

PP

03|04

PHOTO PRESSE vom 21. Februar 2014



Fokus Lichttechnik [1]

- + Isarfoto Galerie. Heribert Haus
- + Studiobesuch. Claudia Reiter
- + Modefotografie. Mika Ceron
- + Neustart. Internationale Photoszene Köln
- + Neuheiten. Fujifilm, Olympus, Panasonic

Passion und Profession

Um die Arbeit der Microstock-Fotografen zu verdeutlichen, hat es einen regen Austausch mit ganz unterschiedlichen Fotografen-Typen in verschiedenen Teilen Russlands, in Rumänien und anderen europäischen Ländern gegeben, Informationen, die hier, im dritten Teil unserer Serie, verarbeitet werden. Hobbyfotografen und Profis kommen zu Wort und machen damit deutlich, wer in diesem Geschäft die Millionen und Abermillionen Fotos liefert, die von immer mehr Kunden genutzt werden.



© Gennady Rybalo

Früher waren Aufträge für Fotografen von Zeitschriften Routine. Man konnte Ideen anbieten, den Redakteur überzeugen – schon gab es den Job. Zehn Tage nach Namibia oder Argentinien reisen, die Kosten wurden selbstverständlich erstattet. Und es gab ein angemessenes Honorar für die Aktionen des Fotografen. Heute ist das eine Ausnahme. Grund dafür sind die sinkenden Auflagen. Die Verlage müssen sparen. Microstock lässt sich zwar damit nicht vergleichen, denn die Micro-Fotografen arbeiten nicht im Auftrag. Sie schaffen Bilder nach ihren eigenen Ideen und den Bedürfnissen der Agenturen, die viele Millionen Fotos anbieten. Aber so mancher Fotograf aus der traditionellen Stockfoto-Branche wechselt hin und wieder die Seite – parallel oder ständig. Man bekommt bei der riesigen Auswahl an Fotos jetzt auch auf den Microstock-Websites sehr gute Motive, die Qualität steigt ständig. Die Anzahl der unzähligen Lieferanten für die Microstock-Agenturen ist nicht bekannt. Aber es ist sicher, dass bei den

unendlichen Massen von Bildern, die täglich geliefert und hochgeladen werden, nicht vorwiegend Profis liefern, sondern viele Anfänger, Neugierige und Hobbyfotografen, die sich freuen, wenn irgendwann jemand auch nur ein paar ihrer Bilder nutzt.

Die Hobbyfotografen

Kann eine Kindergärtnerin aus Bukarest wirklich als Fotografin im Nebengeschäft arbeiten und damit Geld verdienen? Lenuta Marinescu verdient ihren Lebensunterhalt mit ihrem Job in der Kita, aber nebenbei arbeitet sie als Fotografin, exklusiv für Dreamstime. Sie verdient mit diesem Hobby nicht genug, um ihr Gehalt wirklich aufzubessern, sagt sie ganz offen. „Als ein Beispiel“, so Lenuta, „in den zwei Jahren, in denen ich an Dreamstime geliefert habe, hatte ich einen Gewinn von 314 Dollar. Ich weiß, das ist sehr wenig, aber so ist es eben.“ Die Bilder werden für ein paar Cent oder ein paar Dollar verkauft. Lenuta ist der Meinung, dass man sich als Anfänger erstmal die FAQs der Agenturen ansehen sollte, um einen Überblick zu bekommen, was die Voraussetzungen für den Lieferanten bei einer Agentur sind. Bei Dreamstime ist das gut zu verstehen: www.dreamstime.com/faq. „Es ist zwar sehr anstrengend, aber wenn man eine Passion hat, dann ist nichts zu schwer. In den zwei Jahren hatte ich hundert Verkäufe.“ Lenuta ist jeden Tag sehr eifrig auf Facebook damit beschäftigt, ihre Fotos anzubieten, Kunden zu suchen, Kommentare abzugeben – wenn die Kinder im Hort schlafen, morgens vor der Arbeit und abends, wenn sie nach Hause kommt. Auch wenn es nicht viel einbringt – eigentlich sei es Zeitverschwendung – sie liebt es trotzdem. Ihre Fotos kann man sich hier ansehen: www.dreamstime.com/lenutaidi_info.

Der russische Fotograf Gennady Rybalo, der erst seit acht Monaten Bilder an Microstock-Agenturen liefert, ist auf ähnliche Art aktiv im Bildergeschäft. Dreamstime, Shutterstock, Fotolia und andere Micro-Agenturen vertreiben seine Natur- und Vögel-Bilder. Aber große Verkäufe hat es bisher nicht gegeben. Ihm geht es zurzeit nicht so sehr um das Geldverdienen, er möchte erst einmal den ganzen Produktionsprozess erlernen, um seine Bildqualität zu steigern. Auch für ihn ist die Fotografie ein Hobby, und er weiß, dass man mit harter Konkurrenz zu kämpfen hat. Aber die Leidenschaft für die Fotografie und mit ihr ein bisschen Geld zu verdienen, treibt ihn an. Hier kann man sich seine Fotos anschauen: <http://rybalov77.ya.ru/>. Gennady spricht offen darüber, welche Anzahl von Bildern die Agentur, an die er liefert, verkauft. Hier ein paar Beispiele: Shutterstock: 64



Shannon Fagan



Lenuta Marinescu



Gennady Rybalo



Robert Kneschke



© Shannon Fagan | © Rene Pirker, NYC Sky View | © Robert Kneschke

Bilder hochgeladen, 17 verkauft; Dreamstime: 111 Bilder hochgeladen, vier verkauft; Fotolia: 18 Bilder hochgeladen, eins verkauft. Er hat es auch schon bei anderen Agenturen versucht, deren Namen er nicht nennen will, aber das hat überhaupt nichts gebracht. Er macht weiter, mit der Erfahrung, dass man Natur- und Tierbilder in dieser Branche schlecht verkaufen kann, er wird nach anderen Themen suchen.

Rene Pirker, ein Student aus Österreich, der bei PP schon einmal zur Sprache kam, gab ein paar neue Zahlen für seine Microstock-Serie zum Vergleich an. Er hat inzwischen seine Bilder auch bei den Agenturen Depositphotos und 123RF hochgeladen, bei Depositphotos hat er inzwischen ganze drei Bilder verkauft. Seit einem Jahr ist er bei Shutterstock, iStock, Fotolia und Dreamstime aktiv. Den größten Erfolg hat er bei Shutterstock, mehrmals täglich Aufrufe seiner Bilder und 60 bis 80 Verkäufe im Monat. Und das bei der geringen Anzahl von nur 89 Motiven. Das liegt natürlich an den hochklassigen Bildern, die Rene produziert. Sein Bestseller ist eine Luftaufnahme von Manhattan, die er von einem Hubschrauber aus fotografiert hat. Von den 200.000 Bildern mit dem Suchbegriff New York gehört sein Foto zu den 25 beliebtesten, sagt er. Die Anzahl der Verkäufe bei Shutterstock hat ihn sehr überrascht und seine Erwartungen weit übertroffen. Rene bleibt während des Studiums nicht viel Zeit, um sich richtig um Fotoproduktionen zu kümmern. Er hat sich jedoch vorgenommen, nach seinem Abschluss ein halbes Jahr lang nur zu fotografieren, um seine Verkäufe zu steigern.

Die Profis

Es gibt auch Profis, die mit großem Aufwand und hohen Kosten Bilder für die Microstock-Agenturen produzieren. Der erfolgreiche US-Fotograf Shannon Fagan betreibt seit zwei Jahren ein neues Geschäft in Peking. Früher sehr erfolgreich in der Macrostock-Branche als Stockfotograf tätig, produziert er jetzt mit einem chinesischen Team Lifestyle-Bilder für alle Agenturtypen, Macro- und Microstock. Was er dort macht, unterscheidet sich sehr von seinem Geschäft in den USA. „Mit Microstock verdienen wir aber nicht mehr als im traditionellen Markt“, so Shannon. Natürlich vergleichen sie das Einkommen aller Verkäufe ihrer Produktionen und stellen zurzeit fest, dass mit Microstock schwer Geld zu verdienen ist, wenn man die Produktionskosten dazurechnet. Obwohl die Kosten in China viel geringer sind als bei uns im Westen. Das Problem besteht nicht nur bei Microstock, auch die Premium-Agenturen machen es heute schwer, Geld zu verdienen. Gibt es denn Unterschiede bei den Agenturen, was den Umsatz betrifft? „Shutterstock-Verkäufe sind für uns dreimal höher im Vergleich mit anderen Microstock-Agenturen.“ Grund dafür sei das Subscriptions-Angebot von Shutterstock, also für einen festen Betrag eine große Anzahl Bilder

nutzen zu dürfen. Ein einziges Verkaufsmodell, meint Shannon, reicht im Durchschnitt nicht mehr aus, genügend Geld zu verdienen, um sich damit auf die Veränderungen in der Zukunft einzustellen.

Wie sieht denn die Zukunft der Branche in drei Jahren aus, Shannon? „Darüber denke ich ständig nach, gerade weil ich mein Geschäft in China betreibe. Wenn ich dieses Geschäft analysiere, dann komme ich zu dem Schluss, das es in den nächsten drei Jahren weiter abwärts geht.“ Schon seit einiger Zeit, meint er, gibt es weniger professionelle Fotografen, die im Stockfoto-Geschäft arbeiten, und das setzt sich fort. Er sieht auch, dass man für immer weniger Einkommen immer härter arbeiten muss. Und die Honorare? Werden in Zukunft die Preise steigen? Shannon und sein Team haben im vergangenen Jahr ständig Anfragen nach preisgünstigen Fotos bekommen, 15 bis 30 % Nachlass mussten sie ihren Kunden geben. Der Trend für immer billigere Bilder ist da. Wer wird den Kampf gewinnen: Macro- oder Microstock? „Als Geschäftsmann und Investor in der Bilderindustrie“, so Shannon, „glaube ich nicht, dass Microstock der Gewinner sein wird.“ Er ist überzeugt davon, dass die Kunden in den kommenden Jahren weiterhin ein große Auswahl unterschiedlicher Qualitäten und Preisangebote brauchen werden.

Noch jemand kommt hier zu Wort, der selbst sein Geld als Fotograf mit Microstock (und ein wenig Macrostock) verdient und einer der klügsten Marktbeobachter der Bilderbranche ist, zudem der eifrigste Blogger der deutschen Szene: Robert Kneschke. Er war gern bereit, Fragen zum Geschäft zu beantworten. An die klassischen Agenturen hat er bisher nicht einmal 2000 Bilder geliefert, während die Microstocker schon 10.000 seiner Motive vertreiben. Die größten Umsätze hat er bei Fotolia und Shutterstock. Außerdem beliefert er Dreamstime, 123RF, Panthermedia, Zoonar, Adpic, Bigstock, Veer, Pond5, Clipdealer und „einige andere kleinere Agenturen“. Wie hoch ist sein finanzieller Aufwand dafür? Models, Ausrüstung, Arbeitszeit? „Ich arbeite Vollzeit als Fotoproduzent für Bildagenturen. Einige Tausend Euro pro Monat investiere ich schon in Models, Ausrüstung, Requisiten und so weiter“, so Robert. Was würde er einem Fotografen raten, der nicht weiß, in welche Richtung er gehen soll, Micro- oder Macrostock? „Das mag jetzt hart klingen“, meint er, „aber ich glaube, ein Fotograf, der keinen Ehrgeiz hat, wird im Bildermarkt momentan kaum bestehen.“ Der Fotograf müsse in sich gehen, um zu entscheiden. Und die zukünftige Entwicklung der Branche, wie sieht Robert sie? Auch er hofft, dass sich die Honorare für Fotos langsam wieder nach oben bewegen werden, „aber ich weiß es nicht.“

Klaus Plaumann