

Auftragsfotografie – Ablauf in der Übersicht

1

Anfrage an die Fotografierenden –
Agenturbriefing und Offertanfrage

2

Zusammenstellung der Offerte für die Agentur

3

Auftragserteilung an die Fotografierenden

4

PPM | Preproduction Meeting

5

Durchführen des Auftrags und Abgabe der Daten

6

Rechnungsstellung der Fotografierenden an die Agentur

Agenturbriefing

Sommerkampagne Concept Store

Ein Concept Store in Zürich hat der Agentur den Auftrag gegeben, den Laden als Ganzes zu bewerben und insbesondere die Breite seines Sortiments aufzuzeigen. Es soll das Angebot der verschiedenen Abteilungen aufgezeigt werden: Kosmetik, Sport, Mode, Food, Haushalt. Der Store ist im oberen Preissegment angesiedelt, die Kundschaft ist designaffin, deshalb soll die neue Imagekampagne stylish und wertig überkommen.

Aus den Vorschlägen der Agentur hat der Kunde die Kampagne auf der nächsten Seite ausgewählt: Reduziert, sehr farbig. Grundidee der Kampagne ist, aus Gegenständen ein Stillleben zu kreieren. Dabei können Gegenstände gemischt oder von nur einer Sparte gezeigt werden. Die Kampagne muss für alle vier Jahreszeiten funktionieren. Zwingend ist der Einsatz einer Hand auf dem Bild: zum Beispiel könnte einer der Objekte ins Layout gehalten werden, etc.

Die Kampagne soll in Print und Online eingesetzt werden. Für Print sind Plakate in F12 (Querformat) und F4 (Hochformat) vorgesehen, für Online/Social Media ein einfacher Stop-Motion (Loop / ca. 5 Bilder) ohne Text und für Digital Ads ein Wideboard auch ohne Text.

Auf der nächsten Seite sind die Formate abgebildet, inkl. die Textblöcke, welche in der Grösse und im Winkel so sein müssen, aber neu positioniert werden können.

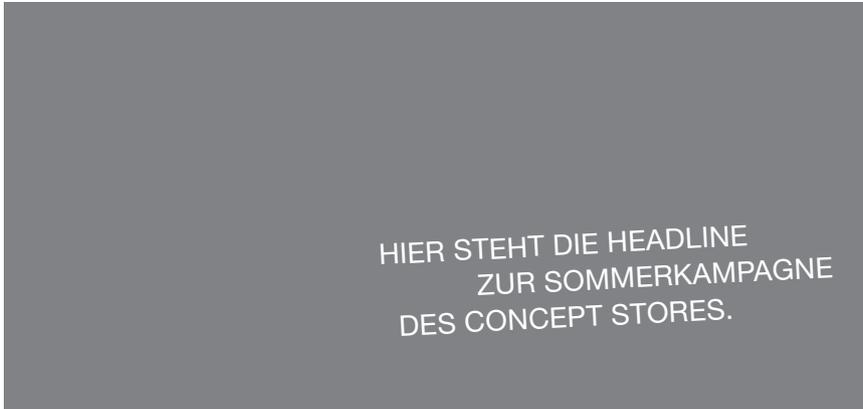
- > Die Sujets sollen unter Berücksichtigung des angedachten Layouts der Agentur umgesetzt werden.

- > Ein Sujet muss fotografiert werden.
 - Ob Frühlings-, Sommer-, Herbst-, oder Wintersujets ist dir überlassen.
 - Die restlichen drei Sujets müssen angedacht und als Skizze (Quer-, Hochformat, Stop Motion und Wideboard) visualisiert und präsentiert werden.

- > Es kann ein Foto (One Shot) für alle Formate sein, oder max. zwei Aufnahmen, und das gleiche Sujet:
 - eines für das Querformat, Wideboard und evtl. das Stop Motion oder
 - eines für das Hochformat und evtl. das Stop Motion.

Formate und Textpositionen

Print



Querformat F12

268.5 × 128 cm (ohne Beschnitt)

für die Präsentation

26.85 x 12.80 cm, 300 dpi, RGB



Hochformat F4

89.5 × 128 cm (ohne Beschnitt)

für die Präsentation

8.95 x 12.80 cm, 300 dpi, RGB

Digital Ad Wideboard



994 x 250 pxls

ohne Text

Social Media Stop Motion (Loop)



Quadratisch 1:1

min. 600 x 600 pxls

aus ca. 5 Einzelbilder, ohne Text

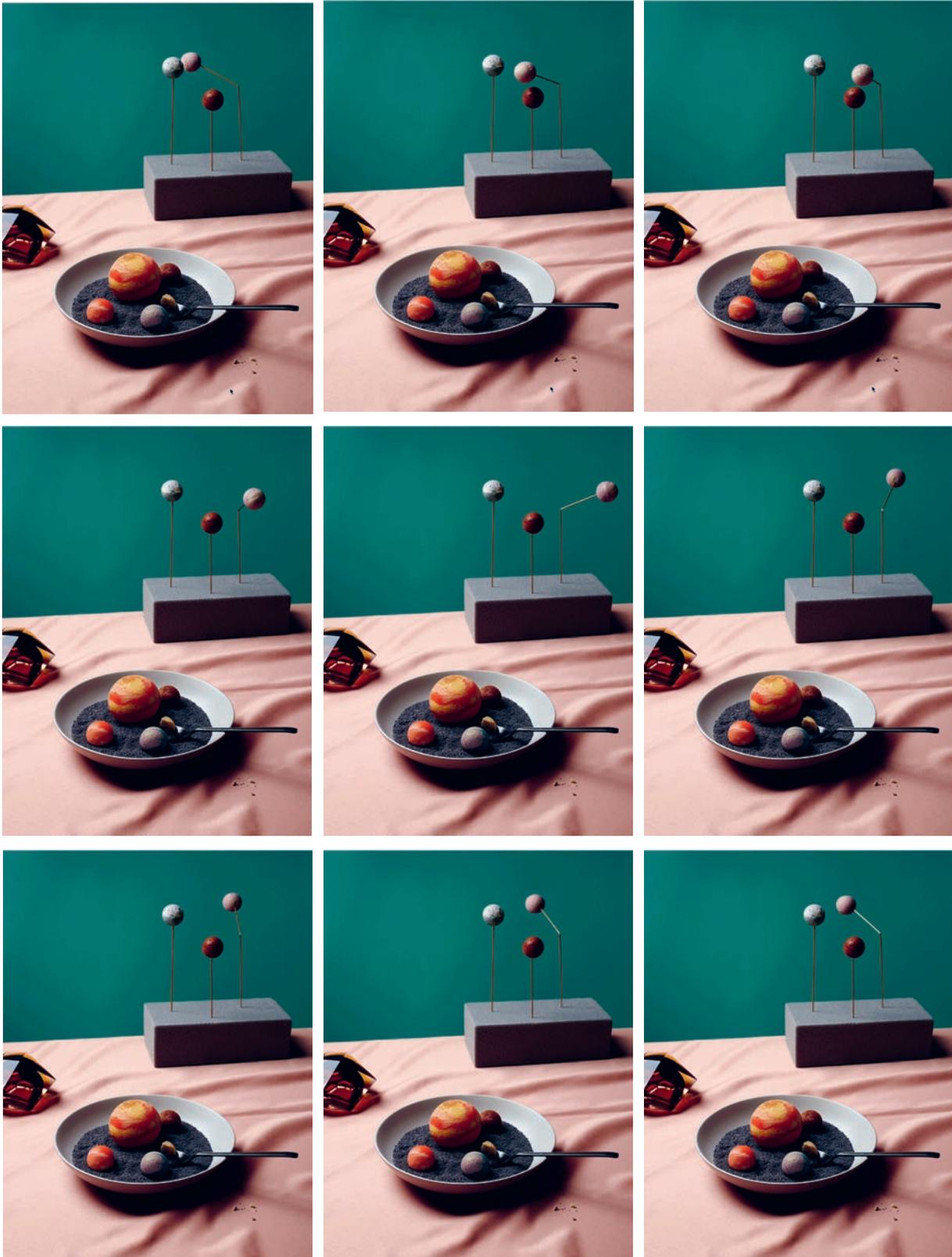
Mood Figures | Farbigkeit



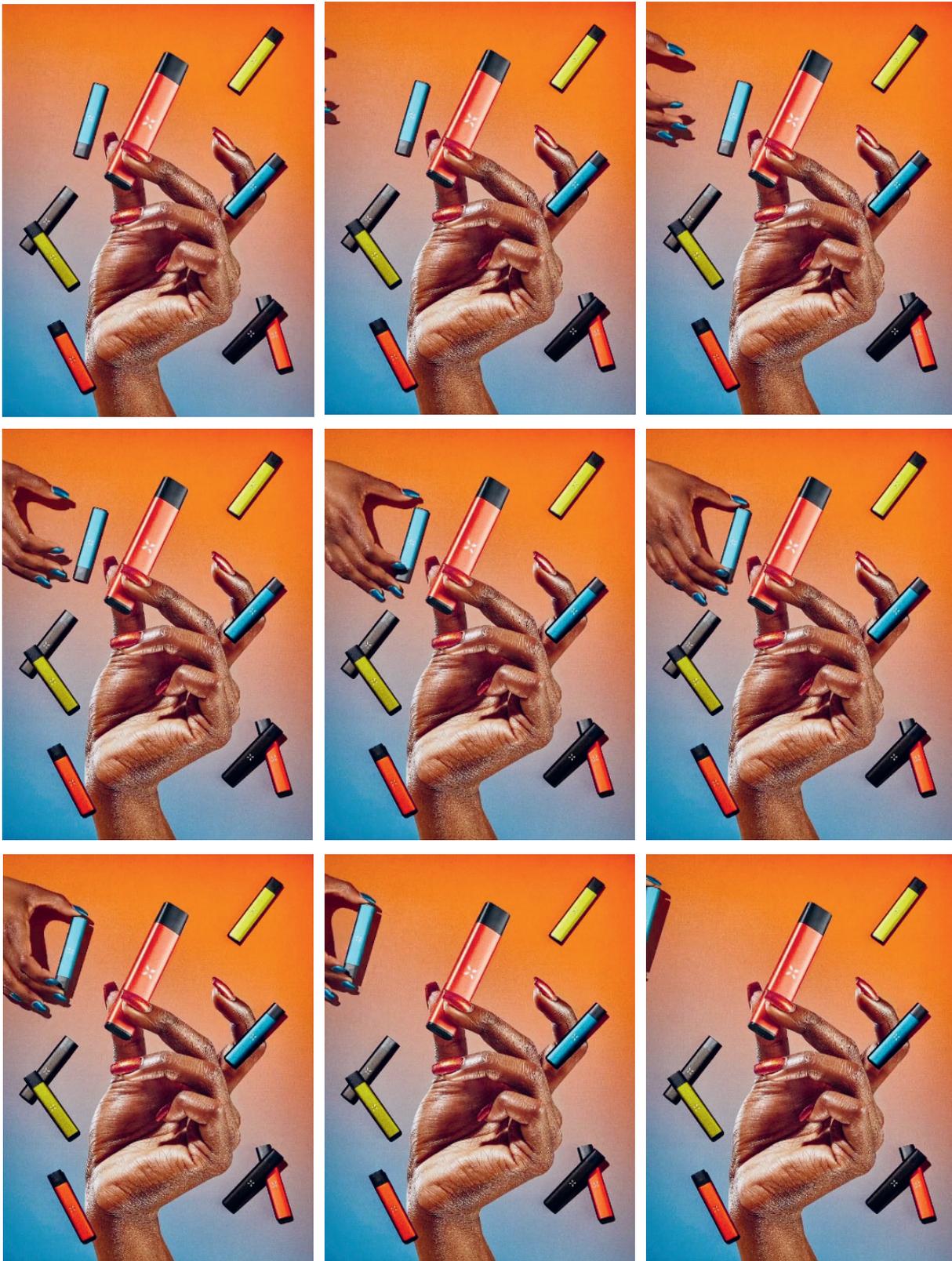
Mood Figures | Farbigkeit



Beispiele «Stop Motion»



Beispiele «Stop Motion»



Aufgabenstellung

Idee/Konzept/Planung

Die Fotos werden an den Arbeitsplätzen im Fotostudio in der Schule umgesetzt.

1) Gruppenbildung.

Da uns ca. 4 Arbeitsplätze in der Schule zur Verfügung stehen, sollten sich je 3 bis 4 Schüler:innen zusammentun.

2) Themenwahl

Jede Gruppe definiert für sich die Aufgabe (Thema/Abteilung/Objekte) innerhalb Conceptstores.

3) Konzept

Immer in Anbetracht der beschränkten Zeit, die fürs Fotografieren zur Verfügung steht, wird ein klares Bildkonzept zu folgenden Fragen erarbeitet.

Welche Stimmung wird angestrebt?

Mit welchen Mitteln lassen sich unsere Ideen möglichst gut umsetzen?

Wie kann man eine Hand integrieren?

4) Stilmittel

Licht

Schärfe/Unschärfe

Perspektive

Hintergrund/Untergrund

Requisiten: Farbe/Oberflächen/Größenverhältnisse

Hand: Mann / Frau / Maniküre / Nagellack / Kleidungsstück / Schmuck?

5) Requisiten

Wer bringt was mit?

Unbedingt genügend Auswahl mitbringen!

6) Umgang mit den Formaten

Da es mit den verschiedenen Formaten «leere» Flächen geben wird, muss überlegt werden, wie damit umzugehen ist.

7) Präsentation Konzept

Konzeptbeschreibung, Moodboard, verständliche Skizze der vier Sujets, Umgang mit den unterschiedlichen Formaten und Typo, Requisiten

Wir bewerten die Arbeiten nach folgenden Kriterien:

- Schlüssigkeit und Verständlichkeit des Konzepts und entsprechende Umsetzung
- Umgang mit den Formaten und Typoeinsatz
- Stimmung/Kreativität
- Präsentation und Gesamteindruck

Zusammenstellung der Offerte

Agentur	FANTASY 2.0
Kunde	CONCEPT STORE
Job-Bezeichnung	SOMMERKAMPAGNE CP
Job-Nummer	BG241-002681-00
Projekt-Team	Maya & Daniele Fototeam Sibylle Kanalz Christian M. Westermann
Fotograf	Gruppe
Werbemitteltyp	Plakate Online-Nutzungen inkl. Social-Media
Anzahl Sujets	Es kann ein Foto (One Shot) für alle Formate sein, oder max. zwei Aufnahmen vom gleichen Sujet für: - das Querformat, Wideboard und evtl. das Stop Motion, oder - das Hochformat und evtl. das Stop Motion. Die restlichen 3 Motive müssen skizziert werden, damit daraus das Konzept und der Seriencharakter herausgelesen werden kann. Food Elektronik Apotheke Kleider Haushalt Garten Sport
Offert-Grundlage	Optional kann bei allen Bildern eine Hand auf dem Bild sein. siehe beiliegendes Briefing und Moods
Format	Print: Hochformat F4: Papiermass 89.5 x 128 cm Querformat F12: Papiermass 268.5 x 128 cm Online-Nutzung Wideboard, 994 x 250 pxls, ohne Text Social-Media (Stop Motion (Loop)) Quadratisch 1:1, min. 600 x 600 pxls, ca. 5 Bilder, ohne Text
Sprachen	D/F/I/E
Model	1 Handmodell
Location	Studio SfGZ
Styling	bei Bedarf
Manicure	vorsehen
Ausstattung
Bildbearbeitung	inkl.
Datenlieferung	inkl.
Copyrights	Werbemittel: Plakate, Online-Nutzung inkl. Social-Media
Laufzeit / Land	2 Jahre / Schweiz
Timing	Briefing, Idee, Konzept 3.3.2025 Offerte/n vorliegend: 4.3.2025 (Offerte = Abgabetermin) Freigabe Kosten: asap PPM: 4.3.2025 Shooting: 4. / 5.3.2025 Daten der bearbeiteten Bilder: 5.3.2025

Präsentation

Die Präsentation eurer Arbeit ist genauso wichtig wie die Arbeit selbst, also überlegt euch vorher, wie ihr eure Abschlusspräsentation strukturieren und gestalten wollt.

Es kann sein, dass bei dieser Präsentation jemand anwesend ist, der nicht während des ganzen Prozesses dabei war. Darum geht es bei dieser Schlusspräsentation auch darum, die wichtigsten Punkte noch einmal anzusprechen und Klarheit zu schaffen.

Ihr seid eine Gruppe. Präsentiert auch als Gruppe.

Die wichtigsten Punkte sind:

Kontext

Worum geht es in dieser Aufgabe?

Problemstellung

Wie lauten die grössten Herausforderungen / welche Probleme müssen wir lösen?

Konzept/Idee

Was ist unsere Idee? Welche Mittel nutzen wir, um diese Probleme zu lösen?

Umsetzungen

Wie sehen unsere Lösungen aus?

Ein Sujet in allen Formaten umgesetzt.

Die weiteren Jahreszeiten als Skizze.

Was sind die Vorteile/Stärken dieser Umsetzung?