? Wie boekt en instrueert de modellen en stylisten? Ben jij dat, gebruik dan respectabele en betrouwbare modellenbureaus en laat je klant kiezen uit drie of vier geselecteerde modellen. Vergeet je modelreleaseformulieren niet. Heb je specifieke rekvisieten en decors nodig voor de shoot, of kun je gebruikmaken van wat de locatie biedt? Probeer de set zo eenvoudig mogelijk te houden, tenzij de klant of de briefing anders vereist.

