

## Inhalt

10

### Schön, dass du hier bist

#### Für wen ist das Buch und warum? Für wen ist es nicht?

- Selbstbestimmung kultivieren 11
- Aber was ist mit Geldsorgen? 12
- An wen richtet sich das Buch? 13
- Für wen ist das Buch nicht? 13
- Warum es das Buch gibt 14

16

### Was ist ein Portfolio?

#### Welche Typen gibt es? Wie unterscheiden sie sich?

- Gute Portfolios schaffen Vertrauen 18
- + Das schlechte Portfolio = kein Vertrauen 21
- + Schubladen und wie sie uns helfen, die Welt zu sortieren 21
- + Türöffner Portfolio 22
- Portfolios können ganz unterschiedlich aussehen 23
- + Die Referenzmappe 24 •
- + Die Case Study 26 •
- + Das Exposé 30 •
- Der rechtliche Rattenschwanz – was darfst du zeigen? 32
- + Eigenwerbung erlaubt? 32
- + Werke aus einem Angestelltenverhältnis 33
- + Eine analoge Mappe ist keine Veröffentlichung 33
- Exkurs: Über die wirtschaftliche Grundlage von Kreativen 34
- + Honorare für Kreativleistungen berechnen 34

Alle mit dem Icon • ausgezeichneten Themen zeigen zusätzlich reale Portfolio-Beispiele.

36

### Portfolio-Typen

#### Was für Mappen gibt es? Was passt zu dir und deinem Angebot?

- Digital vs. analog 37
- Linear vs. non-linear 38
- Die analoge Mappe 40
- + Eine wichtige Anforderung: Seiten tauschen 40
- + Mappen ohne Plastik 41
- + Transparente Folien 41
- + Mappen jedes Mal binden lassen? 42
- + Die Formatfrage: David gegen Goliath 43
- + Hoch- oder Querformat? 43
- + Papier 43

- + Gehören Originale in eine Mappe? 44
- + Portfolio-Beispiel für Originale in der Mappe 45 •
- Das digitale Portfolio 46
- + Wertigkeit auch im Digitalen 46
- + Der Standard: PDF 47
- + Gehen auch nur fünf JPGs? 47
- + Digitale Hoch- und Querformate 48
- + Maßstab: Zoom in – Zoom out 48
- + Dateien verschicken 49
- + Persönlich präsentieren auf dem iPad 49
- + Persönlich präsentieren auf einem Laptop 49
- + Für die Bildschirmansicht optimieren 50
- + Individuell zugeschnitten 50
- + Portfolio-Beispiel für ein interaktives PDF 51 •
- Die Portfolio-Website 52
- + Mit eigenem Webespace
- + Ohne eigenen Webespace 55
- + Sieben Tipps für Webportfolios 58 •
- Social-Media-Plattformen 62
- + Sechs Tipps für Social-Media-Portfolios 65 •
- + Vier Beispielstrategien für Instagram 68 •
- Showreels (Bewegtbild) 70 •
- Präsentationen und Keynotes 72
- Aussendungen 74 •
- Newsletter 78 •

### Konzipieren und gestalten

#### Wie du in kurzer Zeit ein Portfolio konzipierst, das funktioniert

- Vom großen Ganzen zum Detail zum großen Ganzen 81
- Bauplan: Übersicht über Bausteine 1 bis 6 82
- Das Ziel des Portfolios festlegen 84
- + Brauchst du mehrere Portfolios? 84 •
- + Welchen Mehrwert bietest du an? 84
- + Einen roten Faden spinnen 86
- + Portfolio-Art festlegen 86
- Werke sichten und auswählen 88
- + Eine Checkliste hilft 88
- + Werke auswählen 92
- + Gibt es eine optimale Werk- oder Seitenanzahl? 92

## Index

**Du suchst etwas Bestimmtes?**  
Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

## Exkurse

**Über die wirtschaftliche Grundlage von Kreativen**  
Seite 34–35

**Die Stil-Frage**  
Seite 94–97

**Was macht ein Angebot attraktiv?**  
Seite 196–197

**Wie oft brauchst du neue Kund\*innen und Aufträge?**  
Seite 214–215

80

Baustein 1

Baustein 2

Wie wichtig ist ein einheitlicher Stil bei der Werkauswahl? 92

Exkurs: Die Stil-Frage 94

- + Eine Typologie des Stils 94
- + Mit der Stil-Frage umgehen 95
- + Den eigenen Stil finden? 95
- + Portfolio-Beispiele für Stilistik 96 •

Bildmaterial sichten und auswählen 98

- + Formale Unterschiede 98
- + Bildtypen 98 •
- + Eine Frage des Maßstabs 99

Brauchst du Produktfotos? 100

- + Wie zeigt man Marktfähigkeit? 100
- + PS: Namedropping ist erlaubt 100
- + Beispiel für Marktfähigkeit 96 •
- + Woher bekommst du Produktfotos? 103 •
- + Selbst fotografieren 103
- + Plan B: Mockups 104 •

Die finale Bildselektion 106 •

- + Stärken herauskitzeln 106
- + Abstand gewinnen 106

Die technische Aufbereitung der finalen Bildauswahl 108

- + Bildqualität optimieren 108
- + Tonwertkorrekturen und Gradationskurven 108
- + Ausbluten in den Weißraum vermeiden 108

Das Portfolio gestalten 110 •

- + Die Klammer, die alle Einzelbilder zusammenhält 110
- + Regeln brechen ... Vertrauen schaffen 110

Schrift ist nicht gleich Schrift 112

- + Ein Crashkurs in Portfolio-Typografie 112
- + Schriftsystematik 112
- + Schriftwahl 114
- + Der Charakter der Schrift 114
- + Lesbarkeit 115
- + Schriftgröße 115
- + Schriftmischungen 116
- + Woher bekommst du Schriften? 117
- + Wo findet man gute kostenlose Schriften? 117
- + Schriftformate 118
- + Beispiel für Typografie im Portfolio 119 •

Hoch- und Querformate im Portfolio 120

- + In analogen Mappen 120
  - + PDF auf iPad und Co 123
  - + Online gibt es etwas mehr Freiheit 123
  - + Wie mit der Formatfrage umgehen? 123
- Gestaltungselemente der Einzelseite 124 •
- + Titel und Überschriften 124
  - + Legenden und Bildunterschriften 124
  - + Mengentext 127
  - + Kontaktinformationen 127 •
  - + Ruhm und Ehre 127
  - + Dein Corporate Design 128
  - + Beispiele für den wirksamen Einsatz von Corporate Design 130 •
- Mach mehr aus deinen Layouts 134 •
- Seitentypen ergänzen 138
- + Die Startseite 138
  - + Die Werkübersicht 138
  - + Die About-Seite 138
  - + Kontaktseite 139
  - + News 139
  - + Impressum 139
  - + Portfolio-Beispiele für Start- und Endseiten 140 •

Das Portfolio inszenieren 142

- + Kontrast vs. Konsistenz 142
- + Rhythmus, Baby! 143
- + Der Rhythmus des Layouts 144
- + Der Rhythmus der Bildtypen 144
- + Portfolio-Beispiel für Rhythmus über das Layout 146 •
- + Portfolio-Beispiel für Rhythmus über Bildtypen 148 •
- + Der Rhythmus der Qualität 150
- + Der Rhythmus des Stils 150
- + Konsistenz über Farbe 152
- + Portfolio-Beispiel für Farbkonsistenz 154 •

Jetzt nur noch exportieren 156

- + Vor dem Export ... 156
- + Farbraum-Battle: CMYK oder RGB 156
- + PDF für den Druck erstellen 158
- + PDF für den Bildschirm erstellen 160
- + Bilddaten für Webanwendungen 162

## Index

**Du suchst etwas Bestimmtes?**  
Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

## Checklisten

**Bauplan Portfolio-Gestaltung**  
Seite 82–83

**Portfolio-Ziele festlegen**  
Seite 88–91

**Positionierungs-Checkliste für dein Portfolio**  
Seite 200–201

**Positionierung****Wie du selbstbestimmt deinen Weg gehst**

Die kreative Seele und ihre kreativen Identitäten 165

+ Warum die Unterscheidung? 166

+ Wie funktioniert das? Was brauchst du für den Prozess? 168

Methoden für den kreativen Positionierungsprozess 170

+ Freies Schreiben 170

+ Assoziationen nutzen 171

+ Anders herum 173

+ In Bildern forschen 173

+ Nicht verändern, erforschen! 174

+ Ein Date mit dir selbst 174

+ Hilfe annehmen 175

+ Meditieren und visualisieren 176

+ Apropos: Vertraue deiner Intuition 177

+ Und zu guter Letzt: Nimm dir Zeit 177

Übung: Deine kreative Seele 178

\* Wo kommst du her? 178

\* Wo erkennst du dich wieder? 178

\* Deine Stärken und Talente 179

\* Leitsterne – deine Werte 180

\* Warum bist du auf der Welt – was treibt dich an? 180

\* Deine Vision sichtbar machen 181

Was machst du jetzt damit? 182

Übung: Deine möglichen kreativen Identitäten 184

\* Dein Angebot 184

\* Dein berufliches Wertesystem 185

\* Die nächsten zehn Jahre 185

Deine Marktanalyse 186

+ Wirtschaftliche Aspekte 186

+ Wo geht die Reise hin? 187

+ Du fragst dich, wie du das alles herausfinden sollst? 187

Übung: Lerne deine Märkte kennen 188

\* Deine Zielgruppen 188

\* Wirtschaftliche Fragestellungen 188

\* Zukunftsperspektiven 188

\* Erstelle für deine Traumkund\*innen eine Marktanalyse 189

\* Die Wirtschaftlichkeit deiner Traumkunden 189

\* Deine Mitbewerber\*innen 189

Das Icon \* markiert eine Übung.

**Downloads****www.diegutemappe.de**  
Auf der Webseite warten drei kostenlose Downloads auf dich.**Bauplan  
Portfolio-Gestaltung**  
Seite 82–83**Arbeitsblatt  
Deine kreativen  
Identitäten**  
Seite 192–195**Arbeitsblatt  
Akquisezeitplan**  
Seite 210–213

Auch gibt es einen Portfolio-Blog und viele weitere Ressourcen.

Deine kreativen Identitäten auswählen 190

+ Dich und deine Märkte zusammenbringen 190

+ Deine kreative Seele integrieren 191

+ Beispiele für kreative Identitäten 192 •

**Exkurs:** Was macht ein Angebot attraktiv? 196

Wie viele Portfolios brauchst du? 198

+ Und wie viele Marken? 198

+ Die kreative Person als Personenmarke 199

+ Positionierungs-Checkliste für deine Portfolios 200

**Wirksame Akquise****Wie du deine Traumaufträge auch wirklich bekommst**

Akquise für Kreative ist anders 203

+ Klare Ziele formulieren 204

+ Echte Menschen 205

+ Interessierte Kontakte und passgenaue Ziele 206

+ Durchhaltevermögen und Ausdauer 207

+ Nachfragen, abgleichen, lernen 207

+ Dokumentation 208

Ablaufplan: Wie anfangen? 209

+ Beispiele für einen Akquiseplan 192

**Exkurs:** Wie oft brauchst du neue Kund\*innen und Aufträge? 214

Persönlich präsentieren 216

+ Ein Mappentermin auf der Buchmesse 217

+ Pitches und Präsentation vor den Kund\*innen 218

**Wie gehts weiter?****Ein Blick zurück nach vorn****Franziska Walther****Über die Autorin****Die Kreativen im Buch****Den Mutigen gehört die Welt**

Bildnachweis 230

Index 234

Impressum 240

**Index****Du suchst etwas Bestimmtes?**

Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

**202****220****222****224**