

Inhalt

10

Schön, dass du hier bist

Für wen ist das Buch und warum? Für wen ist es nicht?

- Selbstbestimmung kultivieren 11
- Aber was ist mit Geldsorgen? 12
- An wen richtet sich das Buch? 13
- Für wen ist das Buch nicht? 13
- Warum es das Buch gibt 14

16

Was ist ein Portfolio?

Welche Typen gibt es? Wie unterscheiden sie sich?

- Gute Portfolios schaffen Vertrauen 18
- + Das schlechte Portfolio = kein Vertrauen 21
- + Schubladen und wie sie uns helfen, die Welt zu sortieren 21
- + Türöffner Portfolio 22
- Portfolios können ganz unterschiedlich aussehen 23
- + Die Referenzmappe 24 •
- + Die Case Study 26 •
- + Das Exposé 30 •
- Der rechtliche Rattenschwanz – was darfst du zeigen? 32
- + Eigenwerbung erlaubt? 32
- + Werke aus einem Angestelltenverhältnis 33
- + Eine analoge Mappe ist keine Veröffentlichung 33
- Exkurs: Über die wirtschaftliche Grundlage von Kreativen 34
- + Honorare für Kreativleistungen berechnen 34

Alle mit dem Icon • ausgezeichneten Themen zeigen zusätzlich reale Portfolio-Beispiele.

36

Portfolio-Typen

Was für Mappen gibt es? Was passt zu dir und deinem Angebot?

- Digital vs. analog 37
- Linear vs. non-linear 38
- Die analoge Mappe 40
- + Eine wichtige Anforderung: Seiten tauschen 40
- + Mappen ohne Plastik 41
- + Transparente Folien 41
- + Mappen jedes Mal binden lassen? 42
- + Die Formatfrage: David gegen Goliath 43
- + Hoch- oder Querformat? 43
- + Papier 43

- + Gehören Originale in eine Mappe? 44
- + Portfolio-Beispiel für Originale in der Mappe 45 •
- Das digitale Portfolio 46
- + Wertigkeit auch im Digitalen 46
- + Der Standard: PDF 47
- + Gehen auch nur fünf JPGs? 47
- + Digitale Hoch- und Querformate 48
- + Maßstab: Zoom in – Zoom out 48
- + Dateien verschicken 49
- + Persönlich präsentieren auf dem iPad 49
- + Persönlich präsentieren auf einem Laptop 49
- + Für die Bildschirmansicht optimieren 50
- + Individuell zugeschnitten 50
- + Portfolio-Beispiel für ein interaktives PDF 51 •
- Die Portfolio-Website 52
- + Mit eigenem Webespace
- + Ohne eigenen Webespace 55
- + Sieben Tipps für Webportfolios 58 •
- Social-Media-Plattformen 62
- + Sechs Tipps für Social-Media-Portfolios 65 •
- + Vier Beispielstrategien für Instagram 68 •
- Showreels (Bewegt看) 70 •
- Präsentationen und Keynotes 72
- Aussendungen 74 •
- Newsletter 78 •

Konzipieren und gestalten

Wie du in kurzer Zeit ein Portfolio konzipierst, das funktioniert

- Vom großen Ganzen zum Detail zum großen Ganzen 81
- Bauplan: Übersicht über Bausteine 1 bis 6 82
- Das Ziel des Portfolios festlegen 84
- + Brauchst du mehrere Portfolios? 84 •
- + Welchen Mehrwert bietest du an? 84
- + Einen roten Faden spinnen 86
- + Portfolio-Art festlegen 86
- Werke sichten und auswählen 88
- + Eine Checkliste hilft 88
- + Werke auswählen 92
- + Gibt es eine optimale Werk- oder Seitenanzahl? 92

Index

Du suchst etwas Bestimmtes?
Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

Exkurse

Über die wirtschaftliche Grundlage von Kreativen
Seite 34–35

Die Stil-Frage
Seite 94–97

Was macht ein Angebot attraktiv?
Seite 196–197

Wie oft brauchst du neue Kund*innen und Aufträge?
Seite 214–215

80

Baustein 1

Baustein 2

Wie wichtig ist ein einheitlicher Stil bei der Werkauswahl? 92

Exkurs: Die Stil-Frage 94

- + Eine Typologie des Stils 94
- + Mit der Stil-Frage umgehen 95
- + Den eigenen Stil finden? 95
- + Portfolio-Beispiele für Stilistik 96 •

Bildmaterial sichten und auswählen 98

- + Formale Unterschiede 98
- + Bildtypen 98 •
- + Eine Frage des Maßstabs 99

Brauchst du Produktfotos? 100

- + Wie zeigt man Marktfähigkeit? 100
- + PS: Namedropping ist erlaubt 100
- + Beispiel für Marktfähigkeit 96 •
- + Woher bekommst du Produktfotos? 103 •
- + Selbst fotografieren 103
- + Plan B: Mockups 104 •

Die finale Bildselektion 106 •

- + Stärken herauskitzeln 106
- + Abstand gewinnen 106

Die technische Aufbereitung der finalen Bildauswahl 108

- + Bildqualität optimieren 108
- + Tonwertkorrekturen und Gradationskurven 108
- + Ausbluten in den Weißraum vermeiden 108

Das Portfolio gestalten 110 •

- + Die Klammer, die alle Einzelbilder zusammenhält 110
- + Regeln brechen ... Vertrauen schaffen 110

Schrift ist nicht gleich Schrift 112

- + Ein Crashkurs in Portfolio-Typografie 112
- + Schriftsystematik 112
- + Schriftwahl 114
- + Der Charakter der Schrift 114
- + Lesbarkeit 115
- + Schriftgröße 115
- + Schriftmischungen 116
- + Woher bekommst du Schriften? 117
- + Wo findet man gute kostenlose Schriften? 117
- + Schriftformate 118
- + Beispiel für Typografie im Portfolio 119 •

Hoch- und Querformate im Portfolio 120

- + In analogen Mappen 120
 - + PDF auf iPad und Co 123
 - + Online gibt es etwas mehr Freiheit 123
 - + Wie mit der Formatfrage umgehen? 123
- Gestaltungselemente der Einzelseite 124 •
- + Titel und Überschriften 124
 - + Legenden und Bildunterschriften 124
 - + Mengentext 127
 - + Kontaktinformationen 127 •
 - + Ruhm und Ehre 127
 - + Dein Corporate Design 128
 - + Beispiele für den wirksamen Einsatz von Corporate Design 130 •
- Mach mehr aus deinen Layouts 134 •
- Seitentypen ergänzen 138
- + Die Startseite 138
 - + Die Werkübersicht 138
 - + Die About-Seite 138
 - + Kontaktseite 139
 - + News 139
 - + Impressum 139
 - + Portfolio-Beispiele für Start- und Endseiten 140 •

Das Portfolio inszenieren 142

- + Kontrast vs. Konsistenz 142
- + Rhythmus, Baby! 143
- + Der Rhythmus des Layouts 144
- + Der Rhythmus der Bildtypen 144
- + Portfolio-Beispiel für Rhythmus über das Layout 146 •
- + Portfolio-Beispiel für Rhythmus über Bildtypen 148 •
- + Der Rhythmus der Qualität 150
- + Der Rhythmus des Stils 150
- + Konsistenz über Farbe 152
- + Portfolio-Beispiel für Farbkonsistenz 154 •

Jetzt nur noch exportieren 156

- + Vor dem Export ... 156
- + Farbraum-Battle: CMYK oder RGB 156
- + PDF für den Druck erstellen 158
- + PDF für den Bildschirm erstellen 160
- + Bilddaten für Webanwendungen 162

Index

Du suchst etwas Bestimmtes?
Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

Checklisten

Bauplan Portfolio-Gestaltung
Seite 82–83

Portfolio-Ziele festlegen
Seite 88–91

Positionierungs-Checkliste für dein Portfolio
Seite 200–201

Positionierung**Wie du selbstbestimmt deinen Weg gehst**

Die kreative Seele und ihre kreativen Identitäten 165

- + Warum die Unterscheidung? 166
- + Wie funktioniert das? Was brauchst du für den Prozess? 168

Methoden für den kreativen Positionierungsprozess 170

- + Freies Schreiben 170
- + Assoziationen nutzen 171
- + Anders herum 173
- + In Bildern forschen 173
- + Nicht verändern, erforschen! 174
- + Ein Date mit dir selbst 174
- + Hilfe annehmen 175
- + Meditieren und visualisieren 176
- + Apropos: Vertraue deiner Intuition 177
- + Und zu guter Letzt: Nimm dir Zeit 177

Übung: Deine kreative Seele 178

- * Wo kommst du her? 178
- * Wo erkennst du dich wieder? 178
- * Deine Stärken und Talente 179
- * Leitsterne – deine Werte 180
- * Warum bist du auf der Welt – was treibt dich an? 180
- * Deine Vision sichtbar machen 181

Was machst du jetzt damit? 182

Übung: Deine möglichen kreativen Identitäten 184

- * Dein Angebot 184
- * Dein berufliches Wertesystem 185
- * Die nächsten zehn Jahre 185

Deine Marktanalyse 186

- + Wirtschaftliche Aspekte 186
- + Wo geht die Reise hin? 187
- + Du fragst dich, wie du das alles herausfinden sollst? 187

Übung: Lerne deine Märkte kennen 188

- * Deine Zielgruppen 188
- * Wirtschaftliche Fragestellungen 188
- * Zukunftsperspektiven 188
- * Erstelle für deine Traumkund*innen eine Marktanalyse 189
- * Die Wirtschaftlichkeit deiner Traumkunden 189
- * Deine Mitbewerber*innen 189

Das Icon * markiert eine Übung.

Downloads

www.diegutemappe.de
Auf der Webseite warten drei kostenlose Downloads auf dich.

**Bauplan
Portfolio-Gestaltung**
Seite 82–83

**Arbeitsblatt
Deine kreativen
Identitäten**
Seite 192–195

**Arbeitsblatt
Akquisezeitplan**
Seite 210–213

Auch gibt es einen Portfolio-Blog und viele weitere Ressourcen.

Deine kreativen Identitäten auswählen 190

- + Dich und deine Märkte zusammenbringen 190
- + Deine kreative Seele integrieren 191
- + Beispiele für kreative Identitäten 192 •

Exkurs: Was macht ein Angebot attraktiv? 196

Wie viele Portfolios brauchst du? 198

- + Und wie viele Marken? 198
- + Die kreative Person als Personenmarke 199
- + Positionierungs-Checkliste für deine Portfolios 200

Wirksame Akquise**Wie du deine Traumaufträge auch wirklich bekommst**

Akquise für Kreative ist anders 203

- + Klare Ziele formulieren 204
- + Echte Menschen 205
- + Interessierte Kontakte und passgenaue Ziele 206
- + Durchhaltevermögen und Ausdauer 207
- + Nachfragen, abgleichen, lernen 207
- + Dokumentation 208

Ablaufplan: Wie anfangen? 209

- + Beispiele für einen Akquiseplan 192

Exkurs: Wie oft brauchst du neue Kund*innen und Aufträge? 214

Persönlich präsentieren 216

- + Ein Mappentermin auf der Buchmesse 217
- + Pitches und Präsentation vor den Kund*innen 218

Wie gehts weiter?**Ein Blick zurück nach vorn****Franziska Walther****Über die Autorin****Die Kreativen im Buch****Den Mutigen gehört die Welt**

Bildnachweis 230

Index 234

Impressum 240

Index

Du suchst etwas Bestimmtes?
Auf Seite 230–233 findest du einen Index zur Orientierung.

202**220****222****224**