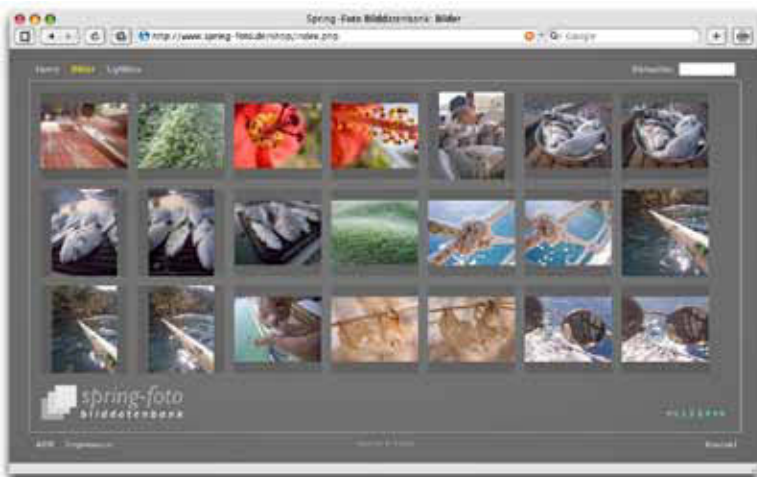


# REPORT

## WIRTSCHAFTLICHKEIT = KREATIVITÄT x STRATEGIE

### VALUE!CIRCLE

Das Web krepelt eine ehemals handwerklich geprägte Disziplin nach der anderen um. Das wirtschaftliche Überleben bedingt nicht nur Kreativität, sondern auch eine gute, individuelle Strategie. Ein Bremer Profifotograf profitierte von einem Strategiekreis.



Flanieren im Bilderwald der Fotografen mit Pixtacy-Shop

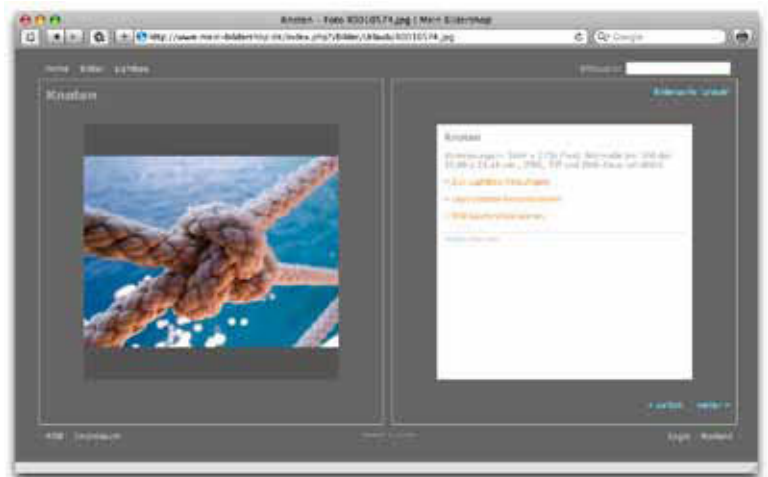


Bild-Details und Bildfunktionen im Pixtacy-Shop

**A**ndreas Caspari musste etwas ändern, um besser als freischaffender Profifotograf leben zu können. Einst fand er seinen Einstieg in die künstlerische Fotografie über die Technik. Nun wandelte er auf verschlungenen Pfaden und per WWW in Richtung Erfolg – mit Unterstützung durch einen Strategiekreis, der auch für Kreative geeignet ist. Der Startschuss zur allgegenwärtigen Bilderflut fiel endgültig, als die Nokias dieser Welt aus jedem Mobiltelefonierer einen (potenziellen) Digitalfotografen oder Fotoreporter machten. Das Internet ist für diese Digitalbildermacher die Vermarktungsplattform. Das freut Bildagenturen. Sie nutzen diese Situation, um Fotomaterial an einem Ende der Welt einzusammeln, um es am anderen Ende zu verhökern – und davon ordentlich zu profitieren. Auf der Strecke bleibt das gute Kunden-Lieferanten-Verhältnis, das Fotografen sich zu ihren Auftraggebern aus Industrie und Werbung aufgebaut hatten. Und vermutlich wird auch die künstlerische Fotografie von diesem »Web-Effekt« nicht unbeeinflusst bleiben. Und doch bleibt für gewerbliche, freiberufliche und künstlerisch Bildschaffende die Notwendigkeit, ihren Aufwand zu amortisieren.

#### FLUCH ODER SEGEN

Der Quereinsteiger Caspari hatte sich vom Techniker immer mehr zum künstlerischen Fotografen gewandelt – gestützt von einem wirtschaftlichen Standbein, der Industriefotogra-

fie. Doch gerade in diesem Bereich reduzierte sich die Nachfrage schleichend, weil sich Auftraggeber mehr und mehr an meist günstigeren Web-Vorräten bedienten. Nun grübelte er über die Herausforderung, wie ihn bildinteressierte Auftraggeber im Web finden und ihn am besten sofort beauftragen könnten. Im gleichen Zug wollte er die Aufgabe lösen, eigene Bilder zu vermarkten – ohne den größten Teil des Erlöses an Plattformbereitsteller abzutreten.

#### SOFTWAREENTWICKLUNG UND FOTOGRAFIE

Der Zufall spülte dem Sinnierenden die Lösung buchstäblich ins Haus. Der neue Nachbar in der Bremer Villa, Virthos Systems, hatte sich erste Spuren mit einem einfach zu bedienenden Content-Management-System verdient. Als bald entwickelten beide aus der vorhandenen Lösung ein Shop-System für Fotografen, das denen die Vermarktung eigener Bilddatenbestände erleichtern sollte. Pixtacy ist die Symbiose aus einem Content-Management-, einem Shop-System und einer Bildergalerie für das WWW. Diese Lösung ermöglicht Fotografen eigene Bilddatenbestände zahlenden Auftraggebern rund um die Uhr anzubieten. Zusätzlich können Bilddaten für spezielle Kunden(-Gruppen) sichtbar gemacht sowie Zugriffsrechte für den Download von Feindaten vergeben werden. Zu guter Letzt bietet das System die Chance, eigenes Bildmaterial im Web-Shop direkt zu vermarkten –

ohne Gebühren.

Die Entwicklung der ersten Pixtacy-Version fiel dem kleinen Team aus Kreativen und Entwicklern leicht. Und in den ersten Monaten fand man im WWW schnell fotografische Jünger, die die Betaphase der Software begleiteten. Nach sechs Monaten stand der Stapelauf von Pixtacy 1.0 an.

#### SYSTEMISCHE HINDERNISSE UND ERFOLGSFAKTOREN

Die nächste Hürde war die Selbstvermarktung. Sie war zur doppelten Herausforderung geworden – für den Fotografen selbst als auch für das neue Softwareprojekt. Die eine Seite der Medaille ist, an die ersten hundert Kunden zu kommen. Kontinuierliches Wachstum zu erzeugen und dauerhafte Aufmerksamkeit im WWW, ist die andere.

Ob nun für Fotografie als gewerbliche oder künstlerische Leistung oder für Software, vor dem wirtschaftlichen Erfolg geht es um



Intuitive Benutzeroberfläche zum Einrichten von Web-Sites im Pixtacy-System

die immerwährend gleiche Herausforderung: Werbung. Das heißt Nutzen bieten, bekannt machen, Nachfrage erzeugen und Auftragseingänge generieren. Für Web-Marketing-Agenturen war noch kein Budget vorhanden. Also suchten sich Fotograf und Software-Entwickler ein geeignetes Forum und Hilfe zur Selbsthilfe: in einem Strategiekreis für Unternehmen in der Kreativ-, Kommunikations- und Medienproduktions-Branche. Diese Value!Circle sind vertrauliche, wettbewerbsfreie Kreise für Menschen aus der Kreativ-, Kommunikations- und Medienproduktions-Wirtschaft, die ihre Herausforderungen aktiv angehen. Hier treffen sich halbjährlich Freiberufler, Web- und Grafik-Designer, Werbe- und Produktions-Agenturen, Druckereien, Verlage sowie Verantwortliche bei Auftraggebern. Dort präsentierte der Bremer Fotograf das Kooperationsprojekt – und ließ sich unterstützen.

### AKTION UND UNTERSTÜTZUNG

Als sich die Nebel des Brainstormings gelichtet hatten, wurde der strategische rote Faden deutlich – aus dem Konsens mannigfaltiger Ideen für Zusatzfunktionen, die etwaige Engpässe von Anwendern bedienen. In den ein- einhalb Stunden zu seinem Thema, handelte sein Value!Circle die technisch, funktionalen Details ab, um über die Nutzenargumentation das werblich sichtbar zu machende Wertemodell des Konzepts zu formulieren. Caspari kehrte zurück – aufgeladen mit Ideen, Impulsen, Umsetzungshilfen und der Fotodokumentation vollgepinnter Metaplanwände. Sie enthielt etwaige Zusatzleistungen, die das Konzept marktkonform aufwerten würden, Optionen für Geschäfts- und Lizenzmodelle sowie eine kurze Zielgruppen-Einschätzung, Claims, Slogans, eine Produkt-/Werte-Pyramide sowie die Aufgaben für Web-Site-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung.

### KOOPERATION UND UMSETZUNG

„Ohne die Teilnahme am Value!Circle und diese vergleichsweise geringe Investition, wären wir erst viel später auf die Idee gekommen, die Verschlagwortung von Fotos an externe Dienstleister zu delegieren“, gestand das Pixtacy-Team ein. „Nach der Value!Circle-Teilnahme haben wir unsere Prioritäten neu geordnet und die Aufgabenliste ergänzt.“ So werden Pixtacy-Anwender in den Genuss von Schnittstellen und einer übergreifenden Vermarktungsplattform für Fotografen kommen. Dort werden Pixtacy-Nutzer ihr Angebot zukünftig auf der gemeinsamen Plattform »pixtacy.net« präsentieren können – und so noch leichter im Web gefunden.



Die Web-Site Andreas Caspari nutzt Pixtacy für den Kundenzugang

Auf Lösungs- und Kooperations-Suche begaben sich die Pixtacy-Erfinder, um einen essentiellen Engpass angehender selbstvermarktender Fotoartisten zu beseitigen – eine der grundsätzlichen Herausforderungen der Digitalfotografie: Bilder können nur gefunden werden, wenn sie verschlagwortet sind. Was ein Foto darstellt, kann noch keine Software erkennen. Dass der Fotograf selbst hunderte Bilder verschlagwortet, erscheint in vielen Fällen ineffizient. Bei der Partnersuche stieß man auf einen Dienstleister, der genau diesen Bedarf erfüllt. Ein Düsseldorfer Startup schuf eine Plattform, die abertausende von Mini- und Micro-Aufgaben digital per Web verteilt. Anfänglich für banale Adressprüfung eingesetzt, ist diese Form der Job-Verteilung auch für die Foto-Verschlagwortung nutzbar. Bitworxx-Chef Dr. Markus Müller: „Wir bieten zwei Arten bildbezogener Dienstleistungen. BitTag für die Verschlagwortung von Bildinhalten für Fotografen. Und BitFoto für die Bild-Prüfung auf zweifelhafte oder verbotene Inhalte. Zum Beispiel für Redaktionen.“

### FOTOGRAFEN UND WELTWEITES WEB

Aus dem Bedarf eines einzelnen Bremer Fotografen wuchs mit Pixtacy eine Lösung, die Fotografen mit wenigen Schritten den Weg ins Web ebnet: Web-affine Selbstersteller starten die Demo- und Installations-Routine von der Pixtacy-Web-Site. Neulinge beauftragen die Pixtacy-Entwickler von Virthos in Bremen, sie ins Web zu bringen. Ganz Bequeme werden zukünftig in Komplettlösungen investieren mit automatischen Schnittstellen für die Bildverschlagwortung oder die Veröffentlichung auf einer Suchplattform für den direkten Kontakt zu Fotografen. Mit einem kostengünstigen Shop-System ist der eigene Auftritt schnell realisiert. Für die Vermarktung sorgt jeder selbst oder profitiert von der gemeinschaftlichen Plattform der Shop-Betreiber. Und schon ist man wirtschaftlich im Web unterwegs. Die Beleuchtung der Idee in einem disziplinübergreifenden Strategiekreis verbessert die Erfolgchancen. Alle weiterführenden Links zu diesem Beitrag finden Sie unter: [www.value-netzwerk.info/584](http://www.value-netzwerk.info/584)

## SONDERAKTION

Strategische Herausforderungen? Vorteilsangebot für ProfiFoto-Leser!

In einem Value!Circle ist gut aufgehoben, wer strategische und unternehmerische Herausforderungen aktiv angehen möchte. Die auf Kommunikation und Medienproduktion fokussierten wettbewerbsfreien, interdisziplinären Kreise unterstützen auch Freiberufler.

Die nächsten Value!Circle-Termine:

- 16.-17. April 2010, Northeim (Göttingen)
- 23.-24. April 2010, Düsseldorf
- 04.-05. Juni 2010, Worpswede (Bremen)

Lesern von ProfiFoto bietet sich bis Ende April eine besonders günstige Gelegenheit, die Teilnahmegebühr um 50 % zu reduzieren – auf 283 Euro für Freiberufler und 565 Euro für Unternehmen. Mehr Details unter: [www.value-netzwerk.info/570](http://www.value-netzwerk.info/570)