

Wer bin ich?

Als Meister im Fotografenhandwerk und Gutachter für Fernlehrgänge stehe ich für eine praxisnahe, präzise und fundierte Wissensvermittlung. Meine Expertise basiert auf jahrzehntelanger Berufserfahrung in der Leitung und Produktion von B2B- und B2C-Bildcontent für Industrie und Handel. Dabei verbindet mich eine tiefe Leidenschaft für die Fotografie – von digitalen Medientechniken hin zu modernem CGI und der Photogrammetrie.

- **Consulting & Coaching:** Beratung für Unternehmen, Bildungsträger und Kreative in technischen sowie wirtschaftlichen Fragen der Fotografie.
- **Infrastruktur & Prozesse:** Planung, Aufbau und Inbetriebnahme kompletter Produktionsstätten sowie die Entwicklung effizienter Workflows und Werbekonzepte innerhalb der Bildcontent-Erstellung.
- **Management:** Unterstützung bei der Umsetzung komplexer Produktionsabläufe, Controlling, Betriebsorganisation sowie die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden in bildgebenden Techniken.

Durch die Symbiose aus modernen digitalen Medientechnologien und klassischem Handwerk schärfe ich das Verständnis für die wirtschaftlich nachhaltige und professionelle Umgang mit der Bildcontent-Produktion.

Wobei kann ich helfen?

Orientierung bei grundlegenden strategischen und technischen Entscheidungen rund um ihren visuellen Auftritt. Typische Fragen, die wir gemeinsam beantworten, sind:

- **Einsatzbereiche:** Wo und wie setze ich Bildcontent innerhalb meines Unternehmens strategisch sinnvoll ein?
- **Technologie-Auswahl:** Welche Produktionstechniken – von klassischer Fotografie und Film über CGI und Photogrammetrie bis hin zu AI – stehen mir zur Verfügung und passen zu meinem Vorhaben?
- **Wirtschaftlichkeit & Flexibilität:** Welchen Aufwand muss ich für die Erstellung und Nutzung von visuellem Content betreiben, um langfristig flexibel agieren zu können und im wirtschaftlich sinnvollen Rahmen zu bleiben?

Zielgruppe

Unternehmungen aus allen Branchen und in jeder Phase. Visueller Content ist heute das elementare Werkzeug der Kommunikation für jedes Unternehmen. Da die strategische Beschäftigung damit in Geschäftsprozessen meist vernachlässigt wird, profitieren die Teilnehmer aller Bereiche gleichermaßen.

Fehler

Es ist nicht sinnvoll, die Produktion von Bild- und Filmmaterial unvorbereitet "nebenbei" anzugehen. Der Aufwand für die visuelle Bewerbung von Produkten und die Präsentation des eigenen Unternehmens wird oft zum massiven Zeitfresser. Ohne klare Strategie wird der Mitteleinsatz unterschätzt oder schlicht falsch begonnen.

Eine frühzeitige Analyse des zukünftigen Contents hilft, um sich über den realen Bedarf klar zu werden. Eine frühzeitige Strukturierung der Inhalte spart Zeit, Ressourcen und Nerven.

Inhalte müssen für erfolgreiche Public Relations und Marketingkampagnen schnell und flexibel einsatzbereit sein. Eine saubere, strukturierte Ablage und Organisation des Contents von Tag eins an ist kein "Nice-to-have", sondern ein absolutes Must-have, um jederzeit zuverlässig und ohne Verzögerung angepassten werblichen Content ausspielen zu können.