

ImagePoint.biz veröffentlicht erstmals Geschäftszahlen

## **Bildermarkt revolutioniert sich online und digital**

Über 50'000 Web-Besucher pro Monat, fast 2000 aktive Fotografen und über 10'000 verkaufte Bilder: Das sind die Kennzahlen der Online-Bildagentur ImagePoint.biz, welche vor gut zwei Jahren als Newcomer ihren rein digitalen online-Bildermarkt startete. „Wir haben in den letzten Monaten den Durchbruch geschafft“, kommentiert der zufriedene Geschäftsführer Felix Brunner die erstmals veröffentlichten Geschäftszahlen. ImagePoint ist ein Startup, welches sich aus eigenen Kräften auf dem deutschsprachigen Markt etablieren konnte – in einem Markt, welcher von kapitalkräftigen, global operierenden Bildagenturen dominiert ist.

Was machte denn ImagePoint anders? Dazu Felix Brunner: „Wir verstehen uns eigentlich als ein Marktplatz: Alle unsere Bilder gehören den Fotografen, welche über [www.imagepoint.biz](http://www.imagepoint.biz) anbieten. Der Fotograf sieht jederzeit online die Klicks und die Verkäufe seiner Bilder. Den Ertrag teilen wir uns mit dem Fotografen – das sind die einzigen Geldströme, die fließen.“ Die Fotografen sind Unternehmer, welche jeweils die Verkäufe scharf beobachten und ständig auf die Nachfrage reagieren.

### **Täglich hunderte neue, frische Bilder**

An manchen Tagen sind es mehrere Hundert neue Bilder, welche freigeschaltet werden. Die Gesamtzahl der angebotenen Bilder ist seit 2001 auf über 172'000 Bilder gewachsen. Von den über 2'000 angemeldeten ImagePoint-Fotografen sind 766 aktiv mit erfolgreichen Bilderverkäufen. Die zehn erfolgreichsten Fotografen erzielen bereits Auszahlungen von mehreren 1000 Franken pro Quartal – was beweist, dass sich mit einem Bild oft mehr verdienen lässt, wenn es günstig verkauft wird – dafür öfters.

Gegründet wurde ImagePoint anfangs 2002 als Aktiengesellschaft von vier Unternehmern, von denen heute Felix Brunner als Geschäftsführer zusammen mit zwei Mitarbeiterinnen das operative Geschäft führt. Das Startup finanzierte sich selber – einerseits durch das Gründungskapital, andererseits dadurch, dass von Beginn weg sämtliche Erträge reinvestiert wurden. In den ersten

beiden Jahren schloss die Rechnung mit Verlusten ab. Das laufende Geschäftsjahr 2004 wird erstmals ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis liefern, bei einem Brutto-Umsatz knapp unter 1 Million CHF (ca. 660'000 EUR). Für das nächste Jahr soll diese Grenze deutlich überschritten werden – pro Quartal wurde bisher jeweils ein Wachstum von 10% bis 50% erzielt.

### **Innovationen statt Investitionen als Motor**

„Heute sind wir froh, dass wir finanziell unabhängig geblieben sind“, kommentiert Felix Brunner. „Auch wenn die Verlockung gross gewesen wäre, mit fremdem Kapital das Wachstum zu beschleunigen.“ Stattdessen ist die Strategie von ImagePoint, die Kunden mit Innovationen zu gewinnen. Die gesamte Software ist eine Eigenentwicklung, welche mit dem Ziel geschaffen wurde, dass jeder Käufer in Selbstbedienung viel schneller und günstiger zu seinem gewünschten Bild kommt als dies traditionell der Fall war. Die erste Neuentwicklung war die Suche nach ähnlichen Bildern: Unter jedem Bild steht in der Einzelansicht ein Link, über den der Käufer ähnliche Bilder findet – mit einer komplexen Suche, welche unter anderem auch Bildinhalte automatisch auswertet. Diese Technik wurde weiterentwickelt in eine Farb-Suche: Hier können sogar mehrere Farben, welche im Bild dominant vorkommen, zusammen mit einem Keyword gesucht werden. Beispielsweise lässt sich so das Bild eines Autos finden, in dem die Farben Rot und Schwarz dominieren. Alle Innovationen bei ImagePoint wurden Benutzer-zentriert entwickelt, also zuerst auf Papier mit potentiellen Benutzern besprochen und anschliessend in jeder Entwicklungsphase getestet. Für die Farb-Suche waren rund 700 ImagePoint-Kunden in den Beta-Test involviert.

Die Innovationen beschränken sich nicht auf die Technik, sondern auch auf das Angebot: ImagePoint verkauft die Bilder zu Pauschalpreisen, also unabhängig von der Auflage und der Anzahl Verwendungen innerhalb des gleichen Zweckes. Zwar ist für erstklassiges Bildmaterial auch heute noch das lizenzbasierte Modell am verbreitetsten, welches auf komplizierten und in der Praxis oft intransparenten Preisen beruht. Warum bietet ImagePoint die Bilder zu Pauschalpreisen an? Dazu Felix Brunner: „Wenn ich ein Auto kaufe, zahle ich auch einen fixen Preis. Der Verkäufer fragt mich nicht, wie viele Kilometer ich damit mache.“ Mit den Pauschalpreisen von 200 CHF/140 EUR für das Druckbild und 28 CHF/20 EUR für das Web- und Präsentationsbild ist ImagePoint eine ausgesprochen preisgünstige Bildquelle. Zusätzlich zu diesem standardisierten Lizenzmodell hat ImagePoint ein Produkt entwickelt, das in dieser Form einmalig ist: Das Buy&Away-Bild, welches uneingeschränkte Nutzungsrechte beinhaltet (auch über mehrere Projekte hinweg) und welches garantiert, dass ab dem Kaufzeitpunkt keine weiteren Verkäufe mehr

stattfinden. Damit kann eine weitgehende Exklusivität und eine Unabhängigkeit bezüglich Verwendung erreicht werden. Der Preis für diese Lizenz – welche ähnlich ist wie früher, wenn der Fotograf die Originalnegative als Zeichen der uneingeschränkten Nutzungsrechte aushändigte – wird vom Fotografen bestimmt und beginnt bei 600 CHF/400 EUR pro Bild.

**Kontakt**

Felix Brunner, Geschäftsführer und Mitinhaber ImagePoint AG

Tel. 0041 1 341 8015

Mail [team@imagepoint.biz](mailto:team@imagepoint.biz)

[www.imagepoint.biz](http://www.imagepoint.biz)