



SELBSTSTÄNDIGKEIT ALS

FOTOGRAF

TIPPS FÜR DEINEN ERFOLGREICHEN EINSTIEG

INHALTSVERZEICHNIS

1. Die ersten Schritte als Fotograf	5
1.2. Businessplan: Deine Roadmap für den Erfolg	7
1.3. Versicherung: Absicherung ist das A und O	8
1.4. Finanzplanung: Was kostet die Selbstständigkeit wirklich?.....	10
1.4.1. Startkapital und laufende Kosten.....	10
1.4.2. Preiskalkulation: Was solltest du verlangen?	12
1.4.3. Rücklagen bilden: Vorsorge ist wichtig	13
2.1. SEO: So wirst du gefunden	14
2. Deine Website: Dein Schaufenster zur Welt	14
2.1.1. Keywords: Wähle deine Suchbegriffe sorgfältig aus.....	15
2.1.2. Inhalt zählt: Schreibe für Menschen, nicht für Maschinen.....	16
2.2. Aufbau und Design: Einfach, aber professionell.....	17
2.3. Call-to-Action: Was willst du vom Besucher?	18
3.1. Netzwerken: Beziehungen sind Gold wert	19
3. Kunden gewinnen: Wie du deinen Kundenstamm aufbaust und pflegst	19
3.1.1. Persönliche Kontakte pflegen.....	20
3.1.2. Social Media nutzen.....	20
3.2. Lokales Marketing: Präsenz in deiner Region zeigen.....	21
3.2.1. Kooperationen mit lokalen Unternehmen	21
3.2.2. Flyer und Visitenkarten: Die Klassiker nicht vergessen.....	22
3.3. Online-Marketing: Der Schlüssel zur Sichtbarkeit im Netz.....	22
3.3.1. Google Ads und Facebook-Anzeigen	23
3.3.2. Newsletter-Marketing: Kundenbindung aufbauen.....	23
4.1. Preiskalkulation: Was ist deine Arbeit wert?	24
4. Finanzen und Versicherungen: Das Rückgrat deiner Selbstständigkeit	24
4.1.1. Fixkosten und variable Kosten berechnen.....	25
4.1.2. Deine Zeit ist Geld.....	26
4.1.3. Branchenübliche Preise und deine Positionierung.....	26
4.2. Steuern: Was du beachten musst.....	27
4.2.1. Einkommensteuer und Umsatzsteuer	28

4.2.2. Gewerbesteuer	28
4.3. Versicherungen: Deine Absicherung im Ernstfall	29
4.3.1. Berufshaftpflichtversicherung	29
4.3.2. Betriebshaftpflicht und Sachversicherung.....	29
4.3.3. Kranken- und Rentenversicherung	29
5.1. Urheberrecht: Deine Bilder, dein Eigentum	31
5. Rechtliche Grundlagen: Was du als Fotograf beachten musst	31
5.1.1. Nutzungsrechte vergeben	32
5.1.2. Vertragsgestaltung und schriftliche Vereinbarungen.....	32
5.2. Datenschutz: Der Umgang mit Kundendaten	33
5.2.1. Einwilligungen einholen	34
5.2.2. Aufbewahrung und Sicherung von Daten.....	34
5.3. Recht am eigenen Bild: Schutz der fotografierten Personen.....	35
5.3.1. Keine Veröffentlichung ohne Einwilligung	36
5.3.1.1. Ausnahmen für Gruppenfotos bei öffentlichen Veranstaltungen..	36
5.3.2. Besonderheiten bei Hochzeiten und Events.....	37
5.4. Gewerbeanmeldung und Mitgliedschaften	37
5.4.1. Gewerbeanmeldung und IHK-Mitgliedschaft.....	38
5.4.2. Handwerkskammer und Berufsgenossenschaft.....	38
6.1. Deine Website: Das Aushängeschild deines Geschäfts.....	39
6. Marketing und Kundengewinnung: Sichtbar werden und Kunden gewinnen.....	39
6.1.1. Was muss auf deine Website?.....	40
6.1.2. SEO: Gefunden werden, wenn Kunden nach dir suchen	40
6.2. Soziale Medien: Präsenz zeigen und Beziehungen aufbauen.....	42
6.2.1. Instagram: Dein Portfolio im Hosentaschenformat.....	43
6.2.2. Facebook und Pinterest: Weitere Plattformen für deine Fotografie.....	43
6.3. Netzwerken: Der direkte Weg zu neuen Aufträgen.....	44
6.3.1. Kooperationen mit anderen Dienstleistern	44
6.3.2. Fotografen-Community und Weiterbildung	44
6.4. Akquise: Strategien zur Kundengewinnung	45
6.4.1. Direktakquise: Den ersten Schritt machen	45
6.4.2. Empfehlungen und Mund-zu-Mund-Propaganda.....	46
6.4.3. Online-Werbung und Google Ads.....	46

6.5. Die Macht der Testimonials und Kundenbewertungen	46
6.5.1. Bewertungen sammeln	46
6.5.2. Testimonials auf deiner Website	47

7. Weiterbildung und langfristige Entwicklung: Stets einen Schritt

voraus	48
7.1. Technische Weiterentwicklung und Trends.....	48
7.2. Workshops, Kurse und Weiterbildungsmöglichkeiten.....	49
7.3. Mentoring und Coaching: Von den Besten lernen.....	49
7.4. Spezialisierungen: Der Weg zur Expertenrolle	50
7.5. Netzwerken und Kooperationen: Gemeinsam zum Erfolg	51
7.6. Persönliche Entwicklung und Selbstfürsorge	52
Fazit.....	53



1. DIE ERSTEN SCHRITTE ALS FOTOGRAF

Wenn du den Entschluss gefasst hast, dich als Fotograf selbstständig zu machen, steht dir ein spannender, aber auch herausfordernder Weg bevor. Die Begeisterung für die Fotografie ist der Antrieb, aber nun kommen organisatorische und rechtliche Dinge auf dich zu, die du erledigen musst. Ich schreibe bewusst „musst“, denn um viele Sachen kommst du nicht herum, wenn du die Fotografie kommerziell betreiben möchtest um damit zukünftig dein Einkommen zu sichern. Klingt etwas trocken? Keine Sorge, auch dieser Teil hat durchaus seine spannenden Seiten – es ist der Moment, in dem du deinen Traum von der Selbstständigkeit in die Realität umsetzt. Führe dir das stets vor Augen.

1.1. Gewerbebeanmeldung: Der erste Schritt in die Selbstständigkeit

Als Fotograf selbstständig zu arbeiten bedeutet, dass du zunächst dein Gewerbe anmelden musst. Dies ist nicht nur ein formeller Schritt, sondern sozusagen der „Startschuss“, der dich offiziell auf den Weg bringt. Nun ist es so, dass Fotografen oft an der Grenze zwischen Freiberuflichkeit und Gewerbe stehen. Das bedeutet: Wenn du künstlerisch tätig bist und beispielsweise Kunstfotografie oder Projekte machst, die mehr auf kreativen Ausdruck abzielen, kannst du unter Umständen als Freiberufler starten. Falls du jedoch regelmäßig kommerzielle Aufträge übernimmst – Hochzeiten, Business-Shootings, Produktfotografie –, dann bist du gewerbepflichtig. Der Gang zum Gewerbeamt ist nicht schwer: Du füllst ein Formular aus, zahlst eine kleine Gebühr (die variiert, aber meist liegt sie bei 20 bis 60 Euro). Danach bekommst du vom Finanzamt eine Steuernummer – die ist wichtig,



denn ab jetzt geht es auch um ordentliche Rechnungen. Doch damit nicht genug: Als Gewerbetreibender meldet sich schnell die IHK (Industrie- und Handelskammer) bei dir. In einigen Regionen kann das auch die Handwerkskammer sein. Diese Institutionen verlangen Beiträge, aber keine Sorge, dass hält sich im Rahmen.

Wobei was heißt im Rahmen? Es läppert sich ganz schön was zusammen und es sind nun leider Pflichtbeiträge. Rückblickend auf die Zeit in der ich zahle, gab es keinen Aspekt wo mir die IHK oder die Handwerkskammer helfen konnte. Die Themen die sie anbieten sind meistens Basics und wenn du diese beherrscht, erübrigen sich die angebotenen Kurse oder Online-Seminare. Wer sich in verschiedenen Bereichen noch nicht so gut auskennt, der kann hier sicherlich noch was lernen.

1.2. Businessplan: Deine Roadmap für den Erfolg

Egal, ob du mit einem umfassenden Businessplan startest oder einfach deine wichtigsten Ziele und Meilensteine notierst: Es ist hilfreich, von Anfang an eine klare Struktur für dich zu haben. Hierbei musst du nicht gleich in die Tiefen der Unternehmensplanung eintauchen, aber einige grundlegende Fragen solltest du dir stellen:

› Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?

Warum sollten Kunden zu dir kommen und nicht zum Wettbewerb? Dazu habe ich bereits einen Artikel geschrieben, den du hier findest: [Benötigen Fotografen ein Alleinstellungsmerkmal?](#)



› **Wer ist meine Zielgruppe?** Richtest du dich an Privatkunden, die Hochzeitsfotos oder Porträts brauchen? Oder sind Unternehmen, die Business-Porträts oder Produktfotos benötigen, deine Hauptkunden?

› **Wie will ich mein Business langfristig aufbauen?** Planst du, alles alleine zu machen, oder möchtest du vielleicht irgendwann ein kleines Team aufbauen?

Ein Businessplan oder Ziele helfen dir, den Fokus zu behalten, und sind auch nützlich, wenn du eventuell später einmal finanzielle Unterstützung oder Kredite benötigst.

1.3. Versicherung: Absicherung ist das A und O

Sicherlich machen Versicherungen keinen Spaß, da sie Kosten verursachen, aber sie gehören zur Selbstständigkeit. In deinem Alltag als Fotograf kann viel passieren – von der Beschädigung deiner teuren Fotoausrüstung bis hin zu rechtlichen Problemen mit Kunden. Umso wichtiger ist es, dich von Anfang an richtig abzusichern.

Hier sind einige Versicherungen, die für Dich als Fotograf relevant sein könnten:

› **Berufshaftpflichtversicherung:** Sie deckt Schäden ab, die du versehentlich bei einem Kunden verursachst, z. B. wenn du bei einem Shooting etwas beschädigst.



› **Geräteversicherung:** Deine Kameraausrüstung ist dein Kapital. Eine Geräteversicherung schützt dich vor hohen Kosten bei Diebstahl, Verlust oder Beschädigung.

› **Rechtsschutzversicherung:** Sollte es jemals zu Streitigkeiten mit Kunden kommen, kann eine Rechtsschutzversicherung dir helfen, diese zu klären.

Natürlich gibt es viele weitere Versicherungen, aber diese drei gehören zu den essenziellen Grundlagen. Prüfe auch, welche Versicherungen am besten zu deinem Unternehmen passen, und lass dich gegebenenfalls von einem Fachmann beraten. Du hast vielleicht andere Anforderungen als ich, von daher sind die Versicherungen die ein Fotograf braucht von Person zu Person individuell und können durchaus unterschiedlich ausfallen.





1.4. Finanzplanung: Was kostet die Selbstständigkeit wirklich?

Nun kommen wir zu einem Punkt, der zwar nicht direkt mit der Kamera zu tun hat, aber genauso wichtig ist: deine Finanzen. Der Start in die Selbstständigkeit als Fotograf bringt natürlich Kosten mit sich, und es ist entscheidend, dass du von Anfang an weißt, wie du deine Einnahmen und Ausgaben managen kannst.

1.4.1. Startkapital und laufende Kosten

Das erste, was du bedenken musst, sind die Startkosten. Diese können von Fotograf zu Fotograf sehr unterschiedlich sein, je nachdem, welches Equipment du schon besitzt und welche Art von Fotografie du betreibst. Hier ein kleiner Überblick über typische Startkosten:

- **Kamera und Objektiv:** Deine wichtigste Investition. Je nach Spezialisierung brauchst du mehrere Objektiv für verschiedene Situationen.

- › **Computer und Bildbearbeitungssoftware:** Ohne leistungsstarken Rechner und Programme wie Adobe Lightroom oder Photoshop geht fast nichts.
- › **Website und Online-Präsenz:** Deine Visitenkarte im Netz. Eine gut optimierte Website (SEO – dazu kommen wir noch) ist enorm wichtig.
- › **Studio oder Arbeitsraum:** Falls du kein eigenes Studio benötigst, fallen hier keine großen Kosten an, aber vielleicht möchtest du in Studiozeiten investieren.
- › **Versicherungen:** Wie bereits erwähnt, solltest du diese Kosten von Anfang an einplanen.

Dann gibt es die laufenden Kosten, die du immer im Blick haben solltest. Dazu gehören zum Beispiel:

- › Buchhaltungssoftware oder der Steuerberater (je nachdem, was dir lieber ist).
- › Marketingkosten, sei es für Werbung in sozialen Medien, Flyer oder andere Maßnahmen, um deine Sichtbarkeit zu erhöhen.
- › **Rücklagen:** Ein wichtiger Punkt, der oft vergessen wird. Du musst nicht nur für die laufenden Kosten sparen, sondern auch für unvorhergesehene Ausgaben (defektes Equipment, schwache Auftragslage, etc.) und nicht zu vergessen Steuernachzahlungen. Das ist einer der wichtigsten Tipps überhaupt.

1.4.2. Preiskalkulation: Was solltest du verlangen?

Jetzt kommt der entscheidende Teil: Wie setzt du deine Preise fest? Viele Fotografen machen anfangs den Fehler, sich zu billig zu verkaufen – aus Angst, keine Kunden zu bekommen. Das ist einerseits verständlich, andererseits solltest du dir ausreichend Zeit nehmen, deine Preise richtig zu kalkulieren. Auch dazu habe ich bereits vor längerer Zeit mal einen Artikel geschrieben: Preisgestaltung als Fotograf – [Was ist der richtige Preis als Fotograf?](#)

Hier ein paar Tipps für deine Kalkulation:

- 1. Fixkosten decken:** Rechne aus, wie viel du pro Monat für Miete, Versicherungen, Steuern, Equipment und so weiter ausgeben musst.
- 2. Stundenlohn bestimmen:** Überlege dir, wie viel du pro Stunde verdienen möchtest. Vergiss nicht, dass du als Selbstständiger auch Rücklagen für Urlaub, Krankheit und Altersvorsorge schaffen musst.
- 3. Arbeitsstunden kalkulieren:** Überlege



dir, wie viele Stunden du pro Monat tatsächlich fotografierst und wie viele Stunden du für Dinge wie Nachbearbeitung, Kundengespräche und Marketing aufwendest.

Wenn du diese Faktoren zusammenbringst, erhältst du eine realistische Vorstellung davon, wie viel du mindestens verlangen musst, um wirtschaftlich arbeiten zu können. Und vergiss nicht: Dein Preis spiegelt auch deinen Wert wider. Es geht nicht nur um den Klick auf den Auslöser, sondern auch um die Erfahrung und Kreativität, die du deinen Kunden bietest. Du wirst schnell merken das 100 Euro Stundenlohn nahezu der Mindestlohn sind, den du verlangen solltest. Ganz ehrlich? Hätte ich anfangs auch nicht gedacht, dass man den Preis in so hoch ansetzen sollte, aber du wirst mit der Erfahrung und den Jahren merken, dass der Preis so hoch sein muss, möchtest du gesundheitlich nicht baden gehen. Alleine Letzteres bietet so viel Material, um daraus einen eigenen Artikel zu schreiben!

1.4.3. Rücklagen bilden: Vorsorge ist wichtig

Als Selbstständiger musst du nicht nur für den laufenden Monat planen, sondern auch für die Zukunft. Es ist klug, regelmäßig Geld beiseite zu legen – für die Steuer, für die Altersvorsorge und für unvorhersehbare Ausgaben. Ein kleiner Tipp: Es kann hilfreich sein, ein separates Konto für deine Steuern und Rücklagen zu haben. So kommt am Ende des Jahres keine unangenehme Überraschung, wenn das Finanzamt deine Steuer fordert. Oder besser gesagt, meistens zahlst du im Voraus diverse Steuern, aber es kommt häufig vor, dass man nachzahlen muss. Meistens dann, wenn du gut verdient hast. Damit du da keine böse Überraschung erlebst, ist ein Polster durchaus hilfreich.



2. DEINE WEBSITE: DEIN SCHAUFENSTER ZUR WELT

Eine ansprechende und funktionale Website ist in der heutigen Zeit das A und O. Egal, wie gut deine Fotografie ist – wenn potenzielle Kunden dich online nicht finden oder deine Website nicht überzeugt, bleiben die Aufträge aus. Deine Website ist dein öffentliches Schaufenster, und sie muss neugierig machen, Vertrauen schaffen und zeigen, was du kannst.

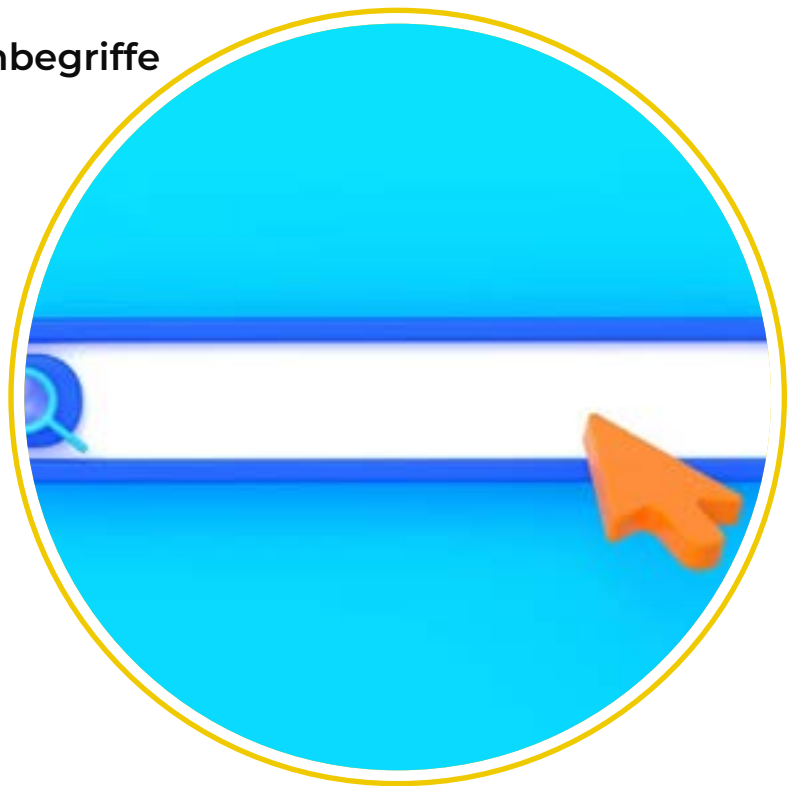
2.1. SEO: So wirst du gefunden

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist einer der Schlüssel, um im Netz gefunden zu werden. Was bringt dir die beste Website, wenn niemand sie sieht? Hier ist das Ziel, deine Website so zu optimieren, dass sie bei Google und anderen Suchmaschinen weit oben angezeigt wird – und damit mehr potenzielle Kunden auf deine Seite lockt. Das Thema ist sehr komplex. Wie mit allem, entweder du arbeitest dich in die Materie ein oder du sourcst SEO aus.

Wie mit allem was du outsourcst, ist dies mit Ausgaben verbunden. Schau einfach, ob du auf SEO Lust hast oder es dir nicht so viel Spaß bringt und du dich lieber auf andere Sachen fokussierst und es dementsprechend an eine Agentur abgibst. Je nachdem wie hoch der Wettbewerb in deiner Region ist, kann es einige Zeit dauern, bis du einen Fuß in die Tür kriegst. Schau am besten nach Nischen, in die du schneller reinkommst. Meine 280 Artikel habe ich innerhalb von 10 Jahren geschrieben.

2.1.1. Keywords: Wähle deine Suchbegriffe sorgfältig aus

Der erste Schritt für eine gute SEO-Strategie ist die Auswahl der richtigen Keywords. Das sind die Begriffe, nach denen gesucht wird, um dich zu finden. Wenn du zum Beispiel Hochzeitsfotograf bist, dann könnte ein Keyword „Hochzeitsfotograf aus Lübeck“ sein.



Tipps für die Keyword-Strategie:

- **Relevante Begriffe wählen:** Überlege, welche Suchbegriffe deine Kunden wahrscheinlich verwenden. Dabei solltest du nicht nur an generische Begriffe wie „Fotograf“ denken, sondern auch spezialisierte Begriffe wie „Porträtfotograf“ oder „Bewerbungsfotos“ einbeziehen.
- **Lokale Keywords nutzen:** Wenn du in einer bestimmten Stadt oder Region arbeitest, binde diese in deine Keywords ein (z. B. „Hochzeitsfotograf Lübeck“). So wirst du von Menschen gefunden, die in deiner Region nach

einem Fotografen suchen.

Wie findet man wonach gesucht wird. Als Tipps, Nutze Google Suggest oder AnswerThePublic oder die YouTube Suche. Google Suggest und YouTube. Gib einfach ein Keyword in das Suchfenster ein und dir wird nachfolgend mit der Autovervollständigung angezeigt, wonach häufig gesucht wird. Setze vors Keyword noch W-Fragen und du erhältst eine Vielzahl an Vorschlägen. In der Mitte der Suche erhältst dazu weitere Fragestellungen nach denen häufig gesucht wird, aufgeführt. Klickst du eine an, werden weitere zwei Fragen darunter angezeigt.

2.1.2. Inhalt zählt: Schreibe für Menschen, nicht für Maschinen

Ein großer Fehler vieler Webseiten ist, dass sie ihre Inhalte nur auf Google ausrichten. Dabei solltest du nie vergessen: Deine Texte sollen in erster Linie für Menschen geschrieben sein. Ja, SEO ist wichtig, aber der Leser muss sich angesprochen fühlen. Hier kamen meine 15 Jahre Erfahrung im SEO-Bereich perfekt zum Einsatz. Schreibe informative und ansprechende Texte, die deinen Stil widerspiegeln und deine Expertise zeigen. So bleibt der Besucher nicht nur auf deiner Seite, sondern kontaktiert dich auch. Gefällt der Text den LeserInnen, gefällt er auch den Suchmaschinen. SEO ist meiner Meinung nach auch nie der richtige Begriff gewesen. Es müsste eher lauten UEO (User Experience Optimization).

➤ **Schreiben hilft:** Ein Blog oder sonstige Artikel einzelnen Bereichen zugeordnet auf deiner Seite kann nicht nur SEO-technisch Wunder wirken, sondern auch deine Persönlichkeit und Expertise unterstreichen. Regelmäßige Beiträge zu Themen wie „Tipps für das perfekte Hochzeitsfoto“ oder „Wie wählst du den richtigen Fotografen für dein Bewerbungsfoto?“ machen dich für Nutzer (Google und Co) sichtbar und geben potenziellen Kunden Mehrwert.



2.2. Aufbau und Design: Einfach, aber professionell

Das Design deiner Website ist genauso wichtig wie deren Inhalt. Eine klare Struktur, schöne Bilder und eine einfache Navigation sorgen dafür, dass Besucher nicht gleich wieder abspringen. Hier ein paar Tipps:

- **Minimalistisch und übersichtlich:** Vermeide überladene Seiten. Weniger ist oft mehr. Deine Fotos sollen im Mittelpunkt stehen, nicht unnötige Design-Spielereien.
- **Mobile Optimierung:** Immer mehr Menschen surfen mobil. Achte darauf, dass deine Seite auf Smartphones genauso gut aussieht wie auf einem Desktop-Computer.
- **Portfolio präsentieren:** Zeige deine besten Arbeiten! Dein Portfolio sollte

sauber gegliedert und einfach zu durchstöbern sein. Überlege, ob du deine Bilder in verschiedene Kategorien unterteilst (z. B. „Hochzeiten“, „Business-Porträts“, „Familienshootings“), damit potenzielle Kunden genau das finden, wonach sie suchen.

2.3. Call-to-Action: Was willst du vom Besucher?

Deine Website sollte nicht nur schön und informativ sein, sondern auch dazu führen, dass der Besucher aktiv wird. Ein Call-to-Action (CTA) muss her – das kann ein Einfaches „Kontaktieren Sie mich für Ihr unverbindliches Angebot“ sein oder ein klar platzierter Button mit „Jetzt Termin vereinbaren“. Gib dem Leser immer eine klare Richtung, was er als Nächstes tun soll.

Du könntest hier auch auf dein Coaching hinweisen, um Interessenten direkt anzusprechen: „Du möchtest mehr über den Start in die Selbstständigkeit erfahren? Buche jetzt ein individuelles Coaching und ich helfe dir dabei, deinen Traum als Fotograf zu verwirklichen.“ Letzteres wenn du bereits ausreichend Expertise besitzt. Das was ich in den letzten 15 Jahren gelernt habe, gebe ich in Einzelcoachings jetzt weiter.





3. KUNDEN GEWINNEN: WIE DU DEINEN KUNDENSTAMM AUFBAUST UND PFLEGST

Egal, wie gut du fotografierst, ohne Kunden geht nichts. Kunden zu gewinnen ist eine Kunst für sich, und es gibt viele verschiedene Wege, wie du das angehen kannst. Einige Methoden funktionieren sofort, andere brauchen Zeit, um ihre Wirkung zu entfalten. Wichtig ist, dass du nicht nur darauf wartest, dass die Kunden zu dir kommen, sondern aktiv wirst.

3.1. Netzwerken: Beziehungen sind Gold wert

Eine der effektivsten Methoden, um neue Kunden zu gewinnen, ist das Netzwerken. Dabei geht es nicht nur um die klassischen Business-Events, sondern auch um die Beziehungen, die du im Alltag knüpfst. Jedes Gespräch, jede Begegnung kann eine potenzielle Chance sein, dein Netzwerk zu erweitern.

3.1.1. Persönliche Kontakte pflegen

Gute Fotografen sind oft die, die weiterempfohlen werden. Hier ein paar Tipps, wie du deine persönlichen Kontakte pflegen kannst:

- › **Bleibe in Kontakt:** Setze dich regelmäßig mit deinen bisherigen Kunden in Verbindung. Das kann eine simple E-Mail sein, in der du dich erkundigst, wie es ihnen geht, oder ein kleines Dankeschön nach einem Shooting.
- › **Empfehlungen erbitten:** Frage zufriedene Kunden aktiv nach Empfehlungen. Mund-zu-Mund-Propaganda ist immer noch eine der stärksten Quellen für neue Aufträge.
- › **Bewertungen:** Bitte deine Kunden darum dich zu bewerten. Ich zum Beispiel schicken jeden Kunden nach Ende des Auftrags eine Rechnung und bitte sie, mich auf Google zu bewerten. Mittlerweile habe ich knapp 400 Bewertungen. Das ist zusätzlich einer der Gründe, warum sich so viele Kunden für mich entscheiden.

3.1.2. Social Media nutzen

In der heutigen Zeit sind Social Media Kanäle wichtig, um als Fotograf noch sichtbarer zu werden. Plattformen wie Instagram, Facebook und Pinterest bieten dir die Möglichkeit, deine Arbeiten direkt zu präsentieren und mit potenziellen Kunden ins Gespräch zu kommen.

Hier ein paar Ansätze, wie du Social Media strategisch nutzen kannst:

- › **Zeig deine Persönlichkeit:** Menschen buchen nicht nur einen Fotografen, sie buchen eine Persönlichkeit. Zeige in deinen Posts nicht nur deine Arbeiten, sondern auch, wie du arbeitest, was dich inspiriert und wer du

bist.

- › **Interaktion fördern:** Sei aktiv. Like, kommentiere und antworte auf Nachrichten. Social Media lebt von Interaktionen. Je mehr du mit anderen in Kontakt trittst, desto mehr wirst du wahrgenommen.
- › **Hashtags einsetzen:** Nutze relevante Hashtags, um deine Reichweite zu erhöhen. Diese sollten jedoch gezielt gewählt sein und zu deinem Portfolio passen.

3.2. Lokales Marketing: Präsenz in deiner Region zeigen

Auch wenn das Internet die Welt kleiner gemacht hat, spielt die regionale Präsenz nach wie vor eine große Rolle. Besonders als Fotograf wirst du viele Kunden aus deiner unmittelbaren Umgebung haben. Nutze deshalb lokale Marketingstrategien, um dich in deiner Region bekannt zu machen.



3.2.1. Kooperationen mit lokalen Unternehmen

Eine tolle Möglichkeit, lokal Fuß zu fassen, sind Kooperationen mit anderen Unternehmen. Überlege, ob du mit Floristen, Eventplanern, Visagisten oder Hochzeitslocations zusammenarbeiten kannst, die regelmäßig Fotografen benötigen.

- › **Vernetze dich mit Dienstleistern:** Wenn du beispielsweise Hochzeiten fotografierst, ist es sinnvoll, dich mit Caterern, Veranstaltungsorten,

Visagisten oder Hochzeitsplanern auszutauschen. Diese empfehlen gerne Fotografen weiter, die sie kennen und mit denen sie gute Erfahrungen gemacht haben.

3.2.2. Flyer und Visitenkarten: Die Klassiker nicht vergessen

Ja, Flyer und Visitenkarten mögen altmodisch erscheinen, aber sie funktionieren häufig immer noch. Es gibt viele Gelegenheiten, bei denen potenzielle Kunden auf dich aufmerksam werden könnten – sei es bei einem Event oder einfach im Vorbeigehen in einem Café.

➤ **Flyer an den richtigen Stellen auslegen:** Lege Flyer in Geschäften aus, die von deiner Zielgruppe frequentiert werden. Das können z. B. Friseursalons, Modeboutiquen, Parfümerien oder Cafés sein.

➤ **Visitenkarten immer dabei haben:** Halte deine Visitenkarten stets griffbereit. Du weißt nie, wann du auf jemanden triffst, der Interesse an deinen Dienstleistungen haben könnte und eine Visitenkarte möchte. Ja, so welche gibt es noch!

3.3. Online-Marketing: Der Schlüssel zur Sichtbarkeit im Netz

Neben den sozialen Netzwerken gibt es weitere Online-Marketing-Methoden, die dir helfen können, deine Reichweite zu erhöhen. Google Ads, Facebook-Anzeigen und Newsletter-Marketing sind einige der effektivsten Möglichkeiten, um neue Kunden zu gewinnen.



3.3.1. Google Ads und Facebook-Anzeigen

Mit Google Ads kannst du gezielt in den Suchergebnissen erscheinen, wenn potenzielle Kunden nach einem Fotografen in deiner Region suchen. Ähnlich funktionieren Facebook-Anzeigen: Sie werden gezielt an eine bestimmte Zielgruppe ausgespielt, die du vorher definierst. Probiere einfach mal aus, welches Medium für dich gut funktioniert.

- › **Budget planen:** Du musst kein großes Budget haben, um mit Online-Anzeigen zu starten. Schon mit kleinen Beträgen kannst du eine beachtliche Reichweite erzielen. Ganz klar, gerade am Anfang, muss man dieses Budget auch erstmal über haben.
- › **Zielgruppen genau festlegen:** Sowohl bei Google als auch bei Facebook kannst du genau bestimmen, welche Personen deine Anzeigen sehen. So stellst du sicher, dass dein Marketing effizient ist und wirklich potenzielle Kunden erreicht.

3.3.2. Newsletter-Marketing: Kundenbindung aufbauen

Ein Newsletter ist eine großartige Möglichkeit, um regelmäßig mit deinen Kunden in Kontakt zu bleiben und sie auf dem Laufenden zu halten. Du kannst ihnen Neuigkeiten über deine Arbeit, Sonderaktionen oder einfach interessante Geschichten aus deinem Fotografenalltag erzählen.

- › **Regelmäßigkeit:** Schicke den Newsletter regelmäßig, aber übertreibe es nicht. Ein bis zwei Mal im Monat reicht aus, um im Gedächtnis zu bleiben, ohne aufdringlich zu wirken.
- › **Mehrwert bieten:** Ein guter Newsletter sollte nicht nur Werbung enthalten, sondern auch einen echten Mehrwert bieten. Teile Tipps zur Fotografie, spannende Projekte oder Erfolgsgeschichten von Shootings.



4. FINANZEN UND VERSICHERUNGEN: DAS RÜCKGRAT DEINER SELBSTSTÄNDIGKEIT

Als selbstständiger Fotograf musst du dich nicht nur um künstlerische Aspekte kümmern, sondern auch um deine Finanzen und Absicherung. Es ist wichtig, die Übersicht über deine Einnahmen, Ausgaben und finanziellen Verpflichtungen zu behalten – denn ein solides Fundament sorgt dafür, dass du auch in unsicheren Zeiten bestehen kannst. Dazu gehört auch, dass du dich gegen Risiken absicherst, die im Alltag eines Fotografen auftreten können.

4.1. Preiskalkulation: Was ist deine Arbeit wert?

Der Preis, den du für deine Dienstleistungen verlangst, ist ein heikles Thema. Du möchtest deinen Kunden nicht zu viel berechnen, aber gleichzeitig musst du sicherstellen, dass du davon leben kannst. Hier ein paar wichtige Schritte, um eine sinnvolle Preiskalkulation zu erstellen:

4.1.1. Fixkosten und variable Kosten berechnen

Um deinen [Stundensatz](#) oder den Preis für ein Shooting zu bestimmen, solltest du zunächst alle Fixkosten und variablen Kosten berücksichtigen. Als kleiner Tipp, wie ich her vorgegangen bin. Ich habe alle Kosten zusammengerechnet die monatlich und Jährlich einmal anfallen. Die jährlichen Zahlungen habe ich auf einen Monat umgerechnet und zu den monatlichen Ausgaben dazu addiert. Somit weißt du was du im Schnitt im Monat haben musst.

➤ **Fixkosten:** Das sind Ausgaben, die regelmäßig anfallen, unabhängig davon, ob du Aufträge hast oder nicht. Dazu zählen Dinge wie:

- Miete (für Studio oder Büro)
- Hosting
- Software
- Lizenzen
- IHK, Handwerkskammer
- Versicherungen
- Internet und Telefon
- Buchhaltung (wenn du diese an einen Steuerberater auslagerst)
- Sonstige Ausgaben

➤ **Variable Kosten:** Diese entstehen direkt durch deine Aufträge, wie z. B.:

- Fahrtkosten

- Materialkosten (Drucke, USB-Sticks, etc.)
- Technikverschleiß (Kameras, Objektive)

4.1.2. Deine Zeit ist Geld

Als Fotograf verkaufst du nicht nur Bilder, sondern auch deine Arbeitszeit. Ein wichtiger Punkt bei der Preiskalkulation ist, wie viel Zeit du für einen Auftrag aufwendest. Es geht nicht nur um die Zeit, die du mit der Kamera in der Hand verbringst, sondern auch um:

- **Vorbereitung:** Beratungsgespräche, Location-Scouting, Planung
- **Shooting:** Die eigentliche Zeit mit dem Kunden vor der Kamera
- **Nachbearbeitung:** Bildbearbeitung und Optimierung am Computer
- **Nachbereitung:** Bildauswahl, Kommunikation mit dem Kunden, Lieferung der fertigen Bilder

All diese Aspekte sollten in die Kalkulation deines Preises mit einfließen. Wenn du zu niedrig kalkulierst, wird sich das auf deine Rentabilität und deine Gesundheit früher oder später auswirken. Stelle also sicher, dass du deinen Aufwand realistisch bewertest.

4.1.3. Branchenübliche Preise und deine Positionierung

Es ist immer eine gute Idee, dich über branchenübliche Preise zu informieren. Dabei solltest du dich nicht nur an den günstigsten Wettbewerbern orientieren, sondern auch an denen, die eine ähnliche Zielgruppe wie du ansprechen. Deine Positionierung auf dem Markt spielt eine große Rolle dabei, welchen Preis du verlangen kannst.

- › Bist du der günstigere Fotograf für junge Familien oder der Premium-Anbieter für exklusive Hochzeiten?
- › Welche Zielgruppe möchtest du ansprechen und welche Zahlungsbereitschaft hat diese?

Sei dir deines Wertes bewusst und kommuniziere dies auch selbstbewusst gegenüber deinen Kunden. Gerade in der Fotografie spielt die emotionale Bindung zum Produkt eine große Rolle – und Kunden sind bereit, für Qualität und Kreativität zu zahlen. Bei Ausschreibungen zum Beispiel durch die Stadt, wird sich sehr häufig für das günstige Angebot entschieden. Sehr häufig ist hier ein [Preisdumping](#) zu beobachten. Überlege für dich, ob du dann trotzdem an diesen Ausschreibungen teilnehmen möchtest. Ein Angebot ist schnell geschrieben. Und vielleicht erhältst du ja doch mal den Zuschlag

4.2. Steuern: Was du beachten musst

Steuern sind einer der wichtigsten und zugleich kompliziertesten Aspekte der Selbstständigkeit. Je nach Art deiner



Tätigkeit (Gewerbe oder Freiberufler) und der Höhe deiner Einnahmen kommen unterschiedliche Steuern auf dich zu. Hier ein kleiner Überblick:

4.2.1. Einkommensteuer und Umsatzsteuer

› **Einkommensteuer:** Als selbstständiger Fotograf bist du verpflichtet, auf deine Gewinne Einkommensteuer zu zahlen. Die Höhe der Steuer hängt von deinem Gewinn ab, den du jährlich in deiner Steuererklärung angibst. Hier empfiehlt es sich, frühzeitig Rücklagen zu bilden, damit du nicht von einer hohen Steuernachzahlung überrascht wirst.

› **Umsatzsteuer:** Ob du umsatzsteuerpflichtig bist, hängt davon ab, wie viel du verdienst. Wenn dein Jahresumsatz unter 22.000 Euro liegt, kannst du die Kleinunternehmerregelung in Anspruch nehmen. Dann musst du keine Umsatzsteuer berechnen, aber auch keine Vorsteuer abziehen. Liegt dein Umsatz über dieser Grenze, musst du 19 % Umsatzsteuer auf deine Rechnungsaufschlagen und regelmäßige Umsatzsteuervoranmeldung beim Finanzamt abgeben.

4.2.2. Gewerbesteuer

Falls du nicht als Freiberufler, sondern als Gewerbetreibender gemeldet bist, kann es sein, dass du Gewerbesteuer zahlen musst. Diese fällt jedoch erst ab einem Jahresgewinn von über 24.500 Euro an. Als Berufsfotograf wirst du deutlich darüber liegen, wenn du davon leben willst. Somit wirst du auch die Gewerbesteuern zahlen müssen.



Die genaue Höhe hängt von der Gemeinde ab, in der du dein Gewerbe angemeldet hast, da die sogenannten Hebesätze variieren.

4.3. Versicherungen: Deine Absicherung im Ernstfall

In der Selbstständigkeit gibt es einige Risiken, auf die du vorbereitet sein solltest. Eine gute Versicherung schützt dich vor finanziellen Schäden und gibt dir Sicherheit, dass du im Ernstfall abgesichert bist.

4.3.1. Berufshaftpflichtversicherung

Die Berufshaftpflichtversicherung gehört zu den wichtigsten Versicherungen für Fotografen. Sie deckt Schäden ab, die du während der Ausübung deiner Arbeit verursachen könntest – sei es durch einen technischen Defekt, einen Unfall während eines Shootings oder den Verlust von wertvollem Equipment.

4.3.2. Betriebshaftpflicht und Sachversicherung

Neben der Berufshaftpflichtversicherung solltest du auch über eine Betriebshaftpflicht nachdenken, die Schäden abdeckt, die durch dein Unternehmen entstehen. Das kann z. B. der Fall sein, wenn ein Kunde in deinem Studio ausrutscht und sich verletzt.

Zusätzlich ist eine Sachversicherung sinnvoll, um deine Ausrüstung zu schützen. Kameras, Objektive und Lichttechnik sind teuer – und es kann schnell passieren, dass ein Gerät beschädigt wird oder verloren geht.

4.3.3. Kranken- und Rentenversicherung

Als Selbstständiger bist du in Deutschland nicht automatisch in der gesetzlichen Krankenversicherung versichert. Du kannst dich entweder freiwillig gesetzlich oder privat krankenversichern. Beide Systeme haben

Vor- und Nachteile, die von deinem Einkommen und deinen individuellen Bedürfnissen abhängen.

Auch die Altersvorsorge ist ein wichtiges Thema, das du nicht vernachlässigen solltest. Da du als Selbstständiger nicht automatisch in die gesetzliche Rentenversicherung einzahlen musst, solltest du privat vorsorgen, um später abgesichert zu sein. Auch hier gilt es Vor- und Nachteile abzuwiegen. Lege auf jeden Fall monatlich was zurück.

Viele denken, dass sie sich später darum kümmern können. Doch das kann riskant sein: Wenn du über Jahre hinweg nichts in die Altersvorsorge einzahlst und irgendwann mehr verdienst, müsstest du große Summen auf einmal aufbringen, um diese Lücke zu schließen. Das ist zwar möglich, aber ein riskantes Unterfangen.





5. RECHTLICHE GRUNDLAGEN: WAS DU ALS FOTOGRAF BEACHTEN MUSST

In der Selbstständigkeit als Fotograf spielt das Thema Recht eine große Rolle. Es gibt viele Fallstricke, die dir den Alltag erschweren können, wenn du nicht genau weißt, worauf es ankommt. Etwas Hintergrundwissen kann hier nicht schaden. Auch gerade das Thema Nutzungsrecht deiner Bilder wird dir immer mal wieder begegnen.

5.1. Urheberrecht: Deine Bilder, dein Eigentum

Als Fotograf hast du an deinen Bildern das Urheberrecht. Das bedeutet, dass du der alleinige Schöpfer deiner Werke bist und darüber bestimmen kannst, was mit deinen Bildern passiert. Es gibt jedoch einige Feinheiten, die du im Auge behalten solltest.

5.1.1. Nutzungsrechte vergeben

Wenn du als Fotograf Bilder an Kunden verkaufst, überträgst du in der Regel nicht das Urheberrecht, sondern Nutzungsrechte. Diese Nutzungsrechte können zeitlich, räumlich und inhaltlich begrenzt sein. Ein Beispiel:

- › **Zeitlich begrenzt:** Du überträgst das Recht, die Bilder für eine bestimmte Dauer (z. B. für 2 Jahre) zu nutzen.
- › **Räumlich begrenzt:** Die Bilder dürfen nur in einem bestimmten Gebiet (z. B. nur in Deutschland) verwendet werden.
- › **Inhaltlich begrenzt:** Die Bilder dürfen nur für bestimmte Zwecke (z. B. für Werbung, aber nicht für redaktionelle Inhalte) genutzt werden.

Es ist wichtig, dass du diese Bedingungen klar in deinen Verträgen festhältst, um Missverständnisse und unerwünschte Verwendungen deiner Bilder zu vermeiden. Auch für die Berechnung der Nutzungsrechte ergeben sich daraus unterschiedliche Aufschläge. Auch gäbe es die Option, ein komplettes Buyout zu machen, damit auch die Urheberrechte abzugeben, das jedoch musst du für dich entscheiden, ob du das möchtest. Zu diesem Thema habe ich auch einen Artikel geschrieben, den du hier findest: [Nutzungsrechte berechnen](#).

5.1.2. Vertragsgestaltung und schriftliche Vereinbarungen

Egal, ob es um kleine oder große Aufträge geht: Es ist immer ratsam, Verträge zu erstellen, die die wichtigsten Punkte schriftlich festhalten. Ein mündliches Abkommen kann schnell zu Problemen führen, wenn der Kunde andere Erwartungen hat als du.

In einem Vertrag solltest du unter anderem folgende Punkte regeln:

- › **Art und Umfang des Auftrags:** Was genau wird fotografiert? Wie viele Bilder werden geliefert?
- › **Nutzungsrechte:** Wie und wo darf der Kunde die Bilder verwenden?
- › **Vergütung:** Welcher Preis wurde vereinbart, und wann erfolgt die Zahlung?

Verträge geben dir Sicherheit und verhindern, dass es zu Missverständnissen kommt. Meistens ist es ja so, dass ein Kunde von dir ein Angebot anfordert. In dem stehen bereits die wichtigsten Grunddaten drinnen. Auch den Punkt Nutzungsrechte und Zahlungsziel stehen in meinen Angeboten drinnen, daher setze ich keinen zusätzlichen Vertrag mehr mit auf. Ob das für dich die richtige Vorgehensweise ist, musst du dir für dich mal überlegen.

5.2. Datenschutz: Der Umgang mit Kundendaten

Seit der Einführung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) im Jahr 2018 hat der Schutz persönlicher Daten eine noch größere Bedeutung bekommen. Als Fotograf hast du oft Zugriff auf personenbezogene Daten – sei es durch E-Mail-Adressen, Telefonnummern oder die Speicherung von Bildern, auf denen Personen erkennbar sind. Es ist wichtig, dass du dich an die Regeln des Datenschutzes hältst.



5.2.1. Einwilligungen einholen

Wenn du Personen fotografierst und die Bilder veröffentlichen oder für Werbezwecke nutzen möchtest, brauchst du in der Regel eine Einwilligung. Dies gilt besonders, wenn du die Bilder auf deiner Website oder in sozialen Medien verwendest.

› **Schriftliche Einwilligungserklärung:** Es ist empfehlenswert, eine schriftliche Einwilligungserklärung einzuholen, in der der Kunde zustimmt, dass die Bilder verwendet werden dürfen. So bist du auf der sicheren Seite, falls es später zu Problemen kommen sollte.

Für die Bilder auf meiner Seite und meinen Social-Media-Kanälen habe ich eine schriftliche Genehmigung meiner Kunden. Meistens frage ich sie per E-Mail ob es in Ordnung ist, wenn ich ihre Bilder öffentlich zeige. Wenn sie das nicht möchten, zeige ich logischerweise auch keine Bilder öffentlich.

5.2.2. Aufbewahrung und Sicherung von Daten

Die DSGVO schreibt vor, dass personenbezogene Daten sicher aufbewahrt und verarbeitet werden müssen. Als Fotograf betrifft dies sowohl die Bilder als auch die Kontaktdaten deiner Kunden.

› **Sichere Speicherung:** Stelle sicher, dass deine Daten – ob auf deinem Computer oder in der Cloud – gut gesichert sind. Nutze Verschlüsselungen und sichere Passwörter, um unbefugten Zugriff zu verhindern.

› **Löschfristen beachten:** Du solltest außerdem festlegen, wie lange du die Daten aufbewahrst und wann sie gelöscht werden. Ein Kunde hat das Recht, die Löschung seiner Daten zu verlangen.

5.3. Recht am eigenen Bild: Schutz der fotografierten Personen

In Deutschland gilt das sogenannte Recht am eigenen Bild, was bedeutet, dass jede Person selbst entscheiden darf, ob und in welcher Form sie auf Fotos veröffentlicht wird. Dies gilt besonders, wenn du Bilder für kommerzielle Zwecke verwendest. Selbst das zeigen auf der eigenen Webseite (als Referenz) könnte als kommerzielle Nutzung betrachtet werden. Der Grund ist, dass du die Bilder in einem Kontext verwendest, der direkt oder indirekt deinem Geschäft dient – selbst wenn die Fotos nicht verkauft werden, tragen sie zur Promotion deiner Dienstleistungen bei. In rechtlicher Hinsicht bedeutet kommerzielle Nutzung, dass die Bilder zur Erzielung von Einnahmen oder zur Förderung deines Unternehmens verwendet werden.



5.3.1. Keine Veröffentlichung ohne Einwilligung

Grundsätzlich darfst du Bilder von Personen nicht ohne deren Einwilligung veröffentlichen. Dies gilt sowohl für Bilder im Internet als auch für gedruckte Medien. Es gibt jedoch einige Ausnahmen, z. B. bei öffentlichen Veranstaltungen, bei denen die Personen nur als Teil einer größeren Gruppe zu sehen sind.

5.3.1.1. Ausnahmen für Gruppenfotos bei öffentlichen Veranstaltungen

Die Einwilligungspflicht entfällt in bestimmten Fällen, insbesondere bei Gruppenfotos im Rahmen öffentlicher Veranstaltungen. Dabei gelten folgende Richtlinien:

- **Gruppengröße und Kontext:** Bei Gruppen von mehr als fünf Personen ist keine explizite Einwilligung erforderlich, solange keine Einzelperson hervorgehoben wird. Dies trifft auf Fotos zu, bei denen die Personen als Teil der Gruppe dargestellt werden, z. B. auf Märkten, Konzerten oder Demonstrationen.
- **Größere Menschenmengen:** Bei größeren Menschenansammlungen (ca. 20 Personen oder mehr) im öffentlichen Raum, wie z. B. bei Festivals oder Sportveranstaltungen, kann die Einwilligung ebenfalls entfallen, solange der Fokus auf der Gruppe liegt und nicht auf Einzelpersonen.
- **Widerspruchsrecht:** Sollte jedoch eine Person, die in der Gruppe abgebildet ist, der Veröffentlichung widersprechen, musst du das Bild unter Umständen entfernen oder anpassen. Das Persönlichkeitsrecht dieser Person hat in solchen Fällen Vorrang.
- **Insgesamt gilt:** Auch bei der Veröffentlichung von Gruppenfotos sollten

die Persönlichkeitsrechte stets berücksichtigt werden, um rechtliche Probleme zu vermeiden.

5.3.2. Besonderheiten bei Hochzeiten und Events

Besonders bei Hochzeiten oder großen Events ist es oft schwierig, von allen abgebildeten Personen eine explizite Einwilligung einzuholen. Hier kannst du im Vorfeld mit dem Veranstalter klären, wie die Gäste über das Fotografieren informiert werden. Ein Hinweis im Einladungsschreiben oder am Veranstaltungsort, dass fotografiert wird, kann oft ausreichen. Achte jedoch darauf, dass du sensible Situationen respektierst und keine Bilder veröffentlichst, die den abgebildeten Personen schaden könnten.

Von Hochzeiten zeige ich zum Beispiel keine Gruppenbilder, da ich wie hier mehrfach erwähnt von jeder Person dann eine Genehmigung benötigen würde und dies bestenfalls schriftlich. Daher zeige ich von Hochzeiten nur das Paar, von dem ich die Erlaubnis habe. Von Events zeige ich meistens auch keine Personen und stelle die Bilder nur dem Veranstalter zur Verfügung. Damit liegt es im Ermessen des Veranstalters, ob er Bilder zeigt, auf denen Personen zu erkennen sind.

5.4. Gewerbeanmeldung und Mitgliedschaften

Je nachdem, wie du deine Tätigkeit als Fotograf ausübst, kann es sein, dass du ein Gewerbe anmelden musst. Fotografierst du hauptsächlich künstlerisch, kannst du dich eventuell als Freiberufler anmelden, während gewerbliche



Fotografen (z. B. Hochzeitsfotografen oder Produktfotografen) ein Gewerbe anmelden müssen.

5.4.1. Gewerbeanmeldung und IHK-Mitgliedschaft

Sobald du ein Gewerbe anmeldest, wirst du automatisch Mitglied der Industrie- und Handelskammer (IHK). Die IHK vertritt die Interessen der Gewerbetreibenden und bietet zahlreiche Beratungen und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Die Mitgliedschaft ist jedoch mit Beiträgen verbunden, die du regelmäßig zahlen musst.

5.4.2. Handwerkskammer und Berufsgenossenschaft

Als Fotograf kann es zudem sein, dass du dich bei der Handwerkskammer und der Berufsgenossenschaft anmelden musst. Die Berufsgenossenschaft sichert dich und deine Mitarbeiter im Falle von Arbeitsunfällen oder Berufskrankheiten ab. Diese Verpflichtungen hängen von der Art deiner Tätigkeit ab, daher solltest du dich im Vorfeld genau informieren. In meinem Fall war dies so, dass ich da kein großes Entscheidungsrecht hatte, es hieß dass ich verpflichtet bin sowohl als auch zu zahlen (IHK und Handwerkskammer) und die BG sowieso. Meines Erachtens sollte man selbst entscheiden dürfen, ob man Beiträge an die IHK und Handwerkskammer bezahlt. Ich zahle für beide Institutionen meine Beiträge, habe aber keinen Nutzen. Aber gut, so ist es nun mal.



6. MARKETING UND KUNDENGEWINNUNG: SICHTBAR WERDEN UND KUNDEN GEWINNEN

In der Fotografie reicht es nicht, nur gut zu sein – du musst auch sichtbar werden. Gerade in der Selbstständigkeit ist Marketing unerlässlich, um kontinuierlich Kunden zu gewinnen und dein Geschäft am Laufen zu halten. In diesem Abschnitt erfährst du, wie du strategisch vorgehst, um deine Dienstleistungen zu bewerben, Kunden zu finden und langfristige Beziehungen aufzubauen.

6.1. Deine Website: Das Aushängeschild deines Geschäfts

Eine professionelle Website ist in der heutigen Zeit unverzichtbar. Sie ist der Ort, an dem potenzielle Kunden dich und deine Arbeit kennenlernen können, bevor sie dich buchen. Eine gut strukturierte, informative und visuell ansprechende Website kann den Unterschied machen zwischen einem verlorenen und einem gewonnenen Auftrag.

6.1.1. Was muss auf deine Website?

Deine Website sollte mehrere wesentliche Elemente enthalten, um potenzielle Kunden anzusprechen und zu überzeugen:

- › **Portfolio:** Zeige deine besten Arbeiten, damit Besucher sofort sehen, was du kannst. Achte darauf, verschiedene Kategorien zu zeigen – Hochzeiten, Portraits, Businessfotografie – je nachdem, was du anbietest.
- › **Über-mich-Seite:** Menschen wollen wissen, mit wem sie arbeiten. Erzähle etwas über dich, deine Philosophie und deine Motivation als Fotograf. Das schafft eine persönliche Verbindung.
- › **Preise und Angebote:** Auch wenn du nicht alle Preise detailliert auflisten musst, ist es hilfreich, Kunden einen Anhaltspunkt zu geben, was sie erwarten können. Transparenz schafft Vertrauen.
- › **Kontaktmöglichkeiten:** Mach es deinen Besuchern leicht, mit dir in Kontakt zu treten. Ein einfaches Kontaktformular, Telefonnummer und E-Mail-Adresse sollten gut sichtbar sein.

Das sind die Basics, die auf einer Webseite, neben dem Impressum zu finden sein sollten. Das alleine reicht meistens nicht aus, damit deine Webseite auch gefunden wird. Dazu bedarf es weiterer Texte. Wie bereits erwähnt ist SEO ein wichtiger Bestandteil, bezüglich der Sichtbarkeit und damit du „gut“ seitens deiner Kunden gefunden wirst.

6.1.2. SEO: Gefunden werden, wenn Kunden nach dir suchen

Eine Website mit den Basics allein reicht nicht, sie sollte auch weitere Inhalte aufführen, nach denen ein potentieller Kunde sucht. Hier kommt die

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ins Spiel. Mit den richtigen Maßnahmen kannst du dafür sorgen, dass deine Website bei Google besser gelistet wird und Kunden dich leichter finden.

- › **Schlüsselwörter:** Finde heraus, nach welchen Begriffen deine potenziellen Kunden suchen, und integriere diese in deine Texte. Vermeide es, unnatürlich viele Keywords einzubauen – der Text sollte immer leserfreundlich bleiben.
- › **Lokales SEO:** Als Fotograf arbeitest du wahrscheinlich in einer bestimmten Region. Verwende daher Begriffe wie „Fotograf in Lübeck“ oder „Hochzeitsfotografie Lübeck“, um gezielt in deiner Umgebung gefunden zu werden.
- › **Regelmäßige Updates:** Eine Website, die regelmäßig mit neuem Content gefüttert wird, bleibt für Google und deine Besucher interessant. Blogartikel zu Fotoshootings, Tipps für Brautpaare oder Behind-the-Scenes-Berichte bieten sich hier an.

Diese Infos kratzen die Oberfläche nur kurz an. Die Thematik ist doch schon sehr komplex und vielschichtig. Aber wie mit allem, starte erstmal und mit der Zeit wirst du mit Erfahrung dazugewinnen und das Thema an sich besser verstehen.



6.2. Soziale Medien: Präsenz zeigen und Beziehungen aufbauen

Social Media ist ein gutes Werkzeug, um als Fotograf sichtbar zu werden und direkt mit potenziellen Kunden zu interagieren. Plattformen wie Instagram, Facebook und Pinterest eignen sich sehr gut, um deine Arbeit zu präsentieren und eine Community aufzubauen.

6.2.1. Instagram: Dein Portfolio im Hosentaschenformat

Instagram ist meistens eine gute Wahl für Fotografen. Sie bietet dir die Möglichkeit, deine Bilder einem breiten Publikum zu zeigen und regelmäßig auf dich aufmerksam zu machen.

- **Hochwertige Bilder posten:** Achte darauf, nur deine besten Werke zu posten. Qualität geht hier vor Quantität.
- **Regelmäßigkeit:** Poste regelmäßig, um im Gedächtnis deiner Follower zu bleiben. Du musst nicht täglich posten, aber eine gewisse Konstanz ist wichtig.
- **Interaktion:** Beantworte Kommentare und vernetze dich mit anderen Fotografen. So erweiterst du dein Netzwerk und gewinnst neue Follower.

6.2.2. Facebook und Pinterest: Weitere Plattformen für deine Fotografie

Neben Instagram solltest du auch andere Plattformen nicht unterschätzen:

- **Facebook:** Hier kannst du gezielt in Gruppen aktiv werden, die zu deinem Schwerpunkt passen. Auch gezielte Werbeanzeigen können dir helfen, lokale Kunden zu erreichen.
- **Pinterest:** Besonders im Bereich Hochzeitsfotografie ist Pinterest eine wichtige Plattform. Viele Paare suchen hier nach Inspiration – und mit gut platzierten Pins kannst du eine starke Reichweite aufbauen.

Letztendlich gibt es nicht „die Plattform“. Probiere einfach für dich aus, welche Plattform sich für dich und deine Dienstleistung am besten eignet. Behalte dabei aber stets deine eigene Webseite im Focus. Bricht mal ein Kanal aus irgendwelchen Gründen auch immer weg und du hast deine

Seite vernachlässigt, verlierst du damit Sichtbarkeit. Also finde einen für dich gesunden Weg.

6.3. Netzwerken: Der direkte Weg zu neuen Aufträgen

Neben der Online-Präsenz spielt auch das persönliche Netzwerken eine große Rolle. Oft entstehen die besten Aufträge über Empfehlungen oder zufällige Begegnungen. Nutze also Gelegenheiten, um dich mit potenziellen Kunden, anderen Fotografen und Dienstleistern in der Branche zu vernetzen. Höre dich in deiner Gegend um, welche Möglichkeiten des Netzwerkers es gibt.



6.3.1. Kooperationen mit anderen Dienstleistern

Gerade in der Hochzeitsfotografie kann es sich lohnen, mit anderen Dienstleistern wie Hochzeitsplanern, Visagisten, Floristen oder Caterern zusammenzuarbeiten. Durch gegenseitige Empfehlungen könnt ihr voneinander profitieren und euch gegenseitig Aufträge vermitteln.

6.3.2. Fotografen-Community und Weiterbildung

Tritt Fotografie-Verbänden oder -Communities bei, um dich auszutauschen und von anderen zu lernen. Durch die Teilnahme an Workshops und Fortbildungen bleibst du nicht nur auf dem neuesten Stand, sondern knüpfst auch neue Kontakte.



6.4. Akquise: Strategien zur Kundengewinnung

Aktive Akquise ist ein weiteres wichtiges Mittel, um dein Geschäft auszubauen. Es gibt viele Wege, potenzielle Kunden anzusprechen und neue Aufträge zu generieren. Akquise ist nicht für jeden was. Da ich Akquise persönlich nicht mag, stecke ich mehr Energie in Webseite, Social Media und YouTube. Aber der Form halber spreche die die verschiedenen Optionen kurz an.

6.4.1. Direktakquise: Den ersten Schritt machen

Manchmal hilft es, den direkten Weg zu gehen. Ob per Telefon, E-Mail oder persönlichem Gespräch – du kannst potenzielle Kunden aktiv ansprechen und ihnen deine Dienstleistungen anbieten. Achte darauf, dass du freundlich, aber bestimmt bleibst, und immer den Mehrwert deiner Arbeit für das jeweilige

Unternehmen im Blick behältst.

6.4.2. Empfehlungen und Mund-zu-Mund-Propaganda

Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Bitte deine Kunden aktiv darum, dich weiterzuempfehlen, oder biete Anreize, wie z. B. Rabatte für Neukunden, die über eine Empfehlung zu dir kommen.

6.4.3. Online-Werbung und Google Ads

Falls du online noch mehr Sichtbarkeit erlangen möchtest, kannst du über Google Ads oder gezielte Facebook-Werbeanzeigen nachdenken. Die können interessant sein, wenn du lokal oder in einer bestimmten Nische (z. B. Hochzeitsfotografie) nach Kunden suchst. Aber wie mit so vielen Dingen im Marketing sind Ads auch mit Kosten verbunden. Und auch hier, entweder du fuchst dich rein, wie solche Ads funktionieren oder du kaufst dir dieses Wissen extern ein.

6.5. Die Macht der Testimonials und Kundenbewertungen

Eine weitere Möglichkeit, Vertrauen bei potenziellen Kunden aufzubauen, sind Kundenbewertungen und Testimonials. Positive Rückmeldungen von zufriedenen Kunden sind oft das Zünglein an der Waage, das darüber entscheidet, ob jemand dich bucht oder nicht.

6.5.1. Bewertungen sammeln

Ermutige deine Kunden, nach abgeschlossenen Aufträgen eine Bewertung zu hinterlassen – sei es auf Google, Facebook oder anderen Plattformen. Authentische, positive Bewertungen sind Gold wert. Auch bereits erwähnt, kommen bei mir Mittlerweile um die 400 Bewertungen bei Google zusammen. Ich habe mich dabei stark auf Google fokussiert. Und nicht noch weitere

Portale mit genutzt. Um geballt alle Bewertungen dort gelistet zu haben. Auch da musst du für dich entscheiden, welches Portal für dich den besten Nutzen siftet.

6.5.2. Testimonials auf deiner Website

Sammele einige der besten Kundenstimmen und präsentiere sie auf deiner Website. Nichts überzeugt mehr, als das positive Feedback anderer, die bereits von deiner Arbeit begeistert waren. Kunden Bewertungen sind auch auf meiner Webseite zu finden, aber bei manchen erwecken sie den faden Beigeschmack, als hätte man sie selbst geschrieben, von daher führe ich sie vereinzelt hier und da mal auf, verweise aber auf die Quelle. In meinem Fall sind es die Google-Bewertungen.

“

Herr Leisner hat es geschafft, dass ich mich von der ersten Sekunde an wohl gefühlt habe. Dadurch war es im Termin sehr angenehm.

Auch waren seine Anregungen und Tipps sehr wertvoll. Dadurch sind die Bilder perfekt geworden. Zudem war die spätere Abwicklung sehr kundenorientiert und einfach.



Far Shad

”



7. WEITERBILDUNG UND LANGFRISTIGE ENTWICKLUNG: STETS EINEN SCHRITT VORAUS

In der Selbstständigkeit geht es nicht nur darum, von Anfang an erfolgreich zu sein. Langfristiger Erfolg bedeutet, dass du dich kontinuierlich weiterentwickelst, neue Techniken lernst und auf dem neuesten Stand der Fotografie bleibst. Schließlich ändert sich die Fotowelt ständig – und du solltest das auch tun.

7.1. Technische Weiterentwicklung und Trends

Die Technik in der Fotografie entwickelt sich rasant weiter. Neue Kameramodelle, Software-Updates und innovative Tools können deine Arbeit auf ein neues Level bringen. Drohnenfotografie, VR, KI – all das sind Trends, die vielleicht bald Teil deines Alltags werden. Klingt spannend, oder? Doch keine Sorge: Du musst nicht gleich alles anwenden. Aber es lohnt sich, ein Auge auf diese Entwicklungen zu haben. So kannst du entscheiden, was für

dich und deine Kunden wirklich sinnvoll ist. Prüfe regelmäßig die Firmenware Updates deiner Kameraausrüstung, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen. Zwar macht der Fotograf, dein Auge das Bild, aber wenn die Ausrüstung noch besser bei schlechten Lichtbedingungen arbeitet, ergibt das in Summe, noch bessere Bilder.

7.2. Workshops, Kurse und Weiterbildungsmöglichkeiten

Auch wenn du schon einige Jahre Erfahrung auf dem Buckel hast, solltest du nie aufhören zu lernen. Die Fotografie ist eine Kunst, die immer Raum für Neues bietet. Glücklicherweise gibt es heute unzählige Möglichkeiten, sich weiterzubilden – egal, ob online oder vor Ort.



- › **Online-Kurse:** Plattformen wie zum Beispiel Udemy oder YouTube bieten eine breite Palette an Fotografie-Kursen und Tutorials, die du bequem von zu Hause aus machen kannst. Bearbeitung, Beleuchtung, Marketing – es gibt für jeden Bereich einen Kurs.
- › **Lokale Workshops:** Manchmal ist der persönliche Austausch durch nichts zu ersetzen. Bei lokalen Workshops und Fotografie-Events kannst du nicht nur lernen, sondern auch neue Kontakte knüpfen und dich inspirieren lassen.

7.3. Mentoring und Coaching: Von den Besten lernen

Auch wenn du selbst schon Coachings anbietest, ist es nie verkehrt, sich von

anderen inspirieren zu lassen. Vielleicht gibt es jemanden, der in einem speziellen Fotografie-Genre besonders herausragt oder dessen Geschäftsmodell dich fasziniert. Mentoring oder individuelle Coachings helfen dir, deine Fähigkeiten auf die nächste Stufe zu heben. Ich zum Beispiel habe anfangs von verschiedenen Fotografen gelernt, deren Arbeiten mir sehr gefallen haben. Wie zum Beispiel Andreas Jorns, darüber habe ich einen Erfahrungsbericht geschrieben: [Einzelcoaching bei Andreas Jorns](#)

7.4. Spezialisierungen: Der Weg zur Expertenrolle

Langfristiger Erfolg bedeutet oft, dass du dich auf eine Nische fokussierst. Natürlich kannst du als Allrounder starten, aber mit der Zeit ist es sinnvoll, einen speziellen Bereich zu wählen, der dir besonders liegt – sei es Hochzeitsfotografie, Porträts oder Business-Shootings. Warum? Ganz einfach: Wenn du als Experte wahrgenommen wirst, ziehst du genau die Kunden an, die bereit sind, mehr zu zahlen. Schließlich wollen sie jemanden, der sich in dem Bereich auskennt – und



das bist dann du.

› **Tipp:** Überlege dir, was dir besonders liegt und was dich von anderen abhebt. Wenn du das gefunden hast, positioniere dich gezielt als Fachmann in diesem Bereich.

Habe ich dies gemacht? Nein, ich bin noch relativ breit aufgestellt. Siehe unter 1.2. unter Alleinstellungsmerkmal, warum ich persönlich keine Nische gewählt habe (verlinkter Artikel).

7.5. Netzwerken und Kooperationen: Gemeinsam zum Erfolg

„Gute Netzwerke“ sind Gold wert – nicht nur für Empfehlungen, sondern auch, um von anderen zu lernen. Als Fotograf kannst du dich mit anderen Kreativen wie Make-up-Artists, Eventplanern oder Videografen vernetzen. Kooperationen sind oft der Schlüssel zu spannenden Projekten und neuen Aufträgen.



› **Tipp:** Besuche regelmäßig Branchentreffen oder nimm an kreativen Meetups teil. Der Austausch mit Gleichgesinnten bringt oft unerwartete Chancen.

Ich habe mit Absicht „Gute Netzwerke“ geschrieben, denn natürlich gibt es auch Netzwerke bei denen du deine Zeit sinnvoller nutzen kannst. Aber es gilt ja erstmal für dich in deinem Umfeld herauszufinden, welche gut und welche weniger für dich geeignet sind. Daher nimm für den Anfang erstmal sehr viele Treffen mit und mach dir dein Bild.

7.6. Persönliche Entwicklung und Selbstfürsorge

Nicht zuletzt solltest du auch dich selbst im Blick behalten. Selbstständigkeit ist aufregend, aber kann auch herausfordernd sein. Gönn dir regelmäßig Pausen, finde deine eigene Work-Life-Balance und achte auf deine mentale Gesundheit.

- › **Zeitmanagement:** Setze dir klare Arbeitszeiten und halte Pausen ein. Es ist wichtig, dass du dir Auszeiten gönnst, um deine Kreativität und Energie zu bewahren.
- › **Selbstreflexion:** Nimm dir immer wieder Zeit, um über deine Ziele und deinen Weg nachzudenken. Was motiviert dich, was brauchst du, um langfristig glücklich und erfolgreich zu sein? Diese Klarheit gibt dir den Antrieb, auch schwierige Phasen zu überstehen.

Gerade bei dem letzten Punkt, muss ich mir oft an die eigene Nase fassen. Ich mag meinen Job sehr und alles was damit zusammenhängt. Mir kommt es stets nicht wie arbeiten vor. Sondern so eine Art Hobby, mit dem ich mein Geld verdiene. Das spiegeln mir auch meine Kunden wieder, dass sie sehen, wie viel Spaß mir mein Job bringt und das auch noch nach 10 Jahren. Aber der Urlaub kommt bei mir stets zu kurz. Ich nehme mir kleine Auszeiten, aber einen richtigen Urlaub gönne ich mir selten bis gar nicht. Das hat unterschiedliche Gründe. Aber dass muss jeder für sich selbst entscheiden und in sich hineinhorchen, was gut für einen ist.

FAZIT

Der Weg zur Selbstständigkeit als Fotograf ist ebenso spannend wie herausfordernd. Du hast nun die wichtigsten Schritte und Überlegungen kennengelernt, die für einen erfolgreichen Start in dein Fotografie-Geschäft entscheidend sind. Vom Aufbau deiner Website und der effektiven Kundenakquise über die finanzielle Planung bis hin zu rechtlichen Aspekten – jede Phase spielt eine zentrale Rolle auf deiner Reise.

Denke daran: Jede Entscheidung, die du triffst, formt deinen Weg. Die sorgfältige Planung und die richtige Vorbereitung sind dein Fundament. Nutze die Chancen, die sich dir bieten, und sei bereit, kontinuierlich dazuzulernen und dich weiterzuentwickeln.

Die Selbstständigkeit bietet dir die Freiheit, deine kreative Vision umzusetzen, erfordert aber auch Disziplin und strategisches Denken. Lass dich von Herausforderungen nicht entmutigen, sondern sieh sie als Gelegenheiten zur Weiterentwicklung. Baue ein starkes Netzwerk auf, pflege deine Kundenbeziehungen und bleibe immer neugierig und offen für neue Trends und Techniken.

Ich wünsche dir viel Erfolg und Freude auf deinem Weg als selbstständiger Fotograf. Dein Erfolg liegt in deinen Händen – pack es an!

Wenn du tiefer in die einzelnen Bereiche einsteigen möchtest, insbesondere beim Thema Website-Aufbau und SEO, lade ich dich ein, ein Coaching bei mir zu buchen. Gemeinsam können wir deine Strategie verfeinern und deine Ziele noch schneller erreichen.

Nutze dazu mein [Kontaktformular](#), schreibe mir eine [E-Mail](#) oder rufe mich an, unter 0176 32899352.

Dein André Leisner, Berufsfotograf aus Lübeck