

# Tischlein deck dich!

## CORBIS



1. 2008 – Robert Recker
2. 2006 – Nicoloso
3. 2004 – B. Pepono

Welche Food- oder Beverage-Bilder verkaufen sich bei den Bildagenturen eigentlich am besten? Red Box Food & Drink hat vier Bildagenturen nach ihren Bestsellern aus den vergangenen Jahren gefragt. Lassen Sie sich vom Ergebnis überraschen.

## GETTY



1. 2008 – Tony Anderson
2. 2006 – Fernando Bueno
3. 2004 – Gallo Images-Hein von Horsten



Susanne Zeiningler, Senior Director Sales Getty Images Germany:  
„Einerseits beobachten wir einen klaren Trend zu mehr Authentizität und Echtheit in der Bildsprache und andererseits auch eine verstärkte Nachfrage nach hochwertigem Bildmaterial von regionalen Spezialitäten und Zutaten, das die natürliche Herkunft und Erlesenheit der Produkte illustrieren soll. Die Authentizität wird durch Bildmotive wie den Markt um die Ecke oder durch einfache, aber frisch wirkende Fotografien aus dem Anbauprozess repräsentiert – mit unserer neuen Flickr Kollektion bieten wir unseren Kunden jetzt noch mehr lokale und authentische Inhalte. Alle unsere Kollektionen bieten zudem hunderte von appetitanregenden, stilvollen Food-Fotografien, wie den Schokoladen-Strudel von Fernando Bueno, das bestverkaufte Food-Bild 2006.“

## PITOPIA



## STOCKFOOD



### Ute Jansing, Geschäftsführerin:

Gemüse war im Jahr 2007 bei Pitopia sehr angesagt, ein solches Bild mit der Bild Nr. 111491 „Kürbisse“ von Johannes Cavellus war der Verkaufsschlager. Das Jahr 2008 brachte den Bestseller „Bier“ hervor, ein klares, einfaches und gutes Hintergrundbild - eine Nahaufnahme von der Flüssigkeit mit Schaum: Bild Nr. 278612 „Bier“ von Bernd Jürgens. Aktuell geht der Trend hin zu leuchtend farbenfrohen Bildern mit einer fröhlich positiven Stimmung, bisher verkaufte sich das Bild Nr. 434004 „Citrus“ von Val Thoermer am besten.

1. 2009 - Val Thoermer
2. 2008 - Bernd Jürgens
3. 2007 - Johannes Cavellus

1. 2008 - Oliver Bracht
2. 2006 - Marc O'Finley
3. 2004 - FoodPhotographer Eising

Andrea Wachler, Managing Director und Vertriebsleitung Deutschland:  
„Symbolische plakative Aufnahmen, perfekt fotografiert und in Szene gesetzt, haben in der Food-Fotografie das Zeug zum Bestseller.“