

FREELENS Portal

Untertitel: More than you can print ;-)

Titel der linken Randspalte: Links

Linke Randspalte:

[Fotofinder](#) [1]

Titel des Hauptbereichs: Bilder online Vermarkten

FREELENS stellt seinen Mitgliedern seit Juni 2004 eine Vermarktungsplattform für ihre Fotos im Internet zur Verfügung. Wer die Diskussion darüber verfolgt hat, weiß, dass der Vorstand sich diese Entscheidung nicht leicht gemacht hat. Aber am Ende überwog die Erkenntnis, dass dies auch zu den Kernaufgaben eines Fotografenverbandes gehört.

Die Zeiten, in denen Fotografen allein von ihren Aufträgen existieren konnten, sind lange vorbei. Immer wichtiger wird die so genannte Zweitvermarktung. Wir haben Fotografen schon immer geraten, sich Agenturen bzw. Portalen anzuschließen, um dadurch ein Zusatzeinkommen zu erhalten.

Für diese Zweitvermarktung bieten sich Agenturen und Portale an, deren Profile allerdings höchst unterschiedlich sind. Zu unterscheiden ist zwischen Nachrichtenagenturen, Autorenagenturen, historischen Agenturen, Stockagenturen, Spezialagenturen, Royalty Free Agenturen, Syndication Agenturen, Big Playern wie Corbis und Getty, zahlreichen kleineren Zusammenschlüssen von Fotografen sowie den bestehenden Portalen für die eigenverantwortliche Vermarktung von Fotos.

Die Agentur- und Portalszene mit wenigen Worten zu klassifizieren ist unmöglich. Schon im Januar 1997 haben wir die aufkommende Konzentrierung im Bildermarkt analysiert (FREELENS Magazin #5 - Die Bilderbankiers). Heute stellt sich die Situation noch brutaler dar. Die großen und sehr kapitalkräftigen Agenturen wie Getty und Corbis gehen sehr aggressiv am Markt vor - auch über den Preis. Die jüngste Entwicklung ist die Zusammenarbeit von Reuters und Corbis sowie der Kauf von E-Lance Media durch Getty - und niemand weiß, wo die Reise endet.

Es ist kein Geheimnis, dass es mittelständischen Fotoagenturen in den letzten zwei Jahren nicht besonders rosig ging - einige haben aufgegeben und weitere werden folgen. Viele von euch werden die prekäre Situation an den Salesreports und den verschleppten Auszahlungen bemerkt haben. Die Kosten der Digitalisierung und die Folgen der Konzentration am Bildermarkt wurden häufig unterschätzt. Dazu kommt für viele Agenturen ein weit gravierenderes Problem: Sie bekommen nicht genug neues Fotomaterial, da die Verlage mit ihren BuyOut-Verträgen eine zeitnahe Vermarktung ganz oder teilweise verhindern.

Letztendlich muss jeder selber wissen, für welchen Weg der Vermarktung er sich entscheidet - Hauptsache, er wählt überhaupt einen Weg. Wir helfen gerne bei der Entscheidung, indem wir z.B. die Verträge prüfen und anhand des Fotografenprofils auch Agenturen empfehlen. Wir haben das in der Vergangenheit intensiv gemacht und werden dies auch weiterhin tun. Viele von euch und viele Agenturgeschäftsführer werden das bestätigen.

Klassische Agenturen entscheiden selbst, welche Fotos sie in welcher Form zur Vermarktung akzeptieren. Einige verlangen bereits digitalisiertes und beschriftetes Material, andere scannen die Fotos für ihre Fotografen, teils kostenlos, teils gegen Kostenbeteiligung. Einige Agenturen verlangen Exklusiv-Verträge, andere nicht. Wenn die Konditionen, die auch verhandelbar sein sollten, stimmen, sind solche Agenturen für die, die sich nicht selbst mit der Vermarktung beschäftigen wollen, die richtige Adresse.

Gute Agenturen kennen den Markt, haben gute Verkäufer, stellen Fotografen mit ihren Portfolios bei Zeitschriften vor und arbeiten mit Auslandsagenturen zusammen, was die Vermarktungschancen

erhöht. Außerdem vermitteln einige auch Aufträge. Agenturen bieten den Vorteil, dass sie auch die Nachfrage am Bildermarkt kennen und dies den Fotografen für ihre freien Produktionen mitteilen können. Kurz gesagt: Wer sich persönlich möglichst wenig um Vermarktung kümmern will, wählt eine klassische Agentur und konzentriert sich auf das Fotografieren selbst. Selbstverständlich lassen sich Agenturen diesen Service mit einem Anteil zwischen 40% und 60% der Abdruckhonorare bezahlen. Viele Fotografen fahren sehr gut damit.

Wählt man den Weg der Eigenvermarktung über eine Website oder ein Portal, entfallen viele der oben genannten Pluspunkte, dafür trägt man selber die Kosten der Einrichtung und des Unterhaltes, erhält aber im Gegenzug 100% der Einnahmen. Allerdings muss man sich selbst darum kümmern, z.B. sein Honorar zu erhalten. Dafür entscheidet der Fotograf selbst darüber, wann und welches Fotomaterial er anbietet und wem.

Welche der Vermarktungsmöglichkeiten der Einzelne nun wählt, hängt letztlich von seiner eigenen Persönlichkeitsstruktur ab.

Wir raten denen, die bisher gute Erfahrungen mit Agenturen gemacht haben, unbedingt weiter ihre Vermarktung darüber zu betreiben. Allein eine Aussage wie „100% der Einnahmen für mich“ bedeutet nicht, dass unter dem Strich ein höheres Jahreseinkommen durch eine Selbstvermarktung erzielt werden kann.

Das FREELENS Modell

Wir bieten unseren Mitgliedern die Möglichkeit, ihre Fotos über einen „FREELENS Pool“ im Fotofinder und über das Mediennetzwerk i-picturemaxx (früher APIS) zu vermarkten – also gleichzeitig über diese zwei führenden „Shopsysteme.“ Dazu kommt noch die Möglichkeit der Einbindung der Fotos auf der eigenen Homepage des Fotografen.

FREELENS Mitglieder haben also die Möglichkeit, ihre digitalen Bilddateien selbst zur Nutzung freizugeben. Dafür ist es lediglich erforderlich, mit FREELENS eine Vereinbarung (Vertrag) zu treffen und die Bilder selbst mittels eines FTP-Programms auf einen Server hochzuladen. Nach Freischaltung durch den Fotografen selbst sind die Fotos dann sofort für alle Kunden erreichbar.

Der Fotograf bleibt jederzeit „Chef“ seiner Bilder. Er allein kann entscheiden, wann sie angeboten und wann sie gesperrt bzw. gelöscht werden sollen.

Eine nicht ganz unwichtige Frage: Was kostet der Spaß? Kurz: Pro Foto und Monat nur 3 Cent. Alles weitere findet sich in o.a. Vertrag.

Anfang 2012 nutzten über 370 Mitglieder mit über 160.000 Fotos dieses Angebot.

Hintergrund des Hauptbereichs: ohne Hintergrund

Source URL: <http://www.freelens.com/portal>

Links:

[1] <http://www.fotofinder.net>