

ImagePoint – die Online-Bildagentur

Auf dem Web vom Fotografen zum Bilderkäufer

Vollständig auf dem Internet basiert die Schweizer Bildagentur ImagePoint, welche am 2. September mit über 300 Fotografen und 20'000 Bildern live geschaltet wurde. Mit unkomplizierten, günstigen Bilderpreisen und einem vollkommen webbasierten Verkaufsprozess ist ImagePoint eine neue Alternative für die Bilderbeschaffung für den traditionellen Druck, aber auch für die neuen multimedialen Anwendungszwecke.

Während selbst von kapitalkräftigen Grossfirmen getragene Internet-Portale ihre Tore wieder schliessen, ist die im Februar 2002 gegründete Firma ImagePoint AG mit ihrer Online-Bildagentur anfangs September live gegangen. Trotz der breiten Ernüchterung, die der zerplatzte Traum der New Economy hinterlassen hat, sind die Initianten von ImagePoint AG überzeugt, dass es Platz für nachhaltige Geschäftsmodelle im Internet gibt. Die Geschäftsidee einer Online-Bildagentur ist seit mehreren Jahren herangereift, konnte aber erst mit der heutigen digitalen Fototechnologie sowie den zunehmend verbreiteten Internet-Breitbandanschlüssen realisiert werden. Denn ImagePoint geht konsequent den digitalen Weg: Von Profis digital fotografierte Bilder können im Online-Bildarchiv gesucht und gekauft werden. Das Bild wird ohne Medienbruch digital verarbeitet – beispielsweise als Druckvorlage, als multimediale Präsentation oder für einen Web-Auftritt. Die Vorteile gegenüber konventionell beschafftem Bildmaterial liegen auf der Hand: Der schnelle und unkomplizierte Zugang zum Archiv mit bequemen Suchfunktionen sowie das einfache Weiterverarbeiten der Bilder steigern die Effizienz wesentlich. Zudem sind die Bilder teilweise deutlich günstiger als bei traditionellen Bildagenturen erhältlich. Im Gegensatz zu den branchenüblichen komplizierten Nutzungs- und Preisbestimmungen setzt ImagePoint auf einfache Preismodelle: Die Bilder werden im Royalty Free-System, also zu Pauschalpreisen und je nach Verwendungszweck um ein Mehrfaches günstiger als bei traditionellen Bildagenturen verkauft. Während die traditionelle Bildagentur mit Originalnegativen oder – diapositiven für Spezialanwendungen nach wie vor qualitativ die

bessere Alternative sein wird, so dürften die Bilder von ImagePoint im JPEG-Dateiformat vielfältige Bedürfnisse bis zu anspruchsvollen Druckvorlagen gut abdecken.

Fotografen-Community sorgt für ständig neue Bildideen

ImagePoint setzt auf einen völlig neuartigen Geschäftsablauf. Statt dem eher umständlichen Auswahl- und Verrechnungsverfahren bei traditionellen Bildagenturen läuft der Prozess sowohl beim Fotografen wie auch beim Käufer vollelektronisch und ohne Zeitverzögerung ab. Der Fotograf kann seine Bilder über das Internet uploaden und verschlagworten. Auf diese Weise hat der Fotograf zwar einige Arbeit, aber dafür die volle Kontrolle darüber, wie sein Bildmaterial angeboten wird. Zudem ist die Teilnahme für ihn kostenlos. Dies ist mit ein Grund, dass sich schon in den ersten Monaten über 300 Fotografen mit ihren Bildern bei ImagePoint beteiligt haben. Damit hat ImagePoint eine Fotografen-Community, welche für einen ständigen Zufluss an zusätzlichen aktuellen Bildern sorgt. Denn vor allem bei Personenaufnahmen gehen Gestalter davon aus, dass ein Bild aufgrund neuer Modetrends nach wenigen Jahren veraltet ist. Die Qualitätskontrolle über die Bilder wird einerseits durch ImagePoint selber sichergestellt, indem die Bilder durch einen Administrator freigeschaltet werden, bevor sie für einen Käufer sichtbar sind. Andererseits sorgt ein ausgeklügeltes, eigens entwickeltes Suchsystem dafür, dass qualitativ gute Bilder bei der Bildersuche priorisiert werden – basierend auf dem Kauf und Klickverhalten der anderen Käufer.

Direkt auf der Startseite www.imagepoint.biz kann ein Interessent nach Kategorien oder nach Stichworten in der Bilderdatenbank suchen. Da das Design von ImagePoint in allen Phasen – also bereits beim Prototyping der Seiten – von einem Usability-Team mitgestaltet wurde, ist die Bedienung der Web-Seiten weitgehend intuitiv. Beispielsweise wurde die Login-Prozedur im Kauf-Prozess so weit hinausgeschoben wie möglich, so dass nicht nur das Suchen, sondern auch das Speichern von Bilderselektionen in der ImageBox und sogar das Eröffnen von separaten Unterordnern – Projektboxen – möglich ist. Erst beim Abschluss des Kaufprozesses muss sich der

Benutzer einloggen respektive ein Konto eröffnen. Die Zahlung selber erfolgt per Kreditkarte, so dass der Käufer gleich anschliessend seine Bilder downloaden kann.

Kostengünstige Pauschal-Lizenzen

Jedes Bild kann bei ImagePoint in zwei Standard-Lizenzen gekauft werden: Einerseits als Druck-Bild für 200 Franken. Dieser Preis beinhaltet das Bild in der maximal verfügbaren Auflösung als JPG-Datei, welche mehrmals verwendet werden darf. Einzig der Weiterverkauf ist durch die Lizenz eingeschränkt. In der günstigeren Version als Web-Bild ist der Preis nur 28 Franken. Dafür beträgt die Auflösung nur 640x480 Pixel und die Verwendung beschränkt sich auf Web, Multimedia sowie Powerpoint-Präsentationen ohne professionellen Druck. Viele Fotografen haben Mühe mit der Vorstellung, dass ihr Bild für nur 28 Franken verkauft wird. Dazu Beni Basler, ImagePoint-Gründer und selber Fotograf: „Zuerst war ich auch skeptisch. Aber in zahlreichen Gesprächen stellten wir fest, dass in der Praxis oft Bilder von anderen Web-Seiten geklaut werden, weil das Budget für teure Agentur-Bilder nicht ausreicht.“ ImagePoint hofft nun, mit diesem Preis bei Webdesignern und professionellen Präsentations-Erstellern einen neuen Absatzmarkt zu erschliessen.

Neben den beiden Royalty-Free-Lizenzen für 28 Franken und 200 Franken hat der Fotograf bei jedem Bild die Möglichkeit, einen Buy&Away-Preis zu definieren. Zu diesem Preis kann ein Käufer das Bild mit allen exklusiven Nutzungsrechten kaufen. Bei einem derartigen Kauf wird das Bild aus der ImagePoint-Datenbank gelöscht und der Käufer erhält die gleichen Rechte, wie wenn ihm der Fotograf bei einem traditionellen Auftrag symbolisch die Negative übergibt. Einzig allfällige bereits verkaufte Lizenzen bleiben bestehen. Mit dem Buy&Away-Bild ist es so möglich, für eine Werbekampagne ein Bild exklusiv zu kaufen. Die Erfahrung der letzten Monate zeigt, dass viele Fotografen von dieser Möglichkeit Gebrauch machen und ihr Bild zu einem Preis zwischen 800 und etwa 2000 Franken zum Kauf anbieten.

Nische zwischen den grossen Anbietern

Bemerkenswert ist, dass ImagePoint nicht gegen eine bestehende Konkurrenz ankämpfen, sondern sich in einer Nische zwischen sehr unterschiedlichen Bildanbietern positionieren will. Zum einen sind dies die traditionellen Bildagenturen, welche in der Schweiz meist nach den Preisempfehlungen der SAB (Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Bildagenturen und -Archive) verrechnen. Je nach Verwendungszweck sind die Preise von ImagePoint um ein Mehrfaches günstiger als im traditionellen System. Eher im gleichen Preissegment wie ImagePoint sind die amerikanischen Grossagenturen Corbis und Getty Images, hinter denen mit Bill Gates (Microsoft) respektive Mark H. Getty (Oelgeschäft) grosse Kapitalkraft steckt, um auch Bildarchive aufzukaufen. Getty Images erzielte über das Web im ersten Quartal 2002 einen Umsatz von 82 Mio. US\$. Gegenüber diesen Anbietern unterscheidet sich ImagePoint vor allem durch die über 300 Bilderlieferanten, welche als Fotografen angemeldet sind und so sehr viele Bilder aus dem lokalen geographischen und kulturellen Umfeld anbieten.

Infos: www.imagepoint.biz; Mail team@imagepoint.biz. ImagePoint AG, Ländliweg 26, Postfach 310, CH-5436 Würenlos, Tel. +41 1 341 8015, Fax +41 1 341 80 10.