

## Vom Fotografen bis zum Bildkäufer elektronisch

Mit ImagePoint entsteht auf der grünen Wiese eine komplett Internet-basierte Bildagentur. Fotografen können via Web-Interface ihre Bilder auf ImagePoint laden und dort verkaufen lassen. Mit dem neuartigen Konzept – die komfortable Plattform für den Fotografen und der unkomplizierte Online-Verkauf über das Web – erfüllt ImagePoint die neu entstandenen Bilder-Bedürfnisse, beispielsweise durch Webdesigner. Für den Fotografen ist die 50%-Beteiligung am Nettoerlös ein neuer Geschäftszweig, vor allem wenn bereits ein entsprechendes Bildarchiv besteht.

### Zeit ist reif für Digital

Damit die Fotografie wirklich digital wird, braucht es mehr als einen Chip statt dem chemischen Film in der Kamera. Mehrere Faktoren in einer ganzen Kette müssen stimmen. Erst heute sind für eine vollständig digitalisierte Bildagentur alle Faktoren wirklich vorhanden: Professionelle Fotografen beginnen, Aufnahmen digital zu machen und bestehende Bildarchive zu digitalisieren. Der Speicherplatz für einen Server, auf dem Tausende von Bildern gespeichert werden, ist bezahlbar geworden. Die potentiellen Bilderkäufer haben meist schnelle Internet-Anschlüsse – und bevorzugen es, wenn sie Bilder sofort und in elektronischer Form kaufen können. Und zudem ist der Markt der Bilderkäufer gewachsen, da Webdesigner und auch professionelle Präsentations-Ersteller auf aussagekräftiges Bildmaterial angewiesen sind – zwar nicht in höchster Auflösung, aber zu erschwinglichen Preisen.

## **Bilder zu Pauschalpreisen**

Während das traditionelle Lizenzierungssystem für jede Veröffentlichung eines Bildes eine Zahlung verlangt, die dazu abhängig ist von der Auflage und anderen Faktoren, geht ImagePoint den Weg der Pauschalpreise (Royalty Free). Für 200 Franken kann das Bild gekauft und beliebig verwendet werden – mit Ausnahme des Weiterverkaufs. Ein Kunde kann so also ein Bild für seinen Prospekt einkaufen und das gleiche Bild dann in seinen Präsentationen, im Webauftritt und für andere Drucksachen verwenden. Dies ermöglicht gerade für kleinere Unternehmen oder für Grafiker, welche vom Kunden geringe Budgetvorgaben erhalten, auch professionelle Bilder zu kaufen. Zudem ist bei ImagePoint jedes Bild auch in einer auf rund 640x480 Pixel reduzierten Version als Web-Bild für 28 Franken erhältlich. Dieser Bildkauf schliesst allerdings eine Verwendung im professionellen Druck aus – sie beschränkt sich auf Web-Seiten und Präsentationen. In jedem Fall erhält der Fotograf 50% des Nettoumsatzes an seinen verkauften Bildern. Da dank dem Internet ein enorm grosses Potential an Bilderkäufern besteht und ein Bild mehrmals verkauft werden kann, ändern sich die Regeln: Plötzlich ist ein gutes Bild nicht mehr ein individuelles Einzelstück, sondern eine Investition, die mehrmals verkauft wird und so über einen längeren Zeitraum Ertrag bringt.

## **Neues Bild-Produkt: Buy&Away**

Zudem hat der Fotograf die Möglichkeit, sein Bild als Buy&Away anzubieten. Er bestimmt hier einen individuellen Preis – für ein gutes Bild in der Praxis wohl meist über 1000 Franken – zu dem das Bild inklusive aller exklusiven Nutzungsrechte verkauft wird. Dies entspricht der traditionellen Praxis, dass der Fotograf dem Auftraggeber das Negativ mitlieferte oder es zerstören musste. Wenn nun ein Buy&Away-Bild verkauft worden ist, muss der Fotograf sein Originalbild ebenfalls löschen, zerstören oder ausliefern. Ausserdem wird das Bild dann aus der ImagePoint-Datenbank entfernt, nur die bestehenden Verkäufe und damit Nutzungsrechte bleiben bestehen. Das Buy&Away-Bild ist eine neue Produkte-Entwicklung, die während der ImagePoint-Gründungsphase aus der Diskussion mit Fotografen und Experten entstand.

## **Fotografen-Portal ist erste Phase**

Am Anfang einer Bildagentur stehen immer die Bilder. Entsprechend ist das Fotografen-Portal auch jener Teil der ImagePoint-Website, welcher mit höchster Dringlichkeit entwickelt wurde. Seit Mitte Mai ist das Fotografen-Portal unter <http://fotograf.imagepoint.biz> online. Fotografen können dort in Selbstbedienung ihre Bilder aufladen. Dies ist in der Praxis eine Angelegenheit, die viel Zeit braucht – auch ein ADSL-Anschluss ist in Richtung Upload nicht viel schneller als ein Modem-Anschluss. So dauert es pro Bild mehrere Minuten, bis es auf dem Server ist. Bis zu zehn Bilder können gleichzeitig aufgeladen werden – eine Angelegenheit, die dann bereits mehr als eine Kaffeepause dauert. Für Fotografen mit höheren Ansprüchen besteht zudem ein FTP-Zugang. Auf diese Weise kann mit einer FTP-Software beispielsweise über Nacht eine unbegrenzte Anzahl Bilder zu ImagePoint kopiert werden.

Sobald die Bilder auf dem ImagePoint-Server angekommen sind, beschreibt sie der Fotograf: Titel, Aufnahmejahr und -Ort sowie als wichtigstes Element die Schlagwörter. Die Schlagwörter werden nicht nur für die einfache Suche durch die Bildkäufer verwendet, sondern sind auch die Basis für die Kategorien und zudem für eine Suchintelligenz, welche die Gewichtung von Schlagwörtern herausfindet und berücksichtigt. Wenn der Fotograf seine Bilder beschrieben hat, muss ein Administrator aus dem ImagePoint-Team das Bild freigeben. Dies ist aus Gründen der Qualitätssicherung nötig: Zum einen müssen die Bilder technisch und bezüglich Motiv hohen Qualitätsansprüchen genügen. Zum andern können die Beschreibungen und die Schlagwörter nochmals überprüft und wo nötig ergänzt werden. Beispielsweise soll ein Bildkäufer nicht nur Bilder mit Gegenständen – Haus, Baum, Sonne – finden, sondern auch Gefühle und Aktionen: Erfolg, Team, Freude oder Gewinn.

## **Der Benutzer im Mittelpunkt**

Noch vor der Realisierungsphase wurden Fotografen und Grafiker eingeladen, an einer Befragung teilzunehmen. Aus einigen Hundert Antworten auf 17 Fragen konnten so wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, unter anderem für die Preisgestaltung und die gewünschten Bildarten. Bei der Planung der Website wurde das ImagePoint-Projekt von

den Usability-Consultants der Stimmt AG in Uster begleitet, welche die Menüstruktur, die Benutzerinterfaces und die Anordnung von Bedienelementen in allen Phasen überprüften und überwachten. Normalerweise ist Usability – die Benutzerfreundlichkeit – nämlich erst in der letzten Phase eines Internetprojektes ein Thema. Bei ImagePoint aber wäre dies gefährlich gewesen, da Fotografen wesentlich höhere Ansprüche an ein Web-Interface stellen als ein technisch orientiertes Publikum, das ein gewisses Ausprobieren eher in Kauf nimmt. Beispielsweise kommt die gesamte ImagePoint Website ohne Pop-Ups oder sonstige in neuen Fenstern auftauchende Elemente aus.

### **Start des Bildverkaufs im September**

Der Projektplan der neu gegründeten ImagePoint war weitaus schneller als viele vergleichbare Internet-Projekte: Im Januar begann die Planung der Drehbücher und der Seitenlayouts, im März wurden die Webseiten auf Papierkopien bereits in Trockenübungen getestet. Im April begann die technische Umsetzung, und Mitte Mai ist ImagePoint bereits mit dem Fotografen-Portal online und mit den Käufer-Seiten in einem umfangreichen Beta-Test. Am 2. September werden auch die Käufer-Seiten öffentlich geschaltet. Mit einer Werbekampagne wird das Zielpublikum auf die neue Bilderquelle aufmerksam gemacht. Bis dann ist das Ziel, mehrere Tausend Bilder im Archiv zu haben. Ein realistisches Ziel: Bereits vor dem Start hatten verschiedene Fotografen über 3000 Bilder als Starthilfe ImagePoint zur Verfügung gestellt.

**URL:**

<http://www.imagepoint.biz>: Haupt-Seite; aktiv ab 2. September 2002

<http://fotograf.imagepoint.biz>: Fotografen-Portal

**Kontakt:**

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

**Postadresse:**

ImagePoint AG

Ländliweg 26

Postfach 310

CH-5436 Würenlos