

netpixel.at
photos and more

1800 1.2 200 18

CHATGPT · FOTOGRAFEN-REIHE · TEIL 2

CHATGPT PROMPT- BIBLIOTHEK

64 Prompt-Vorlagen für Fotografen und Kreative: von der Shootingidee über Licht, Bildauswahl und Social Media bis zum Kundengespräch und zur Jahresplanung.

REINHARD LOHER

Fotograf · Mediendesigner · Workshopleiter

GRATIS-GUIDE

INHALTSVERZEICHNIS

00	SO NUTZT DU DIESEN GUIDE	Prompt-Formel, Platzhalter, welche Funktion wann
01	SHOOTING-PLANUNG & IDEEN	C001 bis C008 · Konzepte, Ablaufpläne, Packlisten, Plan B
02	LICHT, TECHNIK & LERNEN	C009 bis C016 · ChatGPT als Tutor, Lichtsetups, Fehleranalyse
03	MOODBOARDS & VISUALISIERUNG	C017 bis C024 · Bildgenerierung für Referenzen und Varianten
04	BILDAUSWAHL & FEEDBACK	C025 bis C032 · Serien sortieren, Favoriten begründen
05	TEXTE RUND UMS BILD	C033 bis C040 · Bildunterschriften, Alt-Texte, Blog, SEO
06	SOCIAL MEDIA & REELS	C041 bis C048 · Hooks, Karussells, Reel-Skripte, Content-Plan
07	KUNDENKOMMUNIKATION & VERKAUF	C049 bis C056 · Anfragen, Angebote, Nachfassen, Bewertungen
08	BUSINESS & ORGANISATION	C057 bis C064 · Kalkulation, Jahresplan, Workshops, Recherche
09	GRENZEN, RECHT UND FAIRNESS	Was du vor dem Einsatz wissen solltest
10	WIE ES WEITERGEHT	Die anderen Guides der Reihe

SO NUTZT DU DIESEN GUIDE

Diese Bibliothek ist ein Werkzeugkoffer, kein Lehrbuch: 64 fertige Prompts für ChatGPT, sortiert nach den Momenten, in denen sie dir im fotografischen Alltag Arbeit abnehmen. Jeder Prompt hat eine ID, einen Einsatzzweck, Platzhalter und meist einen Prüfschritt. Du musst nicht vorne anfangen: Such dir im Inhaltsverzeichnis das Kapitel, das heute gerade brennt.

— DIE PROMPT-FORMEL: WIE EINE BELICHTUNG

Ein gutes Foto entsteht, wenn Blende, Zeit und ISO zusammenpassen. Ein guter Prompt entsteht, wenn vier Angaben zusammenpassen. Alle Prompts folgen derselben Merkhilfe, einem Belichtungs-dreieck mit vierter Ecke:

1 · BRENNWEITE = ROLLE

Aus welcher Perspektive antwortet ChatGPT?
Ein Beleuchtungsmeister sieht ein Porträt
anders als eine Bildredakteurin.

2 · MOTIV = ZIEL

Was soll am Ende herauskommen: Ablaufplan,
drei Varianten, eine Entscheidung? Unscharfes
Ziel, unscharfes Ergebnis.

3 · LICHT = KONTEXT

Alles, was die Situation ausleuchtet: Kunde,
Location, Ausrüstung, Budget, Tageszeit. Je
mehr Licht, desto weniger raten.

4 · AUSSCHNITT = FORMAT

Tabelle, Checkliste, maximal 120 Wörter, drei
Optionen? Der Ausschnitt entscheidet, ob du
das Ergebnis sofort nutzen kannst.

Dazu kommt der Blick aufs Histogramm, in den Prompts **Prüfen** genannt: worauf du beim Ergebnis besonders achten solltest. Alles in **[ECKIGEN KLAMMERN UND VERSALIEN]** ersetzt du durch deine Angaben, Klammern inklusive. Fehlt dir eine Angabe, schreib „unbekannt“, dann fragt ChatGPT nach oder kennzeichnet seine Annahmen. Kürzen und erweitern ist ausdrücklich erwünscht.

ZEIT SPAREN MIT PROJEKTEN

Genre, Ausrüstung, Stil, Zielgruppe und Tonalität wiederholen sich in fast jedem Prompt. Leg sie einmal als Projektanweisung in einem ChatGPT-Projekt ab, das gibt es auf allen Abos, auch im Free-Plan. Wie du dir so einen dauerhaften Assistenten baust, zeigt Guide 3 der Reihe: „Dein Shooting-Assistent in ChatGPT“.

— WELCHE CHATGPT-FUNKTION WANN?

FUNKTION	WOFÜR IN DIESEM GUIDE
Websuche	Aktuelles wie Förderungen, Wettbewerbe, Mitbewerber. Immer Quellen anfordern und öffnen.
Canvas	Längere Texte gemeinsam Absatz für Absatz überarbeiten: Blog, Workshop-Konzept, Kundenguide.
Bildgenerierung	Moodboards, Lichtskizzen, Location-Varianten mit ChatGPT Images. Visualisierung, kein Ersatz für dein Foto.
Datenanalyse	Preiskalkulation und Auswertungen: ChatGPT führt echten Code aus, statt im Kopf zu rechnen.
Upload	Fotos zur Auswahl und Fehleranalyse (bis 20 MB pro Bild), Anfragen, Tabellen, Briefings.
Projekte	Wiederkehrende Angaben und Dateien bündeln, damit jeder Prompt deinen Kontext kennt.

GUT ZU WISSEN

Dieser Guide ist unabhängig entstanden. Es gibt keine Kooperation mit OpenAI und keine Bezahlung für Erwähnungen. ChatGPT ist eine Marke der OpenAI. Stand Oktober 2026; Funktionen, Bezeichnungen und Limits ändern sich schnell. Alle Prompts laufen auch im Free-Plan, dort ist das Kontingent aber am kleinsten; feste Limits veröffentlicht OpenAI nicht.

01

KAPITEL 1 • PLANUNG

SHOOTING-PLANUNG & IDEEN

Bevor die Kamera aus der Tasche kommt, entscheidet sich viel: Diese Prompts machen aus einer vagen Anfrage einen belastbaren Plan.

C001 KONZEPT AUS DREI STICHWORTEN

Einsatz: Wenn du eine Idee hast, aber noch kein Bild im Kopf.

Du bist Art Director für [GENRE, z. B. PORTRÄT] mit Blick für umsetzbare Ideen. Entwickle aus den Stichworten [STICHWORT 1], [STICHWORT 2] und [STICHWORT 3] drei unterschiedliche Shooting-Konzepte. Kontext: Ich arbeite mit [AUSRÜSTUNG], habe [ZEITRAHMEN] Zeit und ein Budget von [BUDGET] für Requisiten. Liefere pro Konzept: Titel, Bildidee in zwei Sätzen, Lichtstimmung, Farbwelt, Location-Typ, drei Schlüsselbilder. Markiere das Konzept, das mit meinen Mitteln am realistischsten ist, und begründe kurz.

Prüfen: Sind alle Konzepte mit deiner tatsächlichen Ausrüstung machbar, oder setzt eines heimlich ein Studio voraus?

C002 SHOTLIST MIT PRIORITÄTEN

Einsatz: Für Aufträge, bei denen nichts vergessen werden darf.

Du bist ein erfahrener [GENRE]-Fotograf und planst ein Shooting für [KUNDE/ANLASS]. Erstelle eine Shotlist als Tabelle mit den Spalten: Nr., Motiv, Bildausschnitt, Brennweite, Priorität (Muss/Soll/Kann), geschätzte Minuten. Kontext: Gesamtdauer [DAUER], Location [LOCATION], Personen [ANZAHL UND ROLLEN], Verwendungszweck [WEB/DRUCK/SOCIAL], benötigte Formate [HOCH/QUER/QUADRAT]. Sortiere die Muss-Bilder so, dass sie in der ersten Hälfte erledigt sind, solange alle noch frisch sind. Ergänze am Ende drei Bonusmotive, falls Zeit bleibt.

Prüfen: Passt die Summe der Minuten realistisch in deine Shootingzeit inklusive Umbau?

C003 MINUTENGENAUER ABLAUFPLAN

Einsatz: Für Events, Hochzeiten und Firmentermine mit festem Programm.

Du bist Eventfotograf und planst den Tag aus Fotografensicht. Erstelle aus diesem Programm [PROGRAMM EINFÜGEN] einen Ablaufplan für mich mit Uhrzeit, Ort, Motivschwerpunkt, Objektiv-/Blitzwechsel und Pufferzeiten. Berücksichtige: Anreise [ANREISEZEIT], Sonnenuntergang um [UHRZEIT], Zweitfotograf [JA/NEIN]. Markiere kritische Momente, die sich nicht wiederholen lassen, fett und schlage für jeden eine Position im Raum vor. Format: Tabelle, danach drei Sätze zu den größten Risiken.

Prüfen: Stimmen die Uhrzeiten mit dem echten Programm überein? Sonnenzeiten unbedingt selbst nachprüfen.

C004

PACKLISTE NACH AUFTRAG

Einsatz: Am Vorabend, wenn der Kopf schon müde ist.

Du bist mein Assistent für Ausrüstung und denkst wie ein Kamera-Assistent am Filmset. Erstelle eine Packliste für [AUFTRAG] am [ORT/BEDINGUNGEN, z. B. OUTDOOR BEI REGEN]. Meine Grundausrüstung: [KAMERAS, OBJEKTIVE, LICHT]. Gliedere in: Kamera und Objektive, Licht und Lichtformer, Strom und Speicher, Wetter und Schutz, Kunde und Organisation (Verträge, Model-Release, Visitenkarten). Ergänze bei jeder Kategorie, was ich doppelt mitnehmen sollte. Format: Checkliste zum Abhaken, maximal 40 Punkte.

C005

PLAN B FÜR WETTER UND LICHT

Einsatz: Wenn die Prognose wackelt und der Termin fix ist.

Du bist Location-Scout und Lichtplaner. Mein Outdoor-Shooting [THEMA] findet am [DATUM] in [REGION] statt und lässt sich nicht verschieben. Entwickle zwei Ausweichpläne: einen für bedeckten Himmel und einen für Regen. Pro Plan: alternative Bildideen, nötige Lichtergänzung (Blitz, Reflektor, Diffusor), mögliche überdachte Ortstypen wie [BEISPIEL], Anpassung der Kleidung. Kontext: Ich arbeite mit [AUSRÜSTUNG]. Format: zwei kompakte Abschnitte mit je fünf Punkten, dazu eine Formulierung, mit der ich den Kunden vorab informiere.

Prüfen: Gibt es die vorgeschlagenen Ortstypen in deiner Gegend wirklich? Konkrete Orte selbst prüfen.

C006

POSING-ABLAUF FÜR UNSICHERE

Einsatz: Für Menschen, die sagen: „Ich bin total unfotogen.“

Du bist Porträtfotograf mit Erfahrung im Umgang mit kamerascheuen Menschen. Plane einen 30-minütigen Posing-Ablauf für [PERSON/ANLASS] mit [ANZAHL] Personen. Beginne mit Bewegungen und kleinen Aufgaben statt mit Posen, steigere dann langsam. Pro Station: Anweisung in genau dem Wortlaut, den ich laut sagen kann, Bildausschnitt, typischer Fehler und Korrektur. Kontext: Location [LOCATION], Stimmung [LOCKER/ELEGANT/NATÜRLICH], Brennweite [BRENNWEITE]. Format: nummerierte Liste mit acht Stationen.

Prüfen: Klingen die Anweisungen nach dir? Formuliere sie in deinen eigenen Ton um, bevor du sie verwendest.

C007

LOCATION-BRIEFING FÜR KUNDEN

Einsatz: Damit Kunden wissen, worauf sie sich einlassen.

Du bist Fotograf und schreibst ein kurzes Vorab-Briefing für [KUNDE], das am Handy gut lesbar ist. Inhalt: Treffpunkt [ADRESSE], Uhrzeit [UHRZEIT], Dauer [DAUER], Parkmöglichkeit [INFO], was mitzubringen ist, Kleidungsempfehlung passend zu [LOCATION UND FARBWELT], was bei Wetteränderung passiert, Ansprechpartner. Ton: freundlich, klar, [DU-FORM/SIE-FORM]. Länge: maximal 200 Wörter, mit kurzen Zwischenüberschriften. Ergänze keine Angaben, die ich dir nicht gegeben habe. Schließe mit einem Satz, der Vorfreude macht.

Prüfen: Sind Adresse, Zeit und Wetterregelung korrekt übernommen? Diese Angaben nie von der KI ergänzen lassen.

C008

FOTOPROJEKT ÜBER EIN JAHR

Einsatz: Für freie Serien, die neben dem Tagesgeschäft wachsen sollen.

Du bist Kurator und Mentor für fotografische Langzeitprojekte. Ich möchte über [ZEITRAUM] eine Serie zum Thema [THEMA] fotografieren. Entwickle einen Projektplan: Leitfrage der Serie, fünf Teilaspekte, Rhythmus (wie oft fotografieren), Zwischenziele pro Quartal, Kriterien, wann ein Bild in die Serie gehört. Kontext: Mir stehen pro Woche [STUNDEN] zur Verfügung, mein Stil ist [STIL]. Format: strukturierter Plan, danach drei Fragen, die ich mir vor dem Start beantworten sollte.

02

KAPITEL 2 · LICHT & TECHNIK

LICHT, TECHNIK & LERNEN

ChatGPT als geduldiger Tutor für Licht, Einstellungen und Fehleranalyse. Die Theorie ersetzt aber nie den Test vor Ort.

C009 PERSÖNLICHER LICHT-TUTOR

Einsatz: Wenn du ein Thema endlich wirklich verstehen willst.

Du bist Fotografie-Trainer und erklärst nach der sokratischen Methode. Ich möchte [THEMA, z. B. INVERSES QUADRATGESETZ] verstehen. Mein Stand: [ANFÄNGER/FORTGESCHRITTEN], ich fotografiere vor allem [GENRE]. Erkläre das Prinzip in maximal 150 Wörtern mit einem Beispiel aus meinem Genre. Stelle mir dann eine Verständnisfrage und warte auf meine Antwort. Korrigiere mich, bevor du zum nächsten Schritt gehst. Ende nach vier Runden mit einer praktischen Übung für mein nächstes Shooting.

Prüfen: Probier die Übung wirklich aus. Erst das Ergebnis am Monitor zeigt, ob du es verstanden hast.

C010 LICHTSETUP AUS EINEM REFERENZBILD

Einsatz: Wenn dir ein Foto gefällt und du wissen willst, wie das Licht gebaut ist.

Du bist Beleuchtungsmeister für Porträt- und Werbefotografie. Analysiere das hochgeladene Referenzbild: Wie viele Lichtquellen sind wahrscheinlich im Einsatz, aus welcher Richtung und Höhe, wie groß und weich, welches Lichtverhältnis zwischen Haupt- und Aufhelllicht? Beziehe dich auf Augenreflexe, Schattenkanten und Hintergrundverlauf. Übersetze das dann in ein Setup mit meiner Ausrüstung: [BLITZE/DAUERLICHT, LICHTFORMER]. Format: Analyse, danach Aufbau als Liste mit Abständen in Metern als Startwerte.

Prüfen: Das ist eine Schätzung aus dem Bild. Baue nach, mach Testaufnahmen und korrigiere Schritt für Schritt.

C011 EINSTELLUNGEN FÜR EINE KNIFFLIGE SITUATION

Einsatz: Vor Konzerten, Hallensport, Kirchen ohne Blitz und ähnlichen Herausforderungen.

Du bist Fotograf mit viel Erfahrung in [SITUATION, z. B. HALLENSPORT]. Meine Ausrüstung: [KAMERA, OBJEKTIVE]. Bedingungen: [LICHT, BEWEGUNG, BLITZVERBOT JA/NEIN], Verwendung der Bilder: [ZWECK]. Schlage Startwerte vor für Belichtungsmodus, Blende, Verschlusszeit, ISO-Obergrenze, Fokusmodus, AF-Feld, Serienbild und Weißabgleich. Begründe jede Einstellung in einem Satz. Ergänze, woran ich nach den ersten zehn Bildern erkenne, dass ich nachjustieren muss, und in welche Richtung.

Prüfen: Kamera-Menüs unterscheiden sich je nach Modell. Prüfe die Bezeichnungen im Handbuch deiner Kamera.

C012 FEHLERANALYSE AM EIGENEN BILD

Einsatz: Wenn ein Foto nicht wirkt und du nicht weißt, warum.

Du bist strenger, aber fairer Fotolehrer. Analysiere mein hochgeladenes Foto. Aufnahmedaten: [BRENNWEITE, BLENDE, ZEIT, ISO], Ziel des Bildes war [ABSICHT]. Prüfe: Schärfe und Fokuspunkt, Belichtung, Licht, Komposition, Hintergrund, Farbe. Nenne die drei Punkte, die die Wirkung am stärksten schwächen, sortiert nach Gewicht, jeweils mit konkreter Korrektur für die nächste Aufnahme und, falls möglich, für die Nachbearbeitung. Kein Lob als Polster, nur Substanz.

Prüfen: Gib die Aufnahmedaten immer als Text mit. Verlass dich nicht darauf, dass Metadaten aus der Datei gelesen werden.

C013 LICHTVERHÄLTNISSE IN BLENDESTUFEN

Einsatz: Zum Rechnen und Verstehen von Kontrast.

Du bist Lichttechniker und rechnest Schritt für Schritt mit mir. Mein Hauptlicht misst [WERT, z. B. BLENDE 8], das Aufhelllicht [WERT]. Erkläre mir das Lichtverhältnis als Verhältniszahl und in Blendenstufen. Zeig dann, wie sich der Kontrast ändert, wenn ich das Aufhelllicht um eine Stufe absenke oder den Abstand von [ABSTAND] auf [NEUER ABSTAND] ändere. Format: kurze Rechnung in Schritten, danach eine Tabelle mit drei Varianten und ihrer typischen Bildwirkung im Porträt.

Prüfen: Rechnung nachvollziehen. Bei Zahlenfragen die Datenanalyse nutzen lassen statt Kopfrechnen.

C014 OBJEKTIVWAHL BEGRÜNDEN

Einsatz: Vor Neukauf oder vor dem Packen mit begrenztem Platz.

Du bist unabhängiger Ausrüstungsberater ohne Herstellerbindung. Ich fotografiere [GENRE] und besitze [VORHANDENE OBJEKTIVE]. Ich überlege, [OBJEKTIV/BRENNWEITE] zu ergänzen. Analysiere: welche Bildwirkung die Brennweite erzeugt, welche Lücke sie in meinem Set schließt, wo sie sich mit Vorhandenem überschneidet, welche Motive dadurch erst möglich werden. Nenne keine Preise und keine Modellepfehlungen, sondern Kriterien, nach denen ich selbst vergleichen kann. Format: Analyse, dann fünf Entscheidungsfragen.

C015 ÜBUNGSPLAN FÜR 30 TAGE

Einsatz: Wenn du gezielt an einer Schwäche arbeiten möchtest.

Du bist Fotocoach mit Gespür für realistische Ziele. Meine Schwäche ist [SCHWÄCHE, z. B. BILDGESTALTUNG MIT VORDERGRUND]. Erstelle einen 30-Tage-Übungsplan mit einer Aufgabe pro Tag, maximal 20 Minuten Aufwand, machbar mit [AUSRÜSTUNG] rund um [WOHNORT/ALLTAG]. Steigere die Schwierigkeit wöchentlich und plane zwei Ruhetage pro Woche ein. Baue nach jeder Woche eine Reflexionsfrage ein. Format: Tabelle mit Tag, Aufgabe, Ziel, Kriterium für „geschafft“.

Prüfen: Ist der Plan realistisch für deinen Alltag? Lieber kürzen als nach Tag 6 abbrechen.

C016 FACHBEGRIFF IM KLARTEXT

Einsatz: Für dich, oder um es Kunden und Workshopteilnehmern zu erklären.

Du bist Fotojournalist mit Talent für einfache Sprache. Erkläre [BEGRIFF, z. B. BEUGUNGSUNSCHÄRFE] auf drei Ebenen: erstens für eine zehnjährige Person in zwei Sätzen, zweitens für Hobbyfotografen mit Praxisbeispiel aus [GENRE], drittens fachlich präzise mit den relevanten Zusammenhängen. Schließe mit einem typischen Irrtum zum Thema und der Richtigstellung. Format: drei beschriftete Absätze plus Irrtum, insgesamt maximal 250 Wörter. Verwende keine Formeln ohne Erklärung.

Prüfen: Fachliche Ebene gegen ein Fachbuch oder Herstellerunterlagen prüfen, bevor du sie in einem Workshop verwendest.

03

KAPITEL 3 · VISUALISIERUNG

MOODBOARDS & VISUALISIERUNG

Mit ChatGPT Images (seit September 2026 Version 2.5) zeigst du, wie ein Shooting aussehen könnte. Das ist Visualisierung, nicht das Endprodukt: Das echte Foto machst du.

C017 MOODBOARD AUS DEM BRIEFING

Einsatz: Wenn der Kunde „irgendwas Modernes“ sagt.

Du bist Art Director. Erstelle aus diesem Briefing [BRIEFING EINFÜGEN] zuerst eine Textbeschreibung für ein Moodboard: Farbpalette mit fünf Farbtönen, Lichtstimmung, Materialien, Bildsprache, Kameraperspektiven, drei Begriffe, die es ausdrücklich NICHT sein soll. Warte auf mein Okay. Generiere danach ein Moodboard-Bild als Collage aus sechs Kacheln im Querformat, ohne Text und ohne erkennbare reale Personen. Stil: dokumentarisch-fotografisch, keine Illustration. Achte darauf, dass die Kacheln als Set zusammenpassen.

Prüfen: Wird das Moodboard dem Kunden gezeigt, kennzeichne es als KI-Visualisierung.

C018 LICHTSKIZZE ALS BILD

Einsatz: Um dem Team oder Assistenten den Aufbau zu zeigen.

Erstelle eine schematische Draufsicht eines Fotostudios als klare Skizze auf weißem Hintergrund, damit mein Assistent den Aufbau ohne Erklärung versteht. Elemente: Modell in der Mitte als Kreis, Kamera als Symbol, Hauptlicht [LICHTFORMER] bei [WINKEL UND ABSTAND], Aufhellung [ART UND POSITION], Hintergrundlicht [JA/NEIN], Hintergrund [FARBE]. Beschrifte jedes Element kurz auf Deutsch. Stil: technische Zeichnung, gut lesbar, keine Perspektive, keine Dekoration. Maßstab und Abstände sollen ungefähr stimmen.

Prüfen: Beschriftungen und Positionen kontrollieren. Bildmodelle setzen Text und Winkel nicht immer exakt um, dann gezielt per Kommentar korrigieren.

C019 SKIZZE ZU BILDIDEE MIT @SKETCH

Einsatz: Wenn du schneller zeichnest als beschreibst.

Tippe im Chat @Sketch und zeichne grob deine Bildidee: Horizontlinie, Position der Person, Lichtrichtung als Pfeil. Prompt dazu: Nutze meine Skizze als Kompositionsvorlage. Erzeuge eine fotorealistische Visualisierung: [MOTIV], [LOCATION], [TAGESZEIT], Brennweitenwirkung wie [BRENNWEITE] an Vollformat, geringe Schärfentiefe, natürliche Farben ohne Filterlook. Halte Bildaufteilung, Horisonthöhe und Lichtrichtung der Skizze genau ein. Format: [SEITENVERHÄLTNIS]. Keine Textelemente, kein Wasserzeichen, keine erkennbaren realen Personen.

Prüfen: Stimmt die Bildaufteilung mit deiner Skizze überein? Wenn nicht: Kommentar direkt auf die Stelle setzen statt neu generieren.

C020

OUTFIT- UND FARBKONZEPT

Einsatz: Für Paar-, Familien- und Business-Shootings.

Du bist Stylistin für Fotoshootings. Location: [LOCATION], Jahreszeit: [JAHRESZEIT], Personen: [ANZAHL, ALTER, ROLLEN], gewünschte Stimmung: [STIMMUNG]. Entwickle zwei Outfit-Konzepte, die zur Umgebung passen und sich untereinander nicht beißen: Farbpalette, Materialien, was vermieden werden sollte (Logos, feine Streifen, Neonfarben). Generiere danach für jedes Konzept eine Bildtafel mit Kleidungsstücken als Flatlay auf neutralem Grund, ohne Personen. Schreibe zu jedem Konzept einen Satz, den ich dem Kunden direkt schicken kann.

Prüfen: Passen die Farben zu Hauttönen und Location? Die Tafel ist eine Orientierung für den Kunden, keine Einkaufsliste.

C021

LOCATION-VARIANTEN AUS EINEM SCOUTINGFOTO

Einsatz: Um zu zeigen, wie ein Ort zu anderer Tageszeit oder Saison wirken könnte.

Ich lade ein Scoutingfoto meiner Location hoch. Erzeuge drei Varianten desselben Ortes mit exakt gleicher Perspektive und gleichem Bildausschnitt: erstens goldene Stunde mit Gegenlicht, zweitens blaue Stunde mit warmem Kunstlicht, drittens [JAHRESZEIT/WETTER]. Verändere nur Licht, Wetter und Vegetation, keine Gebäude, Wege oder Proportionen. Liefere zu jeder Variante einen Satz zur Bildwirkung und einen zur passenden Tageszeit für das echte Shooting.

Prüfen: Das ist eine Stimmungsvorschau. Sonnenstand und tatsächliches Licht am Ort selbst prüfen.

C022

SET- UND REQUISITENPLANUNG

Einsatz: Für Produkt-, Food- und Stillleben-Aufnahmen.

Du bist Set-Designer für [PRODUKT/FOOD]-Fotografie. Produkt: [PRODUKT], Marke wirkt [MARKENGEFÜHL], Verwendung: [SHOP/KAMPAGNE/SOCIAL]. Schlage drei Set-Ideen vor mit Untergrund, Hintergrund, Requisiten (maximal fünf), Lichtrichtung und Kamerawinkel. Generiere danach für die stärkste Idee eine Visualisierung, in der das Produkt nur als neutraler Platzhalter in passender Form erscheint, nicht als echtes Markenprodukt. Nenne zu jeder Idee außerdem, welche Requisiten ich vermutlich schon im Fundus habe und was ich besorgen müsste.

Prüfen: Requisiten auf Beschaffbarkeit und Kosten prüfen, bevor du sie dem Kunden zusagst.

C023

VARIANTEN GEZIelt NACHBESSERN

Einsatz: Wenn ein generiertes Bild fast passt.

Behalte das letzte Bild exakt bei und ändere nur Folgendes: [ÄNDERUNG 1, z. B. LICHT VON LINKS STATT RECHTS], [ÄNDERUNG 2]. Komposition, Personen, Farben, Bildausschnitt und alle anderen Details bleiben unverändert. Wenn eine Änderung nicht ohne Nebenwirkung möglich ist, sag es mir vorher, statt das Bild umzubauen. Beschreibe nach der Bearbeitung in einem Satz, was du geändert hast, damit ich es vergleichen kann.

Prüfen: Gezielt nachbessern spart Kontingent. Kommentare direkt auf dem Bild sind oft noch präziser als Text.

C024

KUNDEN-PRÄSENTATION DES KONZEPTS

Einsatz: Um Moodboard und Plan in eine verständliche Vorstellung zu verpacken.

Du bist Fotograf und präsentierst [KUNDE] das Shooting-Konzept. Schreibe aus Moodboard und Notizen [STICHPUNKTE EINFÜGEN] einen Präsentationstext mit: Leitidee in einem Satz, Bildstimmung, Ablauf, was der Kunde vorbereiten muss, was die Visualisierungen zeigen und was nicht. Ton: begeistert, aber ehrlich. Länge: maximal 250 Wörter. Ergänze einen Satz, der klarstellt, dass die Bilder KI-Visualisierungen sind und das Ergebnis echte Fotografie wird.

04

KAPITEL 4 · AUSWAHL

BILDAUSWAHL & FEEDBACK

ChatGPT sortiert, vergleicht und begründet, du entscheidest. Lade verkleinerte, nummerierte JPEGs hoch, keine Originale.

C025 VORAUSWAHL EINER SERIE

Einsatz: Wenn zwanzig ähnliche Bilder vor dir liegen.

Du bist Bildredakteurin für [VERWENDUNG, z. B. WEBSITE EINES HOTELS]. Ich lade [ANZAHL] nummerierte Bilder hoch. Sortiere in drei Gruppen: stark, brauchbar, aussortieren. Begründe jedes „stark“ in einem Satz mit Bezug auf Licht, Ausdruck, Komposition oder Schärfe. Weise auf Dubletten und Fast-Dubletten hin und wähle jeweils das bessere Bild. Format: Tabelle mit Dateiname, Gruppe, Begründung, danach die drei stärksten Bilder als Kurzliste.

Prüfen: Bei 100 % Ansicht selbst nachprüfen. Feine Unschärfe und geschlossene Augen werden in verkleinerten Bildern leicht übersehen.

C026 DIE EINE AUSWAHL FÜR DEN KUNDEN

Einsatz: Wenn nur wenige Bilder geliefert werden.

Du bist Kurator mit Blick für Bildstrecken. Aus den hochgeladenen Bildern sollen genau [ZAHL] Fotos an [KUNDE] gehen, Verwendung: [ZWECK]. Ziel: [ZIEL, z. B. VIELFALT AN AUSSCHNITTEN UND STIMMUNGEN]. Wähle so aus, dass die Auswahl als Set funktioniert: keine doppelten Aussagen, Wechsel aus Totale, Halbnah und Detail, ein klarer Einstieg. Begründe die Reihenfolge in je einem Satz. Nenne zusätzlich zwei Ersatzkandidaten.

Prüfen: Würdest du jedes dieser Bilder mit deinem Namen veröffentlichen? Wenn nicht, tauschen.

C027 REIHENFOLGE FÜR GALERIE ODER BUCH

Einsatz: Für Online-Galerien, Fotobücher und Portfolios.

Du bist Buchgestalter und Bilddramaturg. Bringe die hochgeladenen Bilder in eine Reihenfolge, die eine Geschichte erzählt: Eröffnung, Aufbau, Höhepunkt, ruhiges Ende. Achte auf Blickrichtungen, Farbwechsel und Rhythmus zwischen Totale und Detail. Verwendung: [GALERIE/FOTOBUCH/PORTFOLIO]. Schlage zusätzlich drei Doppelseiten-Paarungen vor, die besonders gut zusammenwirken. Format: nummerierte Liste mit kurzer Begründung pro Übergang. Wenn ein Bild den Fluss stört, schlage vor, es wegzulassen, und sag warum.

Prüfen: Wirkt die Reihenfolge auch für dich? Dramaturgie ist Geschmack, nimm den Vorschlag als Diskussionsgrundlage.

C028 EHRliches BILDFEEDBACK

Einsatz: Vor Wettbewerben, Ausstellungen oder Portfolio-Updates.

Du bist Jurymitglied bei einem Fotowettbewerb mit Schwerpunkt [KATEGORIE]. Bewerte mein hochgeladenes Bild nach: Bildidee, technische Umsetzung, Gestaltung, Wirkung. Vergib keine Punkte, sondern beschreibe, was eine Jury in den ersten drei Sekunden sehen würde, was überzeugt und was den Ausschlag gegen das Bild geben könnte. Aufnahmedaten: [DATEN]. Zum Schluss: ein konkreter Vorschlag, der die Chancen am stärksten verbessert. Bleib ehrlich, auch wenn es weh tut.

Prüfen: Ausschreibungsbedingungen zur Bildbearbeitung und KI immer im Original lesen.

C029 KONSISTENZ EINER SERIE PRÜFEN

Einsatz: Für Serien, Kampagnen und Teamfotos, die zusammen gezeigt werden.

Du bist Bildredakteur mit Auge für Konsistenz. Prüfe die hochgeladenen Bilder als Serie auf: Farbtemperatur, Helligkeit, Kontrast, Bildausschnitt, Kopfhöhe im Bild, Hintergrund. Verwendung: [Z. B. TEAMSEITE DER WEBSITE]. Nenne alle Bilder, die aus der Reihe fallen, und beschreibe konkret, in welche Richtung sie in der Bearbeitung angepasst werden sollten (z. B. „wärmer, etwas weniger Kontrast“). Format: Tabelle mit Bild, Abweichung, Korrekturrichtung.

Prüfen: Farbangaben an einem kalibrierten Monitor gegenprüfen. Die KI schätzt, sie misst nicht.

C030 KUNDENFAVORITEN VERSTEHEN

Einsatz: Wenn der Kunde andere Bilder wählt als du.

Du bist Berater für Fotografen und neutraler Beobachter. Der Kunde hat diese Bilder gewählt: [NUMMERN], ich hätte diese gewählt: [NUMMERN]. Ich lade beide Gruppen hoch. Analysiere, welche Muster die Kundenauswahl erkennen lässt (Ausdruck, Natürlichkeit, Ausschnitt, Helligkeit, Wirkung der Person), und was ich daraus für künftige Shootings und Vorauswahlen mit ähnlichen Kunden lernen kann. Format: drei Muster, drei Konsequenzen. Formuliere ohne Wertung, wer recht hat.

C031 RETUSCHE-NOTIZEN VORBEREITEN

Einsatz: Bevor du in die Bearbeitung gehst oder sie auslagerst.

Du bist Retuscheur und bereitest Arbeitsanweisungen vor. Analysiere das hochgeladene Bild und erstelle eine Retusche-Liste in drei Stufen: Muss (stört deutlich), Soll (verbessert), Kann (Geschmack). Beziehe dich auf konkrete Bildbereiche wie „linke obere Ecke“ oder „Kragen links“. Halte dich an diesen Stil: [NATÜRLICH/BEAUTY/DOKUMENTARISCH]. Keine Veränderung von Körperformen oder Gesichtszügen ohne ausdrückliche Anweisung. Schätze zu jedem Punkt grob den Aufwand ein: gering, mittel oder hoch.

Prüfen: Positionsangaben sind ungefähr. Prüfe jede Stelle selbst im Bild.

C032 BILD GEGEN BRIEFING PRÜFEN

Einsatz: Vor der Lieferung an Agentur oder Firmenkunden.

Du bist Projektleiter auf Agenturseite und nimmst Lieferungen ab. Hier ist das Briefing: [BRIEFING EINFÜGEN]. Prüfe die hochgeladene Auswahl, ob alle geforderten Motive, Formate und Freiflächen für Text vorhanden sind. Erstelle eine Checkliste mit erfüllt, teilweise, fehlt. Weise auf Bilder hin, bei denen Logos, Kennzeichen oder fremde Personen sichtbar sind, die vor der Lieferung geklärt werden sollten. Schließe mit einer Liste offener Fragen an den Auftraggeber.

Prüfen: Rechtliche Freigaben, etwa für erkennbare Personen, klärst du selbst. Die Liste ist nur ein Hinweis.

05

KAPITEL 5 · TEXTE

TEXTE RUND UMS BILD

Gute Bilder brauchen gute Worte. Diese Prompts liefern Entwürfe, die du mit deinem Wissen und deiner Stimme veredelst.

C033 BILDUNTERSCHRIFT IN DREI TONLAGEN

Einsatz: Für Website, Presse und Social Media.

Du bist Bildredakteur. Schreibe zu meinem hochgeladenen Foto drei Bildunterschriften: erstens sachlich für Presse (wer, was, wo, wann, Fotograf), zweitens erzählend für die Website, drittens kurz und persönlich für Social Media. Fakten: [ORT, DATUM, ANLASS, NAMEN MIT EINWILLIGUNG]. Erfinde keine Fakten, die nicht in meiner Angabe stehen, und beschreibe nur, was im Bild wirklich zu sehen ist. Maximal 40 Wörter pro Variante.

Prüfen: Namen, Orte und Daten exakt gegen deine Angaben prüfen.

C034 ALT-TEXTE FÜR BARRIEREFREIHEIT

Einsatz: Für Website, Shop und Online-Galerie.

Du bist Expertin für digitale Barrierefreiheit. Schreibe für die hochgeladenen Bilder Alt-Texte: Beschreibe, was für das Verständnis der Seite wichtig ist, in maximal 125 Zeichen, ohne „Bild von“ am Anfang, ohne Keyword-Stapel. Kontext der Seite: [SEITENTHEMA], Zielgruppe: [ZIELGRUPPE]. Wenn ein Bild rein dekorativ ist, sag es und schlage ein leeres Alt-Attribut vor. Format: Tabelle mit Dateiname, Alt-Text und Zeichenzahl. Vermeide Wertungen wie „wunderschön“.

Prüfen: Beschreibt der Text, was ein blinder Mensch zum Verständnis der Seite braucht, und nicht nur, was zu sehen ist?

C035 AUSSTELLUNGSTEXT ZUR SERIE

Einsatz: Für Ausstellungen, Wettbewerbe und Projektseiten.

Du bist Kuratorin und schreibst einen Ausstellungstext zur Serie [TITEL]. Hintergrund: [WORUM ES GEHT, WARUM, WO FOTOGRAFIERT, ZEITRAUM]. Schreibe einen Wandtext mit 120 bis 150 Wörtern: Einstieg mit einer Beobachtung statt einer Floskel, Kontext, Haltung, offene Frage an die Betrachter. Vermeide Kunstjargon und Superlative. Liefere zusätzlich eine Kurzfassung mit 40 Wörtern für den Katalog. Schreib in klarer, bildhafter Sprache, die auch ohne Vorwissen verständlich ist.

Prüfen: Klingt der Text beliebig? Dann ergänze einen persönlichen Satz.

C036

BLOGARTIKEL IM CANVAS

Einsatz: Für Shooting-Berichte, Ratgeber und Hintergrundartikel.

Öffne einen Canvas. Du bist Redakteur für einen Fotografie-Blog. Schreibe einen Artikel zum Thema [THEMA] für [ZIELGRUPPE]. Material: [STICHPUNKTE, ABLAUF, BESONDERHEITEN]. Struktur: Einstieg mit konkreter Situation, drei bis vier Zwischenüberschriften, Praxistipp-Kasten, Abschluss mit Handlungsaufforderung. Länge: [WORTANZAHL]. Ton: [TON]. Markiere Stellen, an denen ein Foto stehen sollte, mit [FOTO: BESCHREIBUNG]. Erfinde keine Erlebnisse, die nicht in meinem Material stehen. Zuerst nur die Gliederung, dann warten.

Prüfen: Überarbeite Absatz für Absatz im Canvas. Alles, was du nicht selbst erlebt hast, raus.

C037

SEO-DATEINAMEN UND BILDTITEL

Einsatz: Bevor Bilder auf die Website hochgeladen werden.

Du bist SEO-Spezialist für Fotografen-Websites. Ich lade [ANZAHL] Bilder für die Seite [SEITENTHEMA, z. B. HOCHZEITSFOTOGRAF IN REGION] hoch. Schlage pro Bild vor: Dateiname in Kleinbuchstaben mit Bindestrichen, ohne Umlaute und Sonderzeichen, maximal fünf Wörter; Bildtitel; eine Bildbeschreibung mit ein bis zwei Sätzen. Variiere die Begriffe natürlich, keine identischen Keywords in jedem Bild. Format: Tabelle. Weise auf Bilder mit unklarem Motiv hin.

Prüfen: Beschreiben Dateiname und Text wirklich das jeweilige Bild?

C038

META-BESCHREIBUNG FÜR GALERIESEITEN

Einsatz: Für Portfolio- und Leistungsseiten.

Du bist SEO-Texter für kleine Dienstleister. Schreibe für meine Seite [SEITENNAME] drei Varianten für Title-Tag (maximal 60 Zeichen) und Meta-Beschreibung (maximal 155 Zeichen). Inhalt der Seite: [KURZBESCHREIBUNG], Region: [REGION], Hauptsuchbegriff: [KEYWORD], Zielgruppe: [ZIELGRUPPE]. Die Beschreibung soll einen klaren Nutzen und eine Handlungsaufforderung enthalten. Zähle die Zeichen jeder Variante dazu. Vermeide reine Keyword-Aufzählungen und Superlative. Jede Variante soll einen anderen Nutzen betonen, damit ich vergleichen kann.

Prüfen: Zeichenzahlen selbst nachzählen oder per Datenanalyse prüfen lassen.

C039

ÜBER-MICH-TEXT MIT PROFIL

Einsatz: Für Website, Messeprofil und Pressemappe.

Du bist Texterin für Personal Branding. Schreib meinen Über-mich-Text aus diesen Fakten: [AUSBILDUNG, SCHWERPUNKTE, REGION, HALTUNG, WAS KUNDEN ÜBER MICH SAGEN]. Drei Längen: 50, 120 und 250 Wörter. Ich-Form, warm, ohne Superlative wie „leidenschaftlich“ oder „einzigartig“. Erfinde keine Auszeichnungen, Kunden oder Zahlen. Beginne mit dem, was Kunden bei mir bekommen, nicht mit meinem Werdegang. Markiere Stellen, an denen dir Informationen fehlen, statt sie zu erfinden.

Prüfen: Jede Aussage muss belegbar und wahr sein. Streiche, was du nicht unterschreiben würdest.

C040

TEXT IN ENGLISCH FÜR INTERNATIONALE KUNDEN

Einsatz: Für Portfolio, Wettbewerbe und Agenturen im Ausland.

Du bist zweisprachiger Lektor mit Fachkenntnis in Fotografie. Übertrage diesen Text [TEXT EINFÜGEN] ins [BRITISCHE/AMERIKANISCHE] Englisch. Nicht wörtlich, sondern so, wie eine englischsprachige Fotografin es schreiben würde. Behalte Fachbegriffe korrekt (z. B. „Schärfentiefe“ = depth of field). Liste danach drei Stellen auf, an denen du bewusst frei übersetzt hast, mit Begründung. Halte Länge und Tonfall des Originals möglichst genau ein.

Prüfen: Bei wichtigen Texten zusätzlich von einer Muttersprachlerin gegenlesen lassen.

06

KAPITEL 6 · SOCIAL MEDIA

SOCIAL MEDIA & REELS

Struktur und Rohfassungen für Instagram, Facebook und Co. Den Unterschied machen deine Bilder und deine Stimme, nicht die Menge.

C041 HOOKS FÜR DIE ERSTEN SEKUNDEN

Einsatz: Für Reels und den ersten Satz einer Caption.

Du bist Social-Media-Strategie für Fotografen. Thema meines Beitrags: [THEMA]. Zielgruppe: [ZIELGRUPPE]. Schreibe zehn Hooks für die ersten zwei Sekunden eines Reels oder die erste Zeile einer Caption, je zwei aus diesen Typen: Überraschende Aussage, Frage, häufiger Fehler, Vorher-Nachher, konkrete Zahl aus meinem Material [ZAHLEN]. Maximal zwölf Wörter pro Hook. Keine Clickbait-Versprechen, die der Inhalt nicht hält. Markiere die drei stärksten Hooks und begründe die Wahl kurz.

Prüfen: Zahlen nur verwenden, wenn sie aus deinem eigenen Material stammen.

C042 KARUSSELL-STRUKTUR

Einsatz: Für Lern- und Behind-the-scenes-Beiträge.

Du bist Content-Designer. Plane ein Instagram-Karussell mit [ANZAHL, MAXIMAL 10] Slides zum Thema [THEMA] für [ZIELGRUPPE]. Slide 1: Hook, der neugierig macht. Mittlere Slides: je eine Aussage, maximal 20 Wörter Text, Hinweis welches Foto oder welche Grafik dazu passt. Letzte Slide: Zusammenfassung und eine Handlungsaufforderung (speichern, kommentieren oder teilen). Schreibe danach eine Caption mit 80 bis 120 Wörtern. Schlage zwei alternative Titel für Slide 1 vor.

Prüfen: Passt der Text auf jede Slide, ohne das Bild zu erschlagen? Lieber weniger Wörter.

C043 REEL-SKRIPT MIT SCHNITTPLAN

Einsatz: Für Behind-the-scenes, Vorher-Nachher und Tipps.

Du bist Videoredakteur für kurze Hochformat-Clips. Erstelle ein Skript für ein Reel mit [DAUER] Sekunden zum Thema [THEMA]. Material: [VERFÜGBARE CLIPS UND FOTOS]. Format: Tabelle mit Sekunde, Bild/Clip, Texteinblendung (maximal sechs Wörter), gesprochener Text oder Off-Text, Schnittart. Erste zwei Sekunden: Hook. Letzte Sekunde: klarer Abschluss. Musik nur als Stimmungsbeschreibung, keine konkreten Titel. Schlage zusätzlich einen passenden Titel für das Titelbild des Reels vor, maximal fünf Wörter.

Prüfen: Musik nur aus der lizenzierten Bibliothek der Plattform verwenden.

C044 CONTENT-PLAN FÜR EINEN MONAT

Einsatz: Für einen ruhigen Rhythmus statt Panikposts.

Du bist Content-Planer für Selbstständige mit wenig Zeit. Erstelle einen Posting-Plan für [MONAT] mit [ANZAHL] Beiträgen pro Woche auf [PLATTFORMEN]. Meine Themensäulen: [SÄULE 1], [SÄULE 2], [SÄULE 3]. Berücksichtige wichtige Termine: [TERMINE, AKTIONEN, SAISON]. Format: Tabelle mit Datum, Format (Reel, Karussell, Einzelbild, Story), Thema, Hook-Idee, benötigtes Material. Markiere, welche Beiträge ich gesammelt an einem Tag vorproduzieren kann. Lass pro Woche einen freien Slot für spontane Inhalte.

C045

HASHTAGS SPARSAM UND GEZIelt

Einsatz: Wenn du wenige, aber passende Hashtags willst.

Du bist Social-Media-Berater mit Fokus auf Reichweite in der Nische. Schlage für meinen Beitrag über [THEMA] in [REGION] genau fünf Hashtags vor: zwei sehr spezifische, zwei regionale, einen thematisch breiteren. Erkläre zu jedem in einem Halbsatz, warum er passt. Keine generischen Massen-Hashtags. Weise darauf hin, welche ich vor der Verwendung prüfen sollte, weil sie mehrdeutig oder missbraucht sein könnten. Gib die Tags am Ende als kopierbare Zeile aus.

Prüfen: Jeden Hashtag kurz in der App ansehen: Passen die Beiträge dort zu dir?

C046

EIN SHOOTING, FÜNF BEITRÄGE

Einsatz: Um aus einem Auftrag mehr Inhalt zu machen.

Du bist Content-Strategie. Ich habe ein Shooting zu [THEMA] gemacht, mit Freigabe für Social Media. Entwickle fünf verschiedene Beiträge daraus: Ergebnisbild, Behind-the-scenes, Lerninhalt, Kundenstimme, Detail oder Ausrüstung. Pro Beitrag: Format, Hook, Kernaussage, benötigtes Material. Achte darauf, dass sich die Beiträge nicht wiederholen und über zwei Wochen verteilt werden können. Schlage die beste Reihenfolge vor. Gib zu jedem Beitrag einen Arbeitstitel an.

Prüfen: Hast du die Freigabe des Kunden für alle Beitragsarten, auch für Behind-the-scenes?

C047

CAPTION IN DEINER STIMME

Einsatz: Wenn alle KI-Captions gleich klingen.

Hier sind drei Captions, die ich selbst geschrieben habe: [BEISPIEL 1], [BEISPIEL 2], [BEISPIEL 3]. Analysiere meinen Stil: Satzlänge, Ansprache, Humor, typische Wendungen, Emoji-Einsatz, Umgang mit Fachbegriffen. Schreibe dann eine Caption zu [THEMA DES NEUEN BEITRAGS] in genau diesem Stil, 60 bis 100 Wörter. Vermeide Phrasen wie „Tauche ein“ oder „Magie“, außer ich verwende sie selbst. Erkläre danach in zwei Sätzen, welche Stilmerkmale du bewusst übernommen hast.

Prüfen: Laut lesen. Würdest du das so sagen? Wenn nicht, umschreiben.

C048

KOMMENTARE UND NACHRICHTEN BEANTWORTEN

Einsatz: Für freundliche, schnelle Antworten ohne Floskeln.

Du bist Community-Manager für einen Fotografen, der persönlich und nahbar auftritt. Hier sind [ANZAHL] Kommentare und Nachrichten: [EINFÜGEN]. Schreibe pro Eintrag eine Antwort, maximal zwei Sätze, persönlich und konkret, mit Bezug auf das Gesagte. Bei Preisanfragen: freundlich auf Direktnachricht oder Anfrageformular verweisen. Bei Kritik: sachlich, ohne Rechtfertigung. Bei Spam: markieren statt antworten. Passe die Länge an die Plattform an und gib die Antworten in derselben Reihenfolge aus.

Prüfen: Nichts automatisch senden. Jede Antwort vorher lesen und anpassen.

KUNDENKOMMUNIKATION & VERKAUF

Viele Aufträge entscheiden sich an der ersten Antwort. Gib dabei keine unnötigen Kundendaten ein: Vorname und Anlass reichen meist.

C049 ERSTE ANTWORT AUF EINE ANFRAGE

Einsatz: Für Anfragen per Mail, Formular oder Direktnachricht.

Du bist mein Assistent für Kundenkommunikation. Hier ist die Anfrage: [ANFRAGE EINFÜGEN]. Schreibe eine Antwort, die: sich auf ein konkretes Detail der Anfrage bezieht, kurz erklärt, wie ich arbeite, maximal drei gezielte Rückfragen stellt (Datum, Umfang, Verwendung) und einen nächsten Schritt anbietet (Telefonat oder Termin). Ton: [DU/SIE], warm, professionell. Maximal 150 Wörter. Nenne keine Preise, außer ich gebe sie vor: [PREISRAHMEN ODER „KEINE“].

Prüfen: Preise und Verfügbarkeit nur aus deinen eigenen Unterlagen übernehmen.

C050 ANGEBOT STRUKTURIEREN

Einsatz: Für Firmenkunden und größere Aufträge.

Du bist Berater für kreative Dienstleister. Strukturiere aus meinen Notizen [NOTIZEN EINFÜGEN] ein Angebot mit: Ausgangslage in Kundensprache, Leistungsumfang in drei Paketen (Basis, Empfohlen, Erweitert), Ablauf, Nutzungsrechte, Lieferumfang und Zeitpunkt, Positionen mit Platzhaltern für Preise [PREIS], Gültigkeit, nächste Schritte. Die Preise trage ich selbst ein. Format: gegliederter Text zum Übertragen in meine Vorlage, ohne Fachchinesisch. Weise mich auf Punkte hin, die in meinen Notizen fehlen oder unklar sind.

Prüfen: Nutzungsrechte und Konditionen mit deinen AGB abgleichen.

C051 NACHFASSEN OHNE DRUCK

Einsatz: Wenn ein Angebot seit Tagen unbeantwortet ist.

Du bist Verkaufskoach für Selbstständige. Ich habe [KUNDE] am [DATUM] ein Angebot für [LEISTUNG] geschickt, bisher keine Antwort. Schreibe drei Nachfass-Nachrichten für verschiedene Zeitpunkte: nach einer Woche (freundliche Erinnerung mit Mehrwert, z. B. Tipp zur Vorbereitung), nach zwei Wochen (konkrete Frage), nach vier Wochen (höflicher Abschluss mit offener Tür). Jeweils maximal 80 Wörter, ohne Rabattangebot. Gib jeder Nachricht einen passenden Betreff, der nicht nach Werbung klingt.

Prüfen: Passt der Ton zur bisherigen Kommunikation mit diesem Kunden? Förmlichkeit angleichen.

C052

SCHWIERIGES GESPRÄCH VORBEREITEN

Einsatz: Bei Reklamationen, Preisdiskussionen oder Missverständnissen.

Du bist Konfliktberater mit Erfahrung in kreativen Branchen. Situation: [SACHVERHALT AUS BEIDEN SICHTEN]. Mein Ziel: [ZIEL, z. B. KUNDE BEHALTEN OHNE GRATIS-NACHSHOOTING]. Bereite mich vor: Was ist vermutlich das eigentliche Anliegen des Kunden? Drei Formulierungen für den Gesprächseinstieg. Zwei Kompromissangebote. Meine Grenze und wie ich sie freundlich, aber klar formuliere. Spiele danach den Kunden, und ich übe meine Antworten. Bleib dabei realistisch.

Prüfen: Rechtliche Fragen, etwa zu Verträgen, gehören zu einer Fachperson, nicht in den Chat.

C053

PREIS ERKLÄREN STATT RECHTFERTIGEN

Einsatz: Wenn jemand fragt: „Warum so teuer?“

Du bist Kommunikationstrainer. Ein Interessent hält meinen Preis für [LEISTUNG] für zu hoch. Hilf mir, den Wert zu erklären, ohne mich zu rechtfertigen. Meine Leistung umfasst: [VORBEREITUNG, SHOOTING, AUSWAHL, BEARBEITUNG, NUTZUNGSRECHTE, AUSRÜSTUNG]. Schreibe eine kurze Antwort (maximal 120 Wörter), die den Aufwand sichtbar macht, eine kleinere Alternative anbietet und offen lässt, dass ich nicht für jeden die richtige Wahl bin.

Prüfen: Klingt die Antwort selbstbewusst, ohne abweisend zu sein? Ton anpassen.

C054

VORBEREITUNGS-GUIDE FÜR KUNDEN

Einsatz: Als PDF oder Mail vor jedem Shooting.

Du bist Fotograf und schreibst einen Vorbereitungs-Guide für [SHOOTINGART]. Inhalte: Was anziehen, was vermeiden, Haare und Make-up, was mitbringen, wie der Ablauf aussieht, was nach dem Shooting passiert, Zeitpunkt der Lieferung [LIEFERZEIT]. Ton: entspannt und beruhigend, für Menschen, die vor der Kamera nervös sind. Länge: maximal 400 Wörter, mit Zwischenüberschriften. Schreib im Canvas, damit ich direkt überarbeiten kann. Ende mit einem ermutigenden Satz.

Prüfen: Stimmen Ablauf und Lieferzeit mit deinem tatsächlichen Angebot überein?

C055

BEWERTUNG ERBITTEN

Einsatz: Nach der Bildlieferung, solange die Freude groß ist.

Du bist mein Assistent für Kundenbeziehungen. Schreibe eine kurze Nachricht an [KUNDE], die nach der Lieferung der Bilder um eine Bewertung auf [PLATTFORM] bittet. Elemente: Dank mit Bezug auf ein konkretes Detail des Shootings [DETAIL], eine Bitte ohne Druck, zwei Leitfragen, die das Schreiben erleichtern, Link-Platzhalter [LINK]. Maximal 90 Wörter. Kein Gewinnspiel, kein Rabatt für Bewertungen. Schreibe eine zweite, noch kürzere Variante für eine Nachricht am Handy.

Prüfen: Plattformregeln zu Bewertungsanfragen prüfen. Gegenleistungen für Bewertungen sind oft untersagt.

C056

ABSAGE MIT STIL

Einsatz: Wenn ein Auftrag nicht passt, terminlich oder inhaltlich.

Du bist Kommunikationsberater für Selbstständige. Ich möchte die Anfrage von [KUNDE] für [LEISTUNG] absagen. Grund: [GRUND, z. B. TERMIN BELEGT/PASST NICHT ZU MEINEM SCHWERPUNKT]. Schreibe eine freundliche Absage mit: Dank für das Vertrauen, klarer Absage ohne lange Begründung, wenn passend ein Hinweis auf eine Alternative [KOLLEGE/ANDERER TERMIN], guter Abschluss, der die Tür für später offen lässt. Maximal 80 Wörter. Kein Bedauern, das unecht klingt.

Prüfen: Empfiehlst du Kollegen, frag sie vorher, ob sie Kapazität haben.

BUSINESS & ORGANISATION

Rechnen mit der Datenanalyse, recherchieren mit der Websuche, planen mit Struktur. Bei Zahlen und Recht gilt doppelt: nachprüfen.

C057 PREISKALKULATION MIT DATENANALYSE

Einsatz: Um herauszufinden, was ein Auftrag dich wirklich kostet.

Du bist betriebswirtschaftlicher Berater für Fotografen. Ich lade eine Tabelle mit meinen Fixkosten pro Jahr [DATEI] hoch. Annahmen: [ANZAHL] produktive Tage pro Jahr, gewünschtes Jahreseinkommen [BETRAG], Zeitaufwand pro Auftragsart: [AUFLISTUNG]. Berechne mit der Datenanalyse meinen Mindest-Tagessatz und den Mindestpreis pro Auftragsart. Zeig den Rechenweg, erstelle eine Tabelle und ein Diagramm. Kennzeichne alle Annahmen deutlich. Spiele zusätzlich durch, wie sich der Tagessatz ändert, wenn ich zehn Prozent weniger produktive Tage habe.

Prüfen: Rechenweg nachvollziehen und Steuerfragen mit Steuerberatung klären.

C058 BUCHUNGEN AUSWERTEN

Einsatz: Am Jahresende oder vor der Planung.

Du bist Datenanalyst für kleine Betriebe. Ich lade eine Liste meiner Aufträge hoch (Datum, Auftragsart, Umsatz, Stunden, Herkunft der Anfrage). Werte mit der Datenanalyse aus: Umsatz pro Stunde je Auftragsart, Saisonverlauf pro Monat, beste Kanäle für Anfragen, Anteil Stammkunden. Erstelle zwei Diagramme und fasse die drei wichtigsten Erkenntnisse in Klartext zusammen. Spekuliere nicht über Ursachen, die die Daten nicht zeigen.

Prüfen: Vorher Namen und Kontaktdaten aus der Tabelle entfernen. Für die Auswertung reichen Kürzel.

C059 JAHRESPLANUNG MIT SAISONS

Einsatz: Für einen planbaren Jahresverlauf statt Auf und Ab.

Du bist Unternehmenscoach für Kreative. Erstelle meinen Jahresplan für [JAHR]. Kontext: Hauptgenres [GENRES], starke Monate [MONATE], schwache Monate [MONATE], Ziele [ZIELE], fixe Termine [MESSEN, URLAUB, WORKSHOPS]. Plane pro Monat: Fokus, Marketing-Aktion, Weiterbildung, Admin-Aufgabe. Fülle die schwachen Monate gezielt mit Angeboten, die zur Saison passen. Format: Tabelle mit 12 Zeilen, danach drei Prioritäten fürs erste Quartal. Weise auf Monate hin, die überladen wirken.

Prüfen: Ist genug Luft für Urlaub, Krankheit und Bearbeitungszeit eingeplant?

C060 WORKSHOP-KONZEPT

Einsatz: Für Fotowalks, Kurse und Coachings.

Du bist Didaktik-Experte für praktische Fotoworkshops. Konzipiere einen Workshop zu [THEMA] für [ZIELGRUPPE UND NIVEAU], Dauer [DAUER], maximal [ANZAHL] Teilnehmer, Ort [ORT]. Liefere: Lernziele, Ablauf mit Zeitangaben und Wechsel zwischen Input und Praxis, Übungsaufgaben, Materialliste, Plan B bei Schlechtwetter, Nachbereitung für die Teilnehmer. Öffne dafür einen Canvas, damit wir das Konzept gemeinsam verfeinern. Ergänze eine kurze Ausschreibung mit 80 Wörtern für meine Website.

Prüfen: Ist genug Zeit für Fragen und Bildbesprechung eingeplant? Meist braucht es mehr als gedacht.

C061 CHECKLISTE FÜR WIEDERKEHRENDE ABLÄUFE

Einsatz: Für Datensicherung, Auftragsabwicklung und Lieferung.

Du bist Prozessberater für Einzelunternehmer. Mein Ablauf für [PROZESS, z. B. VOM SHOOTING ZUR LIEFERUNG] sieht derzeit so aus: [BESCHREIBUNG]. Erstelle eine Checkliste mit allen Schritten in der richtigen Reihenfolge, inklusive Datensicherung nach der 3-2-1-Regel, Benennung der Ordner, Rückmeldung an den Kunden und Archivierung. Markiere Schritte, die häufig vergessen werden. Format: Checkliste zum Ausdrucken. Ergänze bei jedem Schritt, wer ihn erledigt und womit, damit ich später Teile delegieren kann.

Prüfen: Teste die Liste beim nächsten Auftrag und ergänze, was gefehlt hat.

C062 RECHERCHE MIT WEBSUCHE UND QUELLEN

Einsatz: Für Förderungen, Messen, Wettbewerbe und Marktinfos.

Nutze die Websuche. Du bist Rechercheur für einen Fotografen in [REGION/LAND]. Finde aktuelle Informationen zu [THEMA, z. B. FÖRDERUNGEN FÜR KLEINUNTERNEHMEN ODER FOTOWETTBEWERBE MIT FRIST BIS DATUM]. Liste pro Treffer: Name, kurze Beschreibung, Frist oder Termin, Bedingungen, direkter Link zur Quelle. Kennzeichne, wenn eine Information älter als zwölf Monate ist oder nicht eindeutig bestätigt werden konnte. Keine Treffer ohne Quelle.

Prüfen: Jeden Link öffnen und Fristen auf der offiziellen Seite prüfen.

C063 MITBEWERBER-ANALYSE

Einsatz: Um die eigene Positionierung zu schärfen.

Nutze die Websuche. Du bist Marketing-Strategin. Analysiere die öffentlich sichtbaren Auftritte von [ANZAHL] Fotografen in [REGION] mit Schwerpunkt [GENRE] (Websites, Angebote, Bildsprache, Ansprache). Fasse zusammen, was alle ähnlich machen, wo es Lücken gibt und wie ich mich mit meinem Profil [STÄRKEN] klar unterscheiden kann. Nenne zu jeder Aussage die Quelle. Keine Abwertung einzelner Kollegen. Format: Tabelle mit Gemeinsamkeiten und Lücken, danach drei Ideen für meine Positionierung.

Prüfen: Gefundene Infos stimmen nicht immer. Prüfe die Quellen und kopiere niemals Texte oder Bilder von anderen.

C064 WOCHENPLANUNG AUS DEM CHAOS

Einsatz: Für Montagmorgen mit zu vielen offenen Punkten.

Du bist Produktivitätscoach. Hier ist meine ungeordnete Liste für diese Woche: [ALLES EINFÜGEN]. Fixe Termine: [TERMINE]. Ordne nach Dringlichkeit und Wichtigkeit, bündle Ähnliches (z. B. alle Mails, alle Bearbeitung), plane Bearbeitungsblöcke in meine produktivsten Zeiten [UHRZEITEN] und lass pro Tag eine Stunde Puffer. Format: Tagesplan Montag bis Freitag, danach eine Liste, was ich diese Woche bewusst liegen lasse. Halte es realistisch.

Prüfen: Ist der Plan ehrlich? Wenn er nur mit Überstunden aufgeht, streiche weiter.

09

KAPITEL 9 · VERANTWORTUNG

GRENZEN, RECHT UND FAIRNESS

ChatGPT ist ein starkes Werkzeug, aber kein Fotograf, kein Jurist und kein Steuerberater. Die folgenden Punkte sind allgemeine Hinweise, keine Rechtsberatung; im Einzelfall gilt das Recht deines Landes, bei Unsicherheit fragst du eine Fachperson.

1 · MENSCHEN AUF FOTOS

Wer erkennbar abgebildet ist, hat Rechte am eigenen Bild. Lade Porträts, Kinderfotos und private Aufnahmen nur hoch, wenn die Einwilligung das abdeckt oder es für deine Arbeit wirklich nötig ist.

2 · URHEBERRECHT

Referenzbilder anderer Fotografen sind Inspiration, keine Vorlage zum Kopieren. Lass dir Lichtaufbau und Wirkung erklären, aber baue nicht eins zu eins fremde Werke nach. Auch generierte Moodboards sollen nicht erkennbar fremde Arbeiten imitieren.

3 · KENNZEICHNUNG

Bei Fotowettbewerben, im Journalismus und in der Werbung gibt es oft eigene Vorgaben zu KI-Bearbeitung und KI-Bildern. Lies die jeweiligen Bedingungen im Original und kennzeichne transparent.

4 · KUNDENDATEN

Sensible Daten wie Adressen, Gesundheitsangaben, Verträge oder vollständige Kundenlisten gehören nicht in ein privates Konto. Arbeite mit Vornamen, Kürzeln und Platzhaltern. Prüfe in den Einstellungen, wie mit deinen Daten umgegangen wird.

— ERGEBNISSE IMMER PRÜFEN

Sprachmodelle formulieren auch Falsches überzeugend. Besonders kritisch sind:

- ☐ Zahlen, Preise und Berechnungen: Rechenweg anzeigen lassen und nachrechnen.
- ☐ Termine, Sonnenzeiten und Fristen: immer an der offiziellen Quelle bestätigen.
- ☐ Rechtliche und steuerliche Aussagen: als Orientierung nehmen, nicht als Antwort.
- ☐ Bildanalysen: Positionen, Farben und Schärfe sind Schätzungen, dein Auge am kalibrierten Monitor entscheidet.
- ☐ Texte über dich: Nichts veröffentlichen, was nicht stimmt oder was du nicht selbst sagen würdest.
- ☐ Visualisierungen: Nie eine KI-Visualisierung als Foto ausliefern und echte Aufnahmen nicht unabgesprochen inhaltlich verfälschen.

10

KAPITEL 10 · AUSBLICK

WIE ES WEITERGEHT

Diese Bibliothek ist Teil der Reihe „KI für Fotografen“ von netpixel.at. Jeder Guide nimmt sich ein Thema vor und geht dort in die Tiefe. Wenn dir die Prompts gefallen, findest du in den anderen Teilen die passenden nächsten Schritte.

— CHATGPT-REIHE

1 · CHATGPT BILD-CODES FÜR FOTOGRAFEN

Kurzbefehle für die Bildbearbeitung mit ChatGPT Images: Licht, Stimmung, Hintergrund, gezielt und reproduzierbar. Frei verfügbar.

3 · DEIN SHOOTING-ASSISTENT IN CHATGPT

Der Projekte-Workflow: Wie du deine wiederkehrenden Angaben, Vorlagen und Dateien einmal ablegst, damit Prompts wie die aus diesem Guide ohne Tipparbeit sitzen.

— CLAUDE-REIHE

4 · CLAUDE PROMPT-BIBLIOTHEK FÜR FOTOGRAFEN

Das Gegenstück für Claude, mit eigenen Schwerpunkten auf Konzeptarbeit, Kundenreise, Dokumenten und interaktiven Artifacts.

5 · BILDKRITIK & PORTFOLIO-REVIEW MIT CLAUDE

Strukturierte Bildbesprechung und Portfolio-Analyse, Schritt für Schritt.

6 · CLAUDE CODE FÜR FOTOGRAFEN

Automatisierung für Bildordner, Metadaten und Exporte, auch ohne Programmierkenntnisse.

DER EINSTIEG

„Claude KI – In der Praxis“ sowie die Top-20-Guides zu Claude Skills, Plugins und Connectors.

SO KOMMST DU ZU DEN GUIDES

Alle Guides findest du auf netpixel.at/ki-guide. Guide 1 ist frei verfügbar, die Guides 2 bis 6 bekommst du gratis mit der Anmeldung zum netpixel-Newsletter.

WIE GEHT ES WEITER?

LASS UNS GEMEINSAM WEITERMACHEN.

Eine Prompt-Bibliothek ist ein guter Start, doch richtig zeitsparend wird sie erst, wenn sie zu deinem Genre, deinen Kunden und deinem Ablauf passt. Im Workshop oder Coaching passen wir die Vorlagen gemeinsam an deine Arbeit an und richten ChatGPT so ein, dass es dich wirklich entlastet.

KI-WORKSHOPS UND COACHINGS

In kleinen Gruppen oder im 1:1-Coaching richten wir KI gemeinsam für deine fotografische Arbeit ein: von der Shootingplanung über Bildbearbeitung bis zur Kundenkommunikation, praxisnah und ohne Technik-Kauderwelsch.

DIE GANZE GUIDE-REIHE

Alle Guides der Reihe, vom Einstieg „Claude KI – In der Praxis“ bis zu den Spezial-Guides für Fotografen, findest du kostenlos auf netpixel.at/ki-guide.

BLEIB AUF DEM LAUFENDEN

Neue Funktionen, Prompt-Ideen und Praxistipps gibt es regelmäßig im netpixel-Newsletter und auf Instagram und Facebook unter netpixel.at.

Über den Autor. Reinhard Loher ist Fotograf, Mediendesigner, Kameramann und Workshopleiter aus Oberösterreich und betreibt die Agentur netpixel.at – photos and more. Er ist offizieller Fujifilm X-Photographer für Österreich, trägt den Titel EP – European Photographer und gibt seit über zehn Jahren Workshops im deutschsprachigen Raum.