

MEHR WERT MIT METADATEN

Im Internet sind IPTC-Metadaten ein wichtiges Mittel, um die Urheberschaft an einem Foto zu belegen und die rechtmäßige Verwendung des Fotos zu regeln. **Text: Ulla Schmitz, Foto: Andreas Mann**



Mainufer mit Frankfurter Skyline von Andreas Mann, Business-Fotograf in Frankfurt am Main.

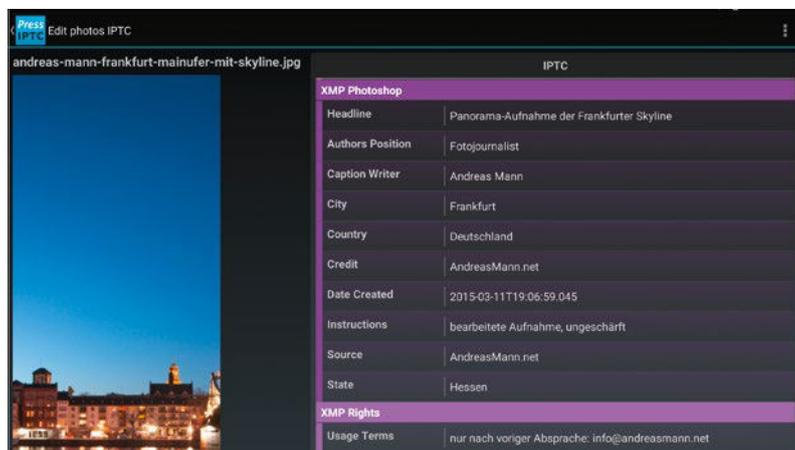
Mehr wert mit Metadaten

Im Frühjahr hat Google die Bildersuche entscheidend verändert. Ein Benutzer kann jetzt innerhalb der Google-Anwendung Bilder auch in hoher Auflösung anschauen und direkt innerhalb der Google-Suchmaschine downloaden, teilen oder versenden. Ein Besuch der Webseite, auf der die Bilddatei gehostet wird, erübrigt sich, weshalb viele Bildanbieter einen dramatischen Rückgang des Traffics auf ihren Websites verzeichnen.

Wie auf Google reagieren?

Jeder, der Fotos online stellt, muss angesichts der neuen Google-Bildersuche damit rechnen, dass alle auf seiner Webseite gegebenen Hinweise zu Inhalt, Autorschaft und rechtmäßigem Gebrauch der Bilddateien ungelesen bleiben. Seine Fotos drohen als „verwaiste Objekte“ international als vogelfrei zu gelten, sofern nicht

die isolierte Bilddatei selbst die rechtlich relevanten Auskünfte zu Urheberschaft und Lizenzbedingungen in sich trägt. Die übergreifende Google-Bildersuche setzt neue Fakten, gegen die Fotografen auf drei Weisen gegensteuern können: Sie können erstens alle Bilder vor dem Zugriff der Suchmaschine verbergen. Das mindert allerdings die Online-Sichtbarkeit ihrer Webpräsenz und kommt damit einer Selbstbestrafung gleich. Zweites können sie alle Bilder auf Pixelebene mit einem Brandzeichen wie Logo, Webadresse oder Fotografennamen verunzieren. Das mag für Social-Media-Kanäle der Königsweg sein, für eine professionelle Verwendung als Portfolio-, Portrait-, Produkt-, Presse- und PR-Foto etc. sind solche Bilddateien dadurch jedoch entwertet. Drittens und vor allem müssen Fotografen sich wieder angewöhnen, alle Bilder sorgfältig mit Metadaten, wie Bildautor, Bildtitel, Bildbeschreibung, Kontaktdaten und Lizenzbestimmung, zu betexten, so dass die Urheberschaft einer Bilddatei auch über alle Framing- und Embedding-Tücken der neuen Google-Suche hinweg kenntlich bleibt.



Darf ich das Foto verwenden? Ein potenzieller Bildnutzer, der ein Foto bei Google findet, kann dank der Metadaten die für ihn entscheidenden Frage, ob und unter welchen Bedingungen er ein Bild nutzen darf, mit einem Mausklick klären. Die Eigenschaften der Bilddatei werden angezeigt – egal, ob im Browser oder vom Betriebssystem oder von einer Foto-App auf dem Smartphone oder Tablet.

Foto-Metadaten Exif und IPTC

Foto-Metadaten sind standardisierte Zusatzinformationen zu Fotos, die in Textform im Header der Bilddatei gespeichert werden.

Das sind zum einen die zahlreichen versteckten technischen Parameter, die Kamera und Smartphone automatisch in jedes Foto einschreiben, wie Aufnahmezeitpunkt, Brennweite, Blende, Belichtungszeit und Kameramodelle. Auch die geografischen Koordinaten des Aufnahmeorts und in der Kamera hinterlegte Copyright-Informationen können automatisch als sogenannte Exif-Daten (Exchangeable Image File Format) in die Bilddatei geschrieben werden.

Zum anderen gibt es IPTC-Daten (International Press Telecommunications Council). Das ist ein vom Weltverband der Nachrichtenagenturen und Zeitungen entwickelter Standard für bildbeschrei-

bende Informationen. Die IPTC-Textfelder dienen im Unterschied zu den eher technischen Exif-Informationen dazu, den Inhalt des Bildes zu beschreiben und seine rechtmäßige Verwendung zu regeln. Dazu zählen Angaben wie Bildtitel, Bildbeschreibung, Aufnahmeort, Fotograf, Urheberrechtsinhaber, Kontaktdaten, Lizenzbestimmungen und Schlüsselwörter.

Fünf IPTC-Metadaten sind wichtig

Von den zahlreichen IPTC-Datenfeldern sind vier wesentlich und sollten in jedem Fall sorgfältig ausgefüllt werden, bevor der Fotograf eine Bilddatei aus der Hand gibt. Die auch „4C“ genannten Felder – „Copyright“, „Credit“, „Creator“ und „Caption“ – enthalten die wichtigsten Daten für die Beschreibung und die Urhebererschaft eines Fotos.

Zusätzlich sollte man in das IPTC-Datenfeld „Title“ eine kurze, für die Veröffentlichung bestimmte Benennung des Bildinhalts setzen, denn diese Bildüberschrift wird von vielen Webanwendungen automatisch ausgelesen und dargestellt.

Das IPTC-Datenfeld „Caption“ (zu deutsch: Bildbeschreibung, Bildlegende, Bildunterschrift) enthält die wichtigsten Angaben zu einem bestimmten Foto. Der Text soll den Bildinhalt beschreiben, präzise sein und für die Veröffentlichung geeignet sein.

Eine Hilfe bei der Formulierung einer guten Bildunterschrift geben die Grundfragen des Journalismus: Was sieht man auf dem Bild? Wann wurde das Foto aufgenommen? Wer ist abgebildet? Wo wurde das Foto aufgenommen? Weshalb wurde das Foto aufgenommen? Die Bildlegende kann zusätzliche Sachverhalte mitteilen, die das Geschehen auf dem Bild erschließen. Auch das Storyboard zu einem Shooting kann Pate stehen bei der Ausarbeitung der Bildunterschrift.

Workflow und Bildverwendung: IPTC-Daten vorbereiten und automatisieren

Bequemlichkeit und mangelnde Übung im Texten mag Bildautoren davon abhalten, ihre Fotos mit den notwendigen IPTC-Metadaten anzureichern. Da Textarbeit immer zeitraubend ist und Sorgfalt erfordert, sollte man pragmatisch vorgehen.

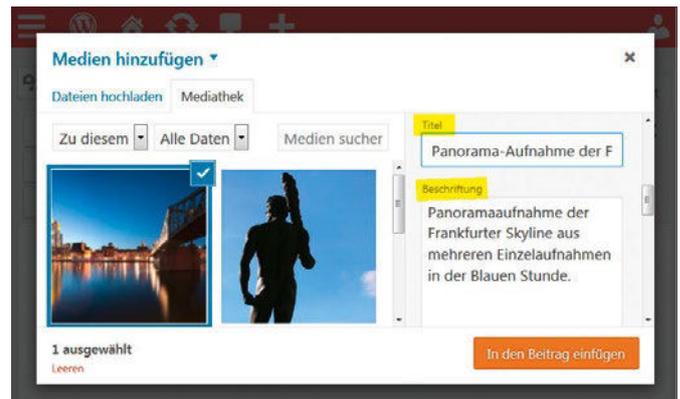
Als Vorarbeit notiert man unabhängig von jeder Bildbearbeitung in einer schlichten Textdatei übersichtlich die grundlegenden Einträge für die wichtigsten IPTC-Metadaten-Felder.

Sofern ein Fotograf nicht mit Agenturen zusammenarbeitet, kann er zwecks Vereinfachung die drei IPTC-Felder „Creator“, „Copyright“ und „Credit“ einheitlich füllen mit seinem Namen, einer Kontaktinformation wie E-Mail-Adresse oder Telefonnummer und dem Copyright-Status, zum Beispiel mit „©2017 Andreas Mann look@andreasmann.net, alle Rechte vorbehalten“. Auch das IPTC-Feld „Caption“ kann er provisorisch mit dem gleichen Standardeintrag füllen und die inhaltliche Bildunterschrift zu einem späteren Zeitpunkt ergänzen.

Dieser elementare IPTC-Standardtext stellt die Urhebererschaft klar und erleichtert den Kontakt zum Rechteinhaber. Das ist der Dreh- und Angelpunkt, um in der Onlinewelt mit einem Foto geschäftsmäßig umgehen zu können.

Die vorbereiteten Texte müssen anschließend in die Bilddateien kopiert werden. Einzelbilder, etwa für einen Fotowettbewerb, kann man mit Copy & Paste aufrüsten. Bildserien kann jede bessere Fotosoftware im Batchmodus bearbeiten.

Elegant und nachhaltig wird diese Bildaufwertung, wenn das Bildbearbeitungsprogramm die IPTC-Texte als Vorlage speichert und



WordPress liest IPTC-Daten aus einem Foto aus und füllt damit die entsprechenden Mediathek-Felder „Title“ und „Caption“ (hier das IPTC-Datenfeld „Caption“: „Panoramaaufnahme der Frankfurter Skyline in der blauen Stunde aus mehreren Einzelaufnahmen.“ Und das IPTC-Datenfeld „Title“: „Panoramaaufnahme ...“).

sie fortan bei jedem Import neuer Bilder automatisch in alle Fotos einschreibt. Für Adobe Lightroom zum Beispiel lassen sich reichlich Anleitungen googeln, die den Umgang mit IPTC-Daten im Modul Bibliothek beschreiben. Bei weniger verbreiteten Programmen hilft der Blick in deren Handbuch.

Die Eingabe von Metadaten und ihre Speicherung in der Fotodatei an den Beginn des Workflows zu legen, bevor die eigentliche Bildbearbeitung startet, ist nicht nur praktisch, sondern auch sinnvoll, denn diese Einträge werden dadurch nicht unabsichtlich mit zurückgesetzt, wenn man die Bildbearbeitung zurücksetzt.

Bei gewöhnlichen Fotoaufträgen, bei denen nur eine Menge Fotodateien an den Kunden übergeben werden, genügt es, die Fotos, wie oben beschrieben, mit einem einheitlichen IPTC-Standardtext aufzuwerten.

Fotos, die online veröffentlicht werden sollen, zum Beispiel auf Firmen-Websites, brauchen neben dem Basistext eine individuelle Bildbeschreibung, denn das IPTC-Feld „Caption“ wird von modernen Webredaktionssystemen automatisch ausgelesen und als Bildunterschrift zum Foto ausgegeben. Die Bildbeschreibung kann auch der Suchmaschinen-Optimierung dienen, zum Beispiel Schlüsselwörter enthalten, und wie immer nennt sie den Fotografen.

Fazit: Goldgrube Metadaten

IPTC-Metadaten erhöhen die Chance, als Urheber eines im Internet zugänglichen Fotos erkannt zu werden, für den potenziellen Bildverwender leicht erreichbar zu sein – und so aus potenziellen Bilderdieben zahlende Kunden zu machen.



Bildunterschrift in WordPress-Webseite.

KNOW-HOW UND INSPIRATION FÜR PROFESSIONELLE BILDERMACHER

- ! **Fundierte Hintergrundwissen** über die neuesten Imaging-Technologien
- ! **Detaillierte Anwendungsberichte**, Praxistests, Marktübersichten und Workshops
- ! **Erfolgreiches Profi-Know-how** Interviews, Storys und Portfolios aus der Profi-Welt

Nutzen Sie die Abo-Vorteile

- ! Sie erhalten die kommende digit! Ausgabe gratis!
- ! Sie zahlen nur 34,80 EUR (statt 39,00 EUR am Kiosk) für sechs digit! Ausgaben im Jahr
- ! Mit einem digit! Abo sind Sie immer bestens über die aktuellen Imaging-Technologien informiert

1 HEFT GRATIS!



digit! – DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

Fordern Sie noch heute Ihr digit! Gratisheft an!

Dieses und weitere attraktive Abo-Angebote finden Sie unter

➔ www.digit.de/abonnements



digit!

WWW.DIGIT.DE

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

6-2017

DEZEMBER | JANUAR



DEUTSCHLAND: 6,50 €

SCHWEIZ: 9,90 CHF

ÖSTERREICH: 7,50 €

PORTFOLIO

Johann Sebastian Hänel:
Authentische Überhöhung

STORY

Peter Hebeisen: Der Charme der Tiere

BIZZ BITS

Werner Pawlok | Peter Allert:
Erfolgreich mit Fine-Art-Editionen

PRAXIS

Nikon D850: Lautlose Gigantin
Phase One IQ3 Achromatic: Das reine
Farbwunder
Panasonic Lumix G9: Spiegellose mit Profiprofil
Tamron 24-70 mm G2: Für Action und Art
Garmin Virb 360: Rundum gelungener Einstieg

SOFTWARE

Lightroom: Classic oder Cloud

KNOW-HOW

Hi-Fi-Fotografie (3):
Richtig Schärfen
Metadaten: Mehrwert für Fotos

WORKSHOP

Schwarzweiß: Schön bei
Tageslicht
Capture One (8): Die Kamera
an der digitalen Leine

TEAMWORK



SEBASTIAN DROLSHAGEN
Gadget Guide, S. 7 | Praxistest:
Fujifilm instax, S. 40, Tamron
24-70 mm G2, S. 42
➔ sebastian.drolshagen@digit.de



TILO GOCKEL
Workshop: Sushi am Abend,
S. 82, Schwarzweiß bei
Tageslicht, S. 86
➔ tilo.gockel@digit.de



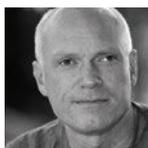
MICHAEL MARCZOK
Praxistest: Panasonic Lumix
G9, S. 48 | Markt: Fine-Art-
Printing, S. 62 | Workshop:
Capture One Pro (8), S. 90
➔ michael.marczok@digit.de



PETER SCHUFFELEN
Bizz-Bits: Kunstmarkt, S. 14 |
Portfolio: J. S. Hänel, S. 22 |
Die Story: P. Hebeisen, S. 76 |
Webscout, S. 96
➔ peter.schuffelen@digit.de



STEFAN STEIB
Praxistest: Garmin Virb, S. 34,
Phase One Achromatic, S. 44 |
Markt: Strom für unterwegs,
S. 68 | Steib geht steil, S. 92
➔ stefan.steib@digit.de



FRANK WERNER
Know-how: Hi-Fi-Fotografie
(3) Scharfes Finish, S. 56
➔ frank.werner@digit.de



THORSTEN WULFF
Praxistest: Nikon D850, S. 30
➔ thorsten.wulff@digit.de



ULLA SCHMITZ
Know-how: Mehrwert mit
Metadaten, S. 54
➔ ulla.schmitz@digit.de

MONOPOLY MIT IKONEN

Das Prinzip der Ikonisierung ist es, komplexe Zusammenhänge in eine einfachere Darstellung zu transformieren. Denn unser visuelles Gedächtnis bevorzugt ikonische Darstellungen, die als Knotenpunkte der neuronalen Gedächtnisstruktur unsere Erinnerungen an erweiterte Kontexte abrufen.

Ikonische Fotografien, wie der fallende Soldat von Robert Capa, das fliehende nackte vietnamesische Mädchen von Nick Út, das ertrunkene Kind am Strand, sind zu einem Teil eines kollektiven Gedächtnisses geworden.

Ikonisierung ist kein neues Phänomen im Zeitalter der Digitalisierung, es entfaltet hier nur eine viel stärkere Wirkung. Angefangen vom WhatsApp-Profilbild über Google-Themenlogos und Emoticons. „Icons“ geben Orientierung im permanenten Strom der Informationen.

Die photokina, von mir immer noch als „Weltmesse des Bildes“ erinnert (heute lautet der Claim: Imaging Unlimited), hat seit mehr als sechzig Jahren ein Quasi-Monopol als Leitmesse der Branche. Alle zwei Jahre zu Beginn des Herbstes ist Köln für ein paar Tage „the place to be“ für alle, die sich mit Fotografie und Video beschäftigen. Nach dem Willen der Veranstalter soll das auch in Zukunft so sein, allerdings jährlich, einen Tag kürzer und schon im Frühling. Die Euphorie der Aussteller hält sich bislang in Grenzen. Bei der kommenden photokina 2018, die wie gehabt im September stattfindet (26.-29.9.), wird es Klarheit geben, in welchem Rhythmus und mit welcher Beteiligung es weitergeht.

Noch kein Monopol, aber eine extrem starke Position hat Sony mittlerweile bei den Bildsensoren für digitale Kameras erreicht. Außer Canon, die eigene CMOS-Sensoren in den DSLR- und Mirrorless-Kameras verwenden, hängen fast alle Hersteller am Pixeltropf von Sony. Und das wird sich in naher Zukunft nicht ändern: Die nächste 150-Megapixel-Generation steht in den Startlöchern, und die Global-Shutter-Sensoren werden den spiegellosen Kamerasystemen einen gewaltigen Schub geben.

Eine ähnlich starke Position wie Sony bei den Sensoren hat Adobe bei der Bildbearbeitungssoftware: Photoshop und Photoshop Lightroom sind die Platzhirsche im Revier für die ambitionierte Bildbearbeitung. In künftige Software-Generationen werden vermehrt Erkenntnisse aus dem Machine-Learning einfließen. Mit der Adobe Sensei genannten Technologie will Adobe zumindest einen Teil der Deutungshoheit für fotografische Inhalte von Google und Apple zurückerobern. Am Ende wissen Sie dann vielleicht schon beim Drücken des Auslösers, ob Ihr Motiv das Zeug zur fotografischen Ikone hat oder welches Ranking es im digitalen Bilderpool einnehmen wird. „Sensei does not like it?“ Drücken Sie trotzdem den Auslöser.

Eine inspirierende Lektüre wünscht Ihnen

Roland Franken



Foto: Tom Barnes

BITTE FOLGEN!



➔ www.facebook.com/digit.profimagazin

➔ twitter.com/digit_de

➔ www.youtube.com/digitmagazin

4 INHALT

SZENE

- 6 **Olympus:** Weltweiter Fotowettbewerb
- Leica:** Lichtstarke Luxus-Linse
- Vonovia Award:** Zuhause gewonnen
- Nikon:** Snapbridge reloaded
- Adobe:** Mit 35 in den besten Jahren
- Multiblitz:** Im Insolvenzverfahren

GADGET GUIDE

- 7 **Für Einzelkämpfer:** Epson EcoTank ET-7750 | Cullmann Culight FR60

EXPERTEN

- 10 **Jens Eilers:** „Inkjet hat die Nase vorn“
- 12 **Heike Dander:** „Eine gut kuratierte Vielfalt macht das Lumas-Portfolio aus“

BIZZ BITS

- 14 **Fotokunst vermarkten**
Werner Pawlok | Peter Allert

PORTFOLIO

- 22 **Authentisch überhöht**
Bilder von Johann Sebastian Hänel

PRAXISTEST

- 30 **Lautlose Gigantin**
Thorsten Wulff testet die D850 von Nikon
- 34 **Garmin Virb 360:** Rundum gelungen
- 36 **360-Grad-Kameratester gesucht**
- 38 **Epson:** Der wirtschaftliche Dreh
- 40 **Fujifilm instax:** Feiner Mix
- 42 **Tamron 24-70mm f/2,8:** Von Action bis Art
- 44 **Phase One IQ3 Achromatic:** Same, same – but different
- 48 **Panasonic Lumix G9:** Spiegellose mit Profianspruch

- 50 **Auf Location mit dem A1**
Tilo Gockel geht mit dem Profoto-Kompaktblitz auf Location

KNOW-HOW

- 54 **Mehr wert mit Metadaten**
- 56 **Hi-Fi-Fotografie (3):** Scharfes Finish

MARKT

- 62 **Fine Art Printing 2017**
Was gibt es Neues?
- 63 **Ilford:** Fine-Art-Papier selbst beschichten
- 68 **Strom für unterwegs**



14 BIZZ BITS

Werner Pawlok und Peter Allert vermarkten erfolgreich ihre Fotografien im Kunstmarkt.



22 PORTFOLIO

Johann Sebastian Hänel pflegt den suggestiven Umgang mit Licht, Farbe und Atmosphäre.



30 PRAXISTEST

Thorsten Wulff führte die Nikon D850 auf dem Berliner Promi-Parkett aus.



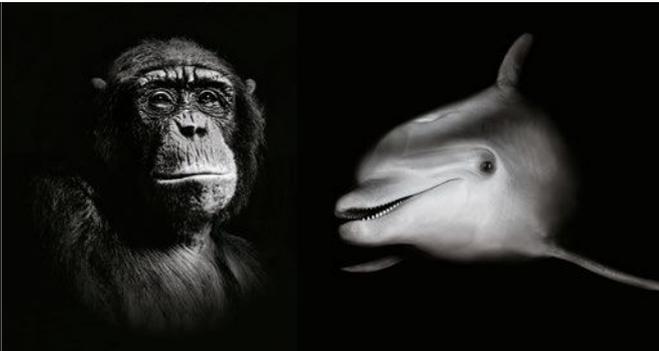
50 PRAXISTEST

Tilo Gockel testet zwei Profoto A1 beim Location-Shooting.



62 KNOW-HOW

Michael Marczok gibt einen aktuellen Überblick bei den **Fine-Art-Druckern und -Medien.**



76 DIE STORY

Peter Hebeisen hat keine Angst vor großen Tieren: Er begegnet ihnen mit Respekt.



82 WORKSHOP

„Die neue Fotoschule“ von Tilo Gockel bietet fundiertes Grundlagenwissen und attraktive Praxisbeispiele zum Nachfotografieren.

SOFTWARE

72 Adobe Photoshop Lightroom: Classic oder Cloud

DIE STORY

76 Animal Charm

Peter Hebeisen und die Herausforderungen der Tierfotografie

WORKSHOP

82 Sushi am Abend

Food-Shooting aus Tilo Gockels Fotoschule

86 Schwarzweiß bei Tageslicht

90 Capture One Pro (8): Regieraum für Studiofotografie

KOLUMNE

92 Steib geht steil: Das Land der verlorenen Bilder

NEWS

94 IT-News für Bildermacher (12): Licht und Schatten voraus

WEBSCOU

96 Poetische Strategien

SERVICE | VORSCHAU | IMPRESSUM

98 Angebote für unsere Leser | Impressum



TITELBILD:

Der Performancekünstler Leigh Bowery (1961-1994), fotografiert von Werner Pawlok.

➤ www.pawlok.com

➤ www.lumas.de/artist/werner_pawlok/

VERLAG UND REDAKTION

Verlag und Herausgeber:

rough concept
Agentur und Verlag GmbH
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336

Geschäftsführer:

Roland Franken/DGPh
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Redaktion digit!
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336
✉ editors@digit.de

Gestaltung:

Anke Dievernich

Leitung Anzeigenverkauf:

Herbert Päge
✉ herbert.paege@digit.de
Tel. 02361 16757

Abonentenservice:

digit! Aboservice
Postfach 1331, 53335 Meckenheim
Tel. 02225 7085-340
Fax 02225 7085-399
✉ abo-digit@ips-d.de

Autoren dieser

Ausgabe:

Sebastian Drolshagen
Tilo Gockel
Michael Marczok
Ulla Schmitz
Peter Schuffelen
Stefan Steib
Frank Werner
Thorsten Wulff



digit! ist Mitglied der
Technical Image Press
Association (TIPA),
www.tipa.com