

Das letzte Foto: Wie lange bleiben wir, wann liefern wir unsere Fotos ab?

Nach den Künstlergesprächen, den Reden für die Gäste und einem Rundgang durch die Ausstellung gibt es häufig einen Empfang mit Häppchen und Getränken, um den Austausch zwischen Künstlern, Organisatoren und Gästen zu ermöglichen. Ein paar Fotos für die Atmosphäre lohnen sich hier noch, gerade wenn der Empfang im Freien bei schönem Abendlicht stattfindet. Allerdings sollten Sie darauf achten, niemanden beim Essen aufzunehmen, denn dabei sehen die wenigsten Menschen gut aus. Der Vorteil an diesem Empfang ist, dass sich alle etwas ungezwungener austauschen und dadurch eine lockerere Atmosphäre eingefangen werden kann. Wir essen und trinken in der Regel nicht mit, denn bis jetzt ist noch jedes Glas und jeder Teller nach einer Minute auf dem nächsten freien Tisch gelandet, weil wir die Hände zum Fotografieren und den Mund zum Reden gebraucht haben.

Da der zweite Teil unserer Arbeit im Anschluss an den Event beginnt, machen wir uns zeitig auf den Rückweg. Ob wir die Fotos noch am gleichen Abend oder erst am nächsten Tag durchsehen, hängt von den Vereinbarungen mit unserem Auftraggeber ab: Braucht er die Fotos am gleichen Abend oder erst in ein paar Tagen? Für Facebook oder eine Zeitung erhält er direkt ein paar Fotos, die oberflächlich nachbearbeitet werden, per E-Mail oder Filesharing-Link (DropBox, WeTransfer etc.). Alle anderen Fotos werden aussortiert und dem Auftraggeber nur die besten in bearbeiteter Form zeitnah per Upload oder auf einem Datenträger übergeben.

4.3 Messen

Wir werden immer wieder beauftragt, Messen zu fotografieren. Dabei hat jeder Auftraggeber bestimmte Vorstellungen davon, welche Motive er am Ende sehen möchte. Das Problem ist, dass nicht alle Auftraggeber in der Lage sind, genau zu beschreiben, was sie von uns als Messefotografen erwarten.

Die Messefotografie ist aber ein Feld, in dem viele Fotografie-Genres vertreten sind, und wir müssen deshalb vorher herausfinden, welche Schwerpunkte wir bei diesem Auftrag setzen sollen. Die Fotos können beispielsweise für eine Imagebroschüre benötigt werden oder für den Social-Media-Auftritt. Dafür beschreiben wir bereits im ersten Gespräch mögliche Motive aus der Erfahrung und grenzen unseren Auftrag dadurch so gut wie möglich ein.

Gute Vorbereitung

Wenn Sie zum ersten Mal eine Messe fotografieren, hilft Ihnen vielleicht der Web-auftritt der Messe mit Bildmaterial der vergangenen Jahre, um sich vorzustellen, wie die Messehalle von innen aussieht, wie die Stände angeordnet sein könnten und welche Eindrücke Sie erwarten. Aber auch allgemeine Bilder zum Thema Messe sind zur Vorbereitung hilfreich, denn damit erkennen Sie leichter, dass ein Wechsel zwischen verschiedenen Bildausschnitten, Menschen, Details und Messeständen, gemischt mit einigen Stimmungsfotos für eine interessante Messereportage wichtig sind. Dadurch haben Sie bereits vor Augen, in welche Richtung Ihre Fotos gehen können. Sie sollten vor Ihrem Auftrag schon einmal auf einer Messe gewesen sein, damit Sie sich besser vorstellen können, wie sich das typische Messegesehen anfühlt und was Sie erwartet.

Klären Sie auf jeden Fall vor der Messe den zeitlichen Ablauf und die gewünschten Motive. Bringen Sie in Erfahrung, welche Auftritte wichtig sind, ob es Special Guests gibt oder ein besonderes Motto. Das gibt Ihnen zum einen mehr Sicherheit, denn Sie können sich aufs Fotografieren konzentrieren und rennen nicht am Tag X Ihren Informationen und somit Motiven hinterher, und verleiht Ihnen zum anderen eine höhere Professionalität als wenn Sie während der Messe beginnen, Ihren Auftraggeber darüber auszufragen, was ihm wichtig ist. Nichts spricht dagegen, ihm noch eine Frage vor Ort zu stellen und im Gespräch zu bleiben, aber das Grundgerüst für den Fotoauftrag muss stehen. Ihr Auftraggeber hat während der Messe andere Dinge im Kopf, ist gestresst und erwartet von Ihnen, dass Sie wissen, was Sie tun.



Bei der Messefotografie soll dem Betrachter eine schrittweise Einführung in die Veranstaltung ermöglicht werden. Diese sollte mit einer Totalen, einem Übersichtsfoto über möglichst die gesamte Veranstaltung beginnen.

Zur Vorbereitung gehört auch, dass Sie rechtzeitig klären, wie Sie auf das Messegelände kommen. Damit ist nicht nur die Anfahrt gemeint – Sie sollten am besten einen Ausweis mit der Bezeichnung »Fotograf« um dem Hals hängen haben, der allen Beteiligten auf Anhieb erklärt, was Ihre Aufgabe auf der Messe ist (ansonsten mindestens aber einen Ausstellerausweis, damit Sie bereits vor Messebeginn oder während der Aufbauzeit aufs Gelände dürfen). Das ist die Zeit, zu der Sie für die interne Dokumentation einige Fotos machen können, sozusagen als Goodie für den Auftraggeber, und in der Sie sich orientieren können. Wichtig ist, eine Übersicht über die Messe zu bekommen: Wo sind welche Bühnen, wo ist die Kinderanimation, wo ist das Messebüro, wo sind die Toiletten (ja, das wird immer wieder unterschätzt)? Machen Sie sich einen gedanklichen Plan vom Gelände. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, die Lichtverhältnisse bei ersten Probeaufnahmen zu prüfen und mit diesen Infos Ihre Ausrüstung gegebenenfalls anzupassen.

Kameraeinstellungen

Wir sagten es schon weiter vorne im Buch: Es ist essentiell, dass Sie Ihre Kamera praktisch blind bedienen können, weil auf der Messe Schnelligkeit gefragt ist. Wir nehmen beide Kameras mit zur Messe. Die Vollformatkamera ist wegen ihres niedrigen Rauschverhaltens trotz häufig schlecht ausgeleuchteter Messehallen ein guter und zuverlässiger Begleiter und die Systemkamera ist weder auffällig noch schwer zu tragen. Um die richtige Ausrüstung einzupacken, sehen wir uns möglichst vor Messebeginn in der Halle um.

Für die Orientierung ist das super, um die Lichtverhältnisse einzuschätzen leider nicht. Das liegt daran, dass noch am Tag vor Messebeginn alle Aussteller mit dem Aufbau ihrer Stände beschäftigt sind und die Beleuchtung erst ganz zum Schluss eingeschaltet wird. Denn hier gibt es, außer der zentralen Messebeleuchtung für die Gänge, viele individuelle Lampen, die von den Ausstellern selbst angebracht werden.

Bevor wir unsere Kamera einpacken, überprüfen wir die Einstellungen unserer Kamera, damit wir auf die verschiedenen Lichtsituationen ab der ersten Minute reagieren können. Nichts ist schlechter, als nach einer halben Stunde zu merken, dass man sich auf den Bildstabilisator verlassen hat, der leider noch vom letzten Stativgebrauch deaktiviert war.

Machen Sie sich bewusst, dass Sie schnell einsatzbereit sein müssen, denn der dokumentarische Anteil der Fotos auf der Messe wird höher sein, als der emotionale. Deshalb bleiben wir vorerst bei unserer Lieblingseinstellung in der Programmatomatik und hinterlegen uns eine auf ISO 6.400 begrenzte ISO-Automatik, damit die Kamera für jede Situation schussbereit ist. Um nicht wegen der begrenzten ISO-Automatik in zu lange Belichtungszeiten zu rutschen, hinterlegen wir außerdem im Menü eine maximale Belichtungszeit von 1/50 Sek. Dazu kommen ein automatischer Weißabgleich und die Serien-/Reihenaufnahme, damit wir keine wichtigen Augenblicke verpassen.

Für Situationen, in denen eine kurze Belichtungszeit notwendig ist oder eine höhere Schärfentiefe, stellen wir in der Blendenvorwahl (Zeitautomatik) eine mittlere Blende und in der Zeitvorwahl (Blendenautomatik) eine kurze Belichtungszeit ein. Wenn wir während der Messe feststellen, dass sich Situationen wiederholen, in denen wir sowohl eine bestimmte Belichtungszeit wie auch einen speziellen Blendenwert benötigen, stellen wir beides im manuellen Modus ein. Die Belichtungsmessmethode wird auf Mehrfeld- bzw. Matrixmessung gesetzt und damit ist unsere Kamera für den besonders schnellen Einsatz vorbereitet und wir verlieren keine Zeit mit dem Einstellen der Technik.



Um den Charakter der Messe einzufangen, ist der Wechsel zwischen Übersichts- und Detailfotos ein wichtiges Werkzeug, um dem Betrachter das Besondere der Veranstaltung nahezubringen.

Was muss in die Fototasche?

Als Nächstes überlegen wir, welches Objektiv wir am häufigsten brauchen werden, um es auf die Kamera zu setzen, bevor wir sie in die Kameratasche packen. Das sorgt für weniger Stress am Anfang der Messe, denn trotz guter Vorbereitung kann man auch mal ein Objektiv vergessen. Wenn es aber schon auf der Kamera sitzt, ist die Wahrscheinlichkeit, dass das passiert, gleich Null.

Für die Objektivwahl kommen uns jetzt unsere Informationen über die Messehalle zugute, durch die wir uns die Lichtverhältnisse vorstellen und die benötigten Brennweiten abschätzen können. Wie bei vielen Events wollen wir ohne viel Aufwand innerhalb kürzester Zeit von der gleichen Position Produktdetails, die Messehalle mit verschiedenen Ständen und Messegäste genauso gut ablichten wie das Geschehen auf der Bühne in einigen Metern Entfernung. Deshalb fällt unsere Wahl wieder einmal auf das Tamron-Zoomobjektiv mit 28–75 mm, f/2.8 auf der Vollformatkamera und als lichtstarke Ergänzung eine Festbrennweite auf der Systemkamera, wenn wir zu zweit fotografieren. Die Systemkamera hat im Messtreiben den Vorteil, dass sie recht unauffällig und leise ist und wir dadurch Gespräche zwischen Ausstellern und Messebesuchern besser fotografieren können. Insgesamt gilt, je seltener wir das Objektiv wechseln müssen, desto mehr können wir uns auf das Geschehen um uns herum konzentrieren und verpassen keine wichtigen Aufnahmen.

4 Der Event

Zusätzlich kommt in die Kameratasche das Weitwinkelobjektiv von Tamron mit 17–28 mm, f/2.8, um die Messehalle noch größer wirken zu lassen und größere Menschenmengen vollständig aufzunehmen. Als Nächstes überprüfen wir, ob der Akku in unserer Kamera wirklich vollgeladen ist und packen den oder die vollen Reserve-Akku(s) und mehrere leere Speicherkarten ein. Zu dieser Grundausrüstung kommt jetzt noch ein Blitz für alle Fälle in die Kameratasche. Messestände sind zwar in der Regel gut beleuchtet gemäß dem alten Werbesatz: Licht lockt Leute. Aber falls eine Tombola durchgeführt wird, macht es Sinn, die Gewinner auf dem Weg zur Bühne aufzunehmen. In der Regel ist der Zuschauerbereich aber abgedunkelt – ohne dezentes Anblitzen wäre nicht viel auf diesen Bildern zu sehen.

Ein Stativ benötigen wir eher selten, weil es uns zu sehr einschränkt und die Einsatzmöglichkeiten in gefüllten Messehallen sehr begrenzt sind. Es gibt aber ein paar Ausnahmen. Wenn von der Messecrew oder einem Aussteller, der uns beauftragt hat, ein Gruppenfoto gewünscht wird oder wir kurze Videosequenzen von der Bühne aufnehmen, nehmen wir das Stativ zur Unterstützung. Außerdem lassen sich manche Stative mittlerweile in ein Einbein-Stativ verwandeln und mittels Selbstauslöser können Sie andere Perspektiven der Messehalle aufnehmen. Das kann praktischer sein, als eine Leiter mit zur Messe zu nehmen, um von oben zu fotografieren. Aber wir sehen uns vor solchen Einsätzen erst einmal auf der Messe um, ob es eine Empore gibt oder die Messeleitung eine halbe Etage höher sitzt und wir so gezielt von oben fotografieren können.

Dann packen wir einen kleinen Stapel Visitenkarten ein, weil wir viele Kontakte neben dem Fotografieren knüpfen können, die uns einen Auftrag in der Zukunft bescheren können. Zum Abschluss kommt noch eine kleine Flasche Wasser und Snacks in die Tasche, denn Essen und Trinken sind auf der Messe meist teuer und wir haben keine Zeit für eine richtige Pause.

Sich bereits zu Beginn der Messe bei den Ausstellern vorzustellen ist sinnvoll. Dadurch fühlen diese sich nicht gestört, wenn Sie während der Messe fotografieren, und Sie erhalten persönlichere Bilder.



Messe – Checkliste Fotoausrüstung		Eingepackt
Kamera(s)		
(volle) Akku(s)		
(evtl.) Ladegerät		
(leere) Speicherkarten		
(lichtstarke) Objektive	Telezoom	
	Weitwinkel	
	Festbrennweite	
Objektivdeckel für jedes Objektiv		
Sonnenblende gegen Sonnenlicht und künstlichen Lichteinfall		
Reinigungstuch		
Stativ mit Wechselplatte		
Fernauslöser oder App auf dem Smartphone		
Blitz mit Diffusor		
Akku(s) für Blitz		
Fototasche oder -rucksack		
kleine Leiter oder Trittbrett		
Laptop oder Tablet		
Ladekabel		
Kartenlesegerät		
externer Speicher mit Datenkabel oder WLAN-Verbindung zur Cloud		
USB-Stick für Übergabe der fertigen Fotos		
Veranstaltungsplan der Messe mit allen VIP-Terminen, Bühnen, Showeinlagen, Vorträgen und Rundgängen		
Kontaktdaten der Ansprechpartner		
Formulare »Einverständniserklärung für Fotofreigabe«		
Block und Stift für Kontakte		
eigene Visitenkarten		
geladenes Smartphone		
Ladekabel, Powerbank		
Verpflegung und Getränke		

Letzte wichtige Vorbereitungen vor Messebeginn: Die Vorstellungsrunde

Am Tag der Messe sind wir mindestens eine Stunde vor Beginn auf dem Gelände und begrüßen die Messeleitung, um dort zu klären, ob sich am Ablaufplan etwas geändert hat. Bühnenauftritte können sich bis zum letzten Tag verschieben oder ausfallen, die Tombola kann im letzten Moment zu einer geänderten Zeit stattfinden.

Bei dieser Gelegenheit fragen wir nach, welche Vorführungen aufgenommen werden müssen. Manchmal sind es nur die Highlights, manchmal muss jede einzelne Vorführung dokumentiert werden. Jetzt können wir außerdem klären, ob sich etwas am Abgabetermin für unsere Fotos geändert hat und wo wir Teile unserer Ausrüstung abstellen können, die wir nicht durchgehend mit uns herumtragen wollen. Am sichersten ist dafür das Büro der Messeleitung oder ein Raum, für den nur wir den Schlüssel haben. Außerdem erfahren wir hier, ob und wo es besondere Konditionen für die Verpflegung des Messepersonals gibt und erhalten spätestens jetzt einen Ausweis, der uns als Fotografen legitimiert.

Bevor die Messe offiziell öffnet, nutzen wir die Zeit für einen Gang durch die Halle und ein »Guten Morgen« für jeden Aussteller und das Messepersonal, das jetzt noch entspannter ist als nach dem Öffnen der Messetore. Das hat nicht nur mit guter Erziehung zu tun, sondern wir werden den ganzen Tag, vielleicht auch mehrere Tage, mit den Ausstellern und dem Personal zusammenarbeiten. Außerdem wärmen wir uns sozusagen bei lockeren Gesprächen mit den Ausstellern schon für die späteren Fotos auf. Das Dazugehörigkeitsgefühl wird auf diese Weise ebenfalls gestärkt und wir betrachten die Besucher mit anderen Augen. Es vereinfacht also Ihre Arbeit mit den Ausstellern, wenn Ihr Gesicht bereits bekannt ist, Sie sich vor Beginn der Messe oder sogar schon am Vortag vorgestellt und erklärt haben, dass Sie für die Messefotografie zuständig sind. Die Fotos, die dabei entstehen, bringen den Ausstellern schließlich ebenfalls Publicity und Ihnen vielleicht einen zukünftigen Auftrag von einem dieser Aussteller. Für diese Kontakte sind die eigenen Visitenkarten in der Tasche sehr hilfreich. Nachdem Sie sich vorgestellt haben, wird es Ihnen leichter fallen, diese jetzt bereits bekannten Gesichter aufzunehmen und die Aussteller werden Ihnen und Ihrer Kamera gegenüber offener sein. Das wirkt sich am Ende positiv auf Ihre Fotos aus.

Falls Sie vereinbart haben, ein Gruppenfoto vom Messteam aufzunehmen oder von einem Aussteller engagiert worden sind, der sich eine Gruppenaufnahme des Standteams wünscht, machen Sie sich Gedanken über einen guten Zeitpunkt. Alle Beteiligten sehen morgens frischer aus als nach einem anstrengenden Mes-

setag, deshalb sollte das Gruppenfoto am besten vor Beginn der Messe gemacht werden. Sprechen Sie am besten rechtzeitig mit allen Beteiligten, damit sie sich darauf einstellen können, etwas früher am Stand zu sein und sich noch zurechtzumachen. Falls die Messe länger als einen Tag dauert, machen wir die Gruppenfotos erst am zweiten Tag, weil am ersten Tag doch noch alles etwas hektischer ist.

Übrigens ist auch das Einlass-, Wach- und Reinigungspersonal wichtig für Sie, denn sie sind diejenigen, die Sie vielleicht früher aufs Gelände lassen oder Ihnen beispielsweise mit einer Sicherheitsnadel oder Tesafilm aushelfen, wenn Sie es brauchen.



Ein paar persönliche Fotos von Akteuren oder Ausstellern ermöglichen auch Kontakte über die Veranstaltung hinaus, wenn Sie ihnen das ein oder andere Bild zuschicken.

Die Messe beginnt: Von der Totalen zum Detail

Jetzt ist es Zeit, dass wir uns in der Nähe der Messetore einen Platz suchen, denn sobald sie sich öffnen, müssen wir startklar hinter den Einlassern stehen, um die einströmenden Besuchermassen aufzunehmen. Unser Ziel ist, vor allem zu zeigen, wie viele Besucher auf die Messe kommen. Dazu fotografieren wir die Besuchermenge formatfüllend und zoomen nur so weit in den Weitwinkelbereich, dass keine leeren Bereiche an den Seiten zu sehen sind.

Dieses Motiv begleitet uns während der gesamten Messe und ist wichtig, um den Erfolg der Messe nach außen zu präsentieren. Zukünftige Messebesucher werden die Attraktivität der Messe an der Menge der Besucher auf den Fotos ablesen. Wer eine Messe fotografiert, leistet deshalb mit seinem Fotoauftrag auf dieser Messe bereits einen wichtigen Beitrag zur Bewerbung der nächsten Messe.

Dann folgen wir den Besuchern in die Halle und schauen, dass wir möglichst viele Menschen in den Gängen fotografieren. Hier kommt es vor allem auf den richtigen Ausschnitt an. In überfüllten Gängen kann man diese Menschenmassen leicht von oben fotografieren, denn hier geht es nicht um den Einzelnen, sondern darum, die Menge zu zeigen. Gerade, wenn das Gedränge sehr groß ist, machen wir die Aufnahmen am liebsten im Weitwinkelbereich, um so viele Besucher, wie möglich, auf den Bildern zu zeigen. Und wenn das Gegenteil der Fall ist, also die Messe nicht so gut besucht ist, machen wir diese Aufnahmen bei Vorführungen oder Tombolaauslosungen, denn dann kommen in der Regel viele Besucher zusammen in der Hoffnung, einen der Hauptpreise zu gewinnen, und es sieht voll aus. Wenn all das nicht klappt, bleibt uns noch die Möglichkeit, ein paar Menschen rechts und links so anzuschneiden, dass sie eine große Menge suggerieren.

Bei manchen Messen sind die Gänge so schlecht beleuchtet, dass wir mit dem ISO-Wert unserer Kameras weiter hoch gehen müssen, um das wenige vorhandene Licht zum Fotografieren zu nutzen. Die Belichtungszeit reicht dann trotz weit geöffneter Blende nicht aus, um unverwackelte Fotos der Messebesucher zu schießen. Am Ende ist ein Foto mit Unschärfen, die durch einen hohen ISO-Wert erzeugt werden, besser als eins, in dem ungewollte Bewegungsunschärfen auftreten. Das ISO-Rauschen lässt sich zumindest mit einem Bildbearbeitungsprogramm nachträglich auf ein annehmbares Maß reduzieren.

Neben den Aufnahmen der Menschenmengen machen wir auch Fotos von den Gesprächen zwischen Ausstellern und Besuchern. Die Aussteller kooperieren dabei in der Regel sehr gerne, denn sie wissen, dass ein gutes Foto nicht nur für die Messe wirbt, sondern, wenn ihr Stand darauf zu sehen ist, auch für sie. Es gibt aber verständlicherweise auch immer wieder Besucher, die auf den Bildern nicht

zu erkennen sein wollen. Dann positionieren Sie sich am besten so, dass der Aussteller von vorne, der Messebesucher aber von hinten oder schräg hinten dargestellt wird. Sie fotografieren also angeschnitten über die Schulter des Besuchers.

Die Scheinwerfer, mit denen die Messestände beleuchtet werden, sollen zwar die Besucher nicht blenden, aber es kommt trotzdem vor, dass das Licht ungünstig in unser Objektiv fällt und Lichtreflexionen verursacht. Das lässt sich nur schlecht vermeiden. Entweder ändern wir dann unseren Winkel zum Stand oder setzen die Sonnenblende auf das Objektiv, um die Blendenflecken auszublenden. Wenn es gar nicht anders geht, kommen die Blendenflecken eben kreativ ins Bild, denn es geht vorrangig um die Dokumentation der Messe. Wir achten dann aber darauf, dass die Blendenflecken nicht auf den Gesichtern oder anderen bildwichtigen Bereichen liegen.

Für die Messedokumentation nehmen wir auch mal Produkte in den Fokus, während sie gezeigt und erklärt werden. Dadurch ist ein Teil eines Ausstellers oder Besuchers zu sehen und das ganze Bild wirkt lebendiger, als wenn wir nur das Produkt zeigen würden. Wenn wir hinter dem Aussteller stehen, können wir auch die Besucher im Hintergrund zeigen und öffnen dafür die Blende, damit diese nur schemenhaft zu erkennen sind und die Schärfe eindeutig auf dem Produkt liegt.

Am ersten Messetag gibt es oft auch einen offiziellen Messerundgang mit der Messeleitung und geladenen Gästen wie dem Oberbürgermeister. Dieser Rundgang hält an vielen Ständen, wo die Ware gezeigt, ein Gespräch gesucht und Fotos gemacht werden. Wir sind hier immer in Bewegung, um aus einem 5-Minuten-Gespräch möglichst viele verschiedene Perspektiven herauszuholen. Dafür zoomen

Bei den Detailaufnahmen ist der Wechsel zwischen einer Insider- und einer Publikumperspektive der Schlüssel zu einer spannenden Dokumentation.



wir die Gesprächspartner entweder ganz nah heran, praktisch als Halbporträts in Aktion, oder nehmen sie auch aus einer Position hinter den Zuschauern auf, die dann zwischen uns und den fokussierten Gesprächspartnern als Menschenmenge zu sehen sind. Die Produkte, um die es geht, stehen bei diesem Rundgang oft im Vordergrund. Die Fotos, die dabei entstehen, gehören zum Standardrepertoire. Viel spannender wird es, wenn sich der Oberbürgermeister dann auf die Draisine setzt oder eine virtuelle Kamera ausprobiert. Da passiert viel mehr auf dem Bild, als wenn er der Messeleitung zuprostet und den obligatorisch winzigen Schluck aus dem Weinglas nimmt.

Überlegen Sie sich beim Fotografieren, was als Nächstes passieren könnte. Beobachten Sie dafür die Situation und fotografieren Sie vorausschauend. Wenn nämlich etwas Interessantes, Spannendes oder Witziges passiert, und Sie dann erst die Kamera hochnehmen, ist die Situation vorbei, bevor Sie den Auslöser gedrückt haben. Sie können trainieren, intuitiv zu handeln, damit Sie auch außergewöhnliche Situationen und Stimmungen einfangen können, die diese Messe dann von anderen unterscheiden.

Vorführungen richtig in Szene setzen

Nächster Punkt auf unserer Liste sind die Vorführungen. Damit wir keine Vorführung verpassen, besprechen wir vorher, welche aufgenommen werden sollen und markieren sie im Ablaufplan. Dann kommt die erste Hürde: Wir müssen uns zumindest den Beginn der nächsten Vorführung merken und im Hinterkopf behalten. Wenn Sie kein gutes Zeitgefühl haben, hilft es Ihnen vielleicht, die Zeiten im Smartphone mit einer Weckfunktion (und einem Puffer für die Wegzeit) abzuspeichern. Setzen Sie den Wecker zusätzlich auf Vibration, denn oft ist das Messegetümmel zu laut für Klangsignale. Dann können Sie sich besser auf das Fotografieren konzentrieren, ohne ständig auf die Uhr schauen zu müssen.

Auch wenn wir die Aussteller bereits kennen, müssen wir kurz vor Beginn der Vorstellung an der jeweiligen Bühne oder dem Stand sein, denn manchmal gibt es auch Vorführungen von Nicht-Ausstellern. Da singt z.B. ein Nordsee-Chor, gefolgt von einem Lach-Yoga-Kabarettisten, es gibt Pantomime- und Gesangseinlagen eines italienischen Schnulzensängers und so weiter. Zwischen diesen externen Einlagen treten Aussteller auf, die ihre Produkte bewerben. Es ist also ein bunter Mix aus Vorführungen, die wir aufnehmen wollen. Damit sich die Vorführungen auf unseren Fotos unterscheiden, müssen wir die Perspektiven variieren. Das bedeutet, dass wir uns nicht nur einen Platz in der ersten Reihe suchen und von

dort fotografieren, sondern auch auf die Bühne gehen, um von dort unsere Aufnahmen zu machen, wenn es die Art der Vorführung zulässt. Kein Problem ist das in der Regel bei Produktvorführungen, Kurzseminaren oder Tombolas. Auf jeden Fall sprechen wir vorher mit den Vorführenden, damit sie sich nicht gestört fühlen und auch wissen, wofür wir fotografieren. Solange wir unseren Aufenthalt auf der Bühne kurz und dezent halten, hat niemand etwas dagegen. Denken Sie daran, dass die Vorführungen den Zweck der Werbung erfüllen und deshalb Ihre Fotos willkommen sind.

Bevor wir uns nun mit den Perspektiven beschäftigen, überprüfen wir, gerade bei aktionsreichen Vorführungen, unsere Kameraeinstellungen, weil wir jetzt eine schnelle Belichtungszeit und die mittlere Blende benötigen, damit die Bilder weder verwackeln noch die Protagonisten in die Unschärfe abrutschen. Dafür stellen wir im manuellen Modus Blende $f/8$ und eine kurze Belichtungszeit ein, die sich an der Geschwindigkeit der Bewegung orientiert. Wir korrigieren die Werte anhand des Lichts der Bühne sowie der Aktion notfalls nach. Für bewegungsreiche Vorführungen aktivieren wir außerdem die Reihen- oder Serienaufnahme der Kamera, damit wir anschließend aus einer größeren Zahl von Bildern die gelungensten aussuchen können.

Jetzt beginnt die Show und wir beschäftigen uns zuerst mit den Aufnahmen, die die Weite der Bühne und des Zuschauerbereichs zeigen und die wir mit einer kleinen Brennweite machen. Unser Ziel ist bei diesen Fotos, die Promoter im Austausch mit den Zuschauern zu zeigen. Dafür wechseln wir die Positionen: erst von der letzten Reihe aus, aus der alle Zuschauer von hinten und der Promoter von vorne gezeigt werden, dann seitlich von der Bühne aus mit dem Promoter schräg angeschnitten, damit er noch erkannt wird, und schließlich möglichst viele Zuschauer von vorne, die allerdings durch die Brennweite weit genug entfernt sein müssen, um nicht sofort erkannt zu werden. Anschließend kommen Fotos, auf denen mehr Details und Personen zu erkennen sind und die wir einfach spannender finden. Da ist der karibische Koch, der auf der Bühne mit farbenfrohen Utensilien hantiert und den Blickkontakt zur Kamera geradezu sucht. Er darf frontal aufs Foto und lässt sich auch beim Kochen von hinten über die Schulter schauen, sodass er mit seinen Utensilien und dem Publikum zu sehen ist. Anschließend wird von einem Gastronomen Schwarzwälder Kirschtorte verköstigt, dabei springen uns spontan Detailaufnahmen der Torte mit den Händen des Gastronomen beim Verteilen an, die wir ebenfalls für die Messe festhalten.

Bühnenauftritte sind im Prinzip noch einmal eine Veranstaltung auf einer Veranstaltung. An Perspektiven haben wir hier von der Totalen aus verschiedenen Blickwinkeln über das Porträt und die Details alles dabei.

4 Der Event

Höhepunkt kleinerer Messen für die Besucher ist in der Regel eine Auslosung. Diese Tombola findet unter großem Tamtam statt. Das Publikum erscheint zahlreich und alle Aussteller, die Preise spenden, finden sich an der Bühne ein. Die Losziehung soll möglichst werbewirksam fotografiert werden. Unsere ersten Aufnahmen machen wir deshalb in der Nähe der Tombola beim Ziehen der Lose und wir befinden uns dafür seitlich auf der Bühne.

Anschließend wechseln wir gerne seitlich vor die Bühne, um die Gewinner schon auf dem Weg zur Bühne aufnehmen zu können, und setzen hier unseren Blitz ein, um sie von der dunklen Besuchermenge im Hintergrund abzuheben. Wir bemühen uns, möglichst kurz vor der Bühne zu stehen, weil sich die Zuschauer sonst gestört fühlen. Wir sammeln durch den schnellen Wechsel unserer Position außerdem unterschiedlichere Perspektiven, als wenn wir durchgehend an einer Stelle stehen bleiben würden. Als Nächstes gehen wir vor die Bühne, um die Gewinner mit den Preisspendern bei der Übergabe der Preise und dem Händeschütteln aufzunehmen. Abschlussbild ist hier oft ein gemeinsamer Auftritt aller Preisspender, den wir zentral von einer Position hinter den Zuschauerreihen aufnehmen.

Bei Aktionen auf Veranstaltungen sind der Ablauf- und Zeitplan extrem wichtig, um bei jedem Programmpunkt nahe am entsprechenden Akteur zu sein, ohne den Ablauf zu stören.



Zeitnahe Nachbereitung

Der Messetag ist vorbei, wir sind groggy, aber leider können wir uns noch nicht entspannt zurücklehnen. Zumindest dann nicht, wenn wir im Vorfeld mit unserem Auftraggeber besprochen haben, dass er die Bilder am gleichen Abend bekommt, um sie auf einem Social-Media-Kanal zu veröffentlichen und damit bei einer mehrtägigen Messe Werbung für die nächsten Messetage zu machen.

Also suchen wir uns auf der Messe eine ruhige Ecke mit Stromanschluss für unseren Laptop und sortieren die Highlights des Tages aus. Für eine Gesamtübersicht der Messe, schauen wir, dass wir einen guten Mix aus Gesprächen am Stand, Besuchermassen am Eingang oder in den Gängen, begeisterten Gewinnern der Tombola, Nahaufnahmen eines Promoters bei einer Vorführung, Aufnahmen von Produktdetails und emotionalen Bildern zusammenstellen. Diese Auswahl übergeben wir entweder direkt auf einem USB-Stick oder speichern sie in der Cloud und senden unserem Auftraggeber den entsprechenden Link zu. Die Menge der Fotos hängt davon ab, was wir vereinbart haben. Für die Social-Media-Kanäle reichen oft 50 Fotos pro Tag. Wenn diese Fotos außerdem für Flyer, die Website oder einen anderen Werbeauftritt benötigt werden, bearbeiten wir sie in den Folgetagen nach und liefert sie zeitnah ab.

Fangen Sie auch mal einen Moment abseits des großen Trubels ein.



Diese Leseprobe haben Sie beim
 **edv buchversand.de** heruntergeladen.
Das Buch können Sie online in unserem
Shop bestellen.

[Hier zum Shop](#)