

CLOUD-DIENSTE FÜR PROFIFOTOGRAFEN

Fotos teilen und vermarkten – auf der eigenen Website nicht gerade ein leichtes Unterfangen. Wir stellen vier Cloud-Services vor, die Fotografen den Business-Alltag erleichtern.

TEXT MARIUS VON DER FORST

Als Fotograf hat man eines ganz sicher nicht: Zeit. Immerhin macht man seinen Job ja am liebsten, wenn man hinter der Kamera steht und mit Menschen arbeitet. Archiv, Backups, Buchhaltung, Marketing und Organisation werden da schnell zur mühsamen Pflicht. An solchen Arbeiten kommt bekanntlich kein erfolgreicher Profi vorbei.

Auch das Teilen und Ausliefern der Fotos, das Besprechen einer Auswahl mit den Kunden und das Verkaufen von Foto-Produkten sind Aufgaben, die gut gemanagt werden wollen, wenn sie nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen sollen. Glücklicherweise gibt es eine Reihe von praktische Online-Anwendungen, mit denen sich der Alltag im Fotobusiness erleichtern lässt. Auf den folgenden Seiten stellen wir die vier wichtigsten Cloud-Services für Profifotografen vor. Nicht jeder braucht alle vier Lösungen, aber garantiert ist hier auch eine Anwendung dabei, mit der sich eine bestimmte Aufgabe in Ihrem Job fortan schneller und reibungsloser erledigen lässt.

Eine der bekanntesten Online-Vermarktungsplattformen ist Fotografie.de aus

Berlin. Hinter dem inzwischen in vier europäischen Ländern aktiven Service stehen die beiden Geschäftsführer Markus Posselt und Marco Beinbrech mit ihrem gut 30-köpfigen Team. „Aus eigener Erfahrung und aus Gesprächen mit vielen Profifotografen haben wir schnell erkannt, dass die Vermarktung der Fotos für uns Kreative eine der größten Herausforderungen darstellt“, erinnert sich Posselt an die Anfänge und Beweggründe hinter dem 2010 in Karlsruhe gegründeten Start-up.

Davon profitieren heute vor allem Kindergarten- und Schulfotografen, zu deren Job der nicht selten nervtötende und zeitraubende Mappenverkauf zählt. Aber auch Porträt- und Corporate-Fotografen bietet die Plattform viele Vorteile. „Für uns war klar: Wir müssen die Fotografie wieder zeitgemäß und einfach machen“, sagt Posselt. „Mit unserem technischen Hintergrund in der Softwareentwicklung hat unser Online-shop-System schnell Formen angenommen.“

Fotos verkaufen kann man zwar auch mit diversen E-Commerce-Erweiterungen für WordPress und Joomla. Oder über diverse Verkaufsplattformen wie Stockfotoanbieter.

Der Vorteil bei speziellen Cloud-Services für Fotografen ist, dass diese sich in der Regel perfekt in die eigene Website integrieren lassen und einem im Hintergrund dann viel Organisation (Auftragsannahme, Abrechnung, Rechtliches etc.) abnehmen. Das Ganze funktioniert im Idealfall zu reibungslos, sodass der Kunde gar nicht merkt, dass es nicht der Fotograf selbst ist, der sich um die Abwicklung kümmert.

Doch es muss nicht immer gleich ein Webshop sein. Auch Cloud-Services, mit denen sich Daten übermitteln lassen, sind praktisch. Es wirkt weit professioneller, wenn man als Corporate- oder Hochzeitsfotograf seinen Kunden die Bilder in einem gesicherten Bereich der eigenen Website präsentieren kann – anstatt auf sicherheitstechnisch fragwürdige Allerwelt-Tools wie WeTransfer, Dropbox oder Flickr zurückzugreifen. Anwendungen wie PicDrop bieten darüber hinaus eine Reihe von speziell für Fotografen relevanten Funktionen.

Zeit und Geld sparen

Bleibt natürlich die Frage, ob es sich im Einzelfall tatsächlich lohnt, Geld für kostenpflichtige Cloud-Services auszugeben, die monatlich schnell mit 20 Euro oder mehr zu Buche schlagen. Aufs Jahr gesehen kommen da schnell mittlere drei- oder sogar vierstellige Beträge zusammen. Dieses Geld muss erst einmal verdient sein. Doch sollte man nicht vergessen, dass es sich hier um eine professionelle Dienstleistung handelt, die

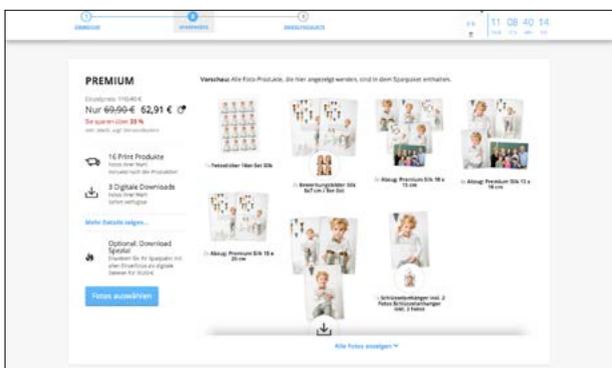
einem im Zweifel nicht nur Zeit spart, sondern auch keine weiteren Kosten auflaufen, etwa für Aushilfskräfte oder Büroassistenten. „Wir versprechen Fotografen, dass sie – im Vergleich mit herkömmlichen Shop-Systemen oder gar der klassi-



Markus Posselt

schen Fotomappe – die Hälfte der nachgelagerten Bearbeitungszeit einsparen“, sagt Fotograf.de-Geschäftsführer Posselt. „Wir übernehmen den kompletten Workflow von der Sortierung der Fotos über Verkauf und Produktion der Fotos mit Laborpartnern bis hin zu Versand und Reklamationsmanagement.“

Und Posselt sieht noch mehr Spielraum: „Ab diesem Herbst wollen wir die Möglichkeit anbieten, auch die Bildauswahl und -bearbeitung komplett an Fotograf.de auszulagern.“ Eine weitere langwierige Arbeit, die Fotografen dann gegen Entgelt an einen qualifizierten Dienstleister abgeben können, um sich künftig wieder verstärkt ihrer eigentlichen Aufgabe zu widmen: dem Fotografieren.



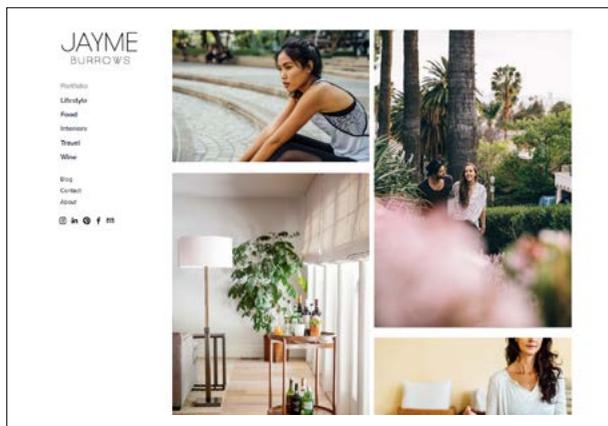
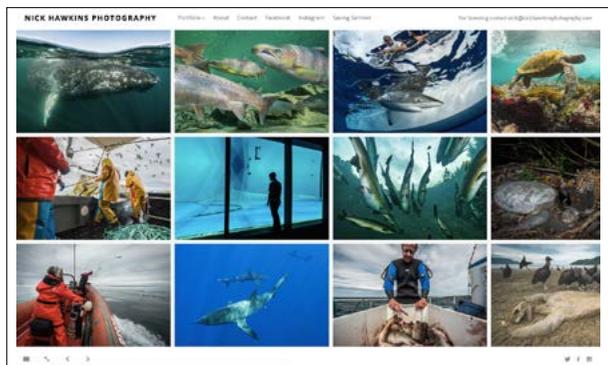
FOTOGRAF.DE

In Berlin ist der Sitz von Fotograf.de, einem Online-System, mit dem Profifotografen den Verkauf ihre Bilder vereinfachen können. Der Webauftritt ist in Deutsch, aber auch für andere Länder sind entsprechende Varianten des Systems erhältlich.

- **WAS KANN DAS?** Fotograf.de ist kostenlos nutzbar – jedoch in einer stark abgespeckten Form. Möchten Sie Ihre Bilder nicht nur als Galerie online präsentieren, sondern auch zum kostenpflichtigen Download anbieten, kommen Sie nicht an einer der kostenpflichtigen Varianten vorbei. Ebenso das Erstellen anderer Unterseiten oder das Hosten auf einer eigenen Domain ist nur in einer der kostenpflichtigen Versionen möglich. Was aber jeder – also auch Nutzer der kostenlosen Variante – kann: Den Webshop mit einem Fotolabor seiner Wahl verknüpfen. Das heißt also: Ihre Kunden können dann über die Plattform Fotoproducte bestellen, und Sie sparen sich damit dann den Aufwand. Übrigens: Fotograf.de verspricht, supporttechnisch professionell zur Seite zu stehen. Vor und nach dem ersten Auftrag kümmern sich die Mitarbeiter persönlich darum, dass alles glatt läuft.

- **FÜR WEN IST DAS?** Vor allem Kindergarten- und Schulfotografen, aber auch Porträt- und Hochzeitsfotografen werden angesprochen. Kein Wunder: Mit einem einzelnen Shootingtag kommt oftmals eine große Menge an Einzelbestellern auf einen zu. Bilder als JPG, als Auszug oder schön gebunden? Dank eines solchen Online-Systems hat man nach der Bearbeitung und dem Hochladen am Ende überhaupt nichts mehr mit der Erstellung und Bestellung von Fotoproducten zu tun. So kommen alle Fotografen, die für Endverbraucher arbeiten, hier schnell auf ihre Kosten.

- **LOHNT SICH DAS?** Toll ist, dass man jede kostenpflichtige Variante testen kann. Unter demo.fotograf.de kann man sich unverbindlich ein erstes Bild vom Angebot machen. Jedoch: Ein paar mehr Informationen über die angeschlossenen Fotolabore und die jeweiligen Konditionen wären schön. Immerhin hat Fotograf.de jedoch deutsche Labore wie Fujifilm, xPressLAB, DPL, Picture Digital, Thiele und PixelfotoExpress im Angebot. fotograf.de



PHOTOSHELTER

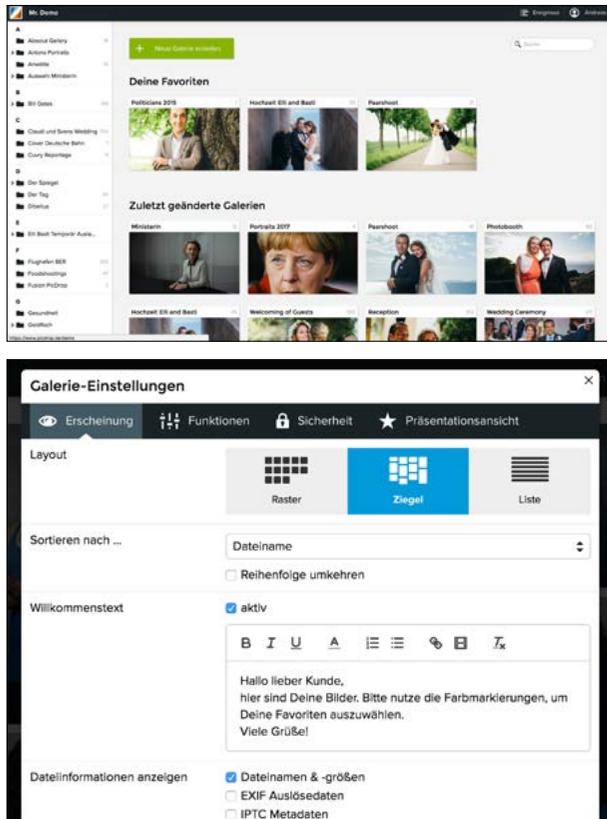
Hier handelt es sich um einen der Pioniere der Szene. Bereits seit 2005 bietet PhotoShelter aus New York seinen Webdienst an. Das Ziel: Fotografen bei der Erstellung einer Webplattform oder eines Webshops unterstützen. Klingt gut. Die Sache hat jedoch einen Haken: Zu nutzen ist die Online-Plattform Photoshelter.com ausschließlich auf Englisch.

- **WAS KANN DAS?** Kostenlos ist PhotoShelter nicht erhältlich. Ab monatlich zehn Euro lässt sich mit dem Produkt eine eigene Website mit repräsentativem Portfolio konstruieren. Entwickelt wurde PhotoShelter speziell für Fotografen – also ist eine Auswahl an vorgefertigten Galerien selbstverständlich im Angebot enthalten. Auch eine Sende-Funktion für HiRes-Bilder ist mit PhotoShelter kein Problem. Und auf Wunsch lässt sich der Webauftritt auch unter einer eigenen Domain hosten. Sogar eine Einkaufswagen-Funktion zum einfachen Verkaufen von Bildern lässt sich integrieren.

- **FÜR WEN IST DAS?** Die Shop-Funktion fokussiert sich vor allem auf handfeste Produkte, also weniger auf Downloads. Eigentlich genau das, was professionelle Porträt- und Hochzeitsfotografen brauchen. Schade, wenn auch nachvollziehbar, ist jedoch, dass die angebotenen Fotolabore nicht in Deutschland sitzen. Immerhin kann man auch eigenhändig ein Fotolabor seiner Wahl samt den gewünschten Produkten integrieren. Aufgrund dessen richtet sich PhotoShelter wohl eher an Fotografen, die sich gerne online präsentieren möchten, aber keine Lust haben, mit Joomla, WordPress und Co. eine eigene Website anzulegen.

- **LOHNT SICH DAS?** Wer einen Webshop sucht, um seine Bilder effizient zu vermarkten, ist als deutscher Fotograf mit anderen Anbietern besser bedient. Das ist bedauerlich, denn für die Erstellung einer übersichtlichen und professionellen Fotografen-Website ist PhotoShelter durchaus zu empfehlen. Viele der Vorlagen und dynamischen Web-Funktionen sind optisch und technologisch auf der Höhe der Zeit.

photoshelter.com



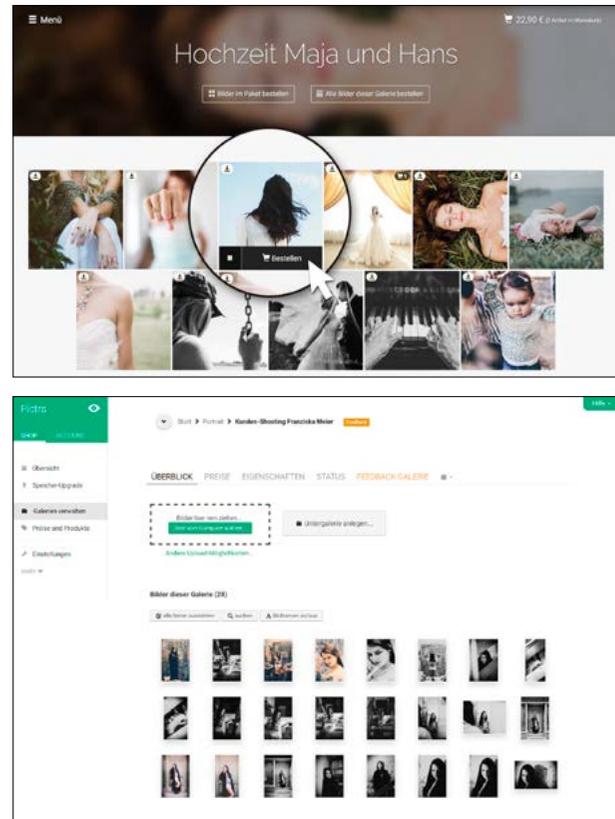
PICDROP

Seit 2012 bietet das Berliner Unternehmen PicDrop eine Möglichkeit an, Bilder mit Kunden oder Interessenten zu teilen. Mittlerweile nutzen mehr als 44.000 Fotografen weltweit den Dienst. Über 200 Millionen Bilder wurden bereits über PicDrop.de verschickt. Dabei ist der Service auf das Wesentliche reduziert und bietet (erfreulicherweise) kaum mehr als Funktionen zur Präsentation, Selektion und den optionalen Download der Bilder.

● **WAS KANN DAS?** Verglichen zu den anderen Dienstleistern, die wir auf diesen Seiten vorstellen, will PicDrop kein Anbieter sein, um eine hübsche Website zu erstellen oder Fotos sowie Fotoprodukte online zu verkaufen. Auf Wunsch lässt sich die Präsentationsseite sogar auf der eigenen Website einbinden. Sogar kostenlos ist PicDrop nutzbar – in dieser Variante aber nur bei einem Speicherplatz von bis zu 1 Gigabyte. Weit mehr Speicherplatz bietet dann die Pro-Version (ca. 15 Euro/Monat). Hier auch möglich: die Übersichtsseite mit einem eigenen Branding zu bestücken oder die Bilder mit Wasserzeichen zu versehen.

● **FÜR WEN IST DAS?** Wie es Andreas Chudowski, einer der Geschäftsführer, sagt: „PicDrop ist von Profifotografen für Profifotografen.“ Das Unternehmen will Fotografen das bieten, was Plattformen wie Dropbox oder WeTransfer nicht bieten. Hier soll nicht alles Mögliche geteilt werden, sondern speziell Fotos, Illustrationen und Videos. Die Funktionen sind entsprechend übersichtlich gehalten, bieten jedoch Features wie Suchfunktion, Sortierung oder die Möglichkeit, Bilder zu markieren oder zu kommentieren. Über PicDrop zeigen Hochzeitsfotografen ihre Auswahl dem Hochzeitspaar, Corporate-Fotografen ihre Aufnahmen dem Kunden oder Sportfotografen ihre Schnappschüsse der Bildredaktion.

● **LOHNT SICH DAS?** PicDrop ist einfach und in der Bedienung schlicht. Wer Kunden oft Bilder zur Auswahl bereitstellt oder Fotos digital versendet, findet hier ein durchaus nützliches Tool. Dass der Serverstandort in Deutschland ist und Datenschutz besonders großgeschrieben wird, ist ebenfalls ein Argument pro PicDrop. picdrop.de



PICTRS

Das Leipziger Unternehmen bietet Fotografen einen speziell für ihren Arbeitsbereich und Kundenstamm ausgelegten Onlineshop. Doch auch um die Bestellungen, Produktionen und Abwicklungen von Fotoabzügen und anderen Fotoprodukten kümmert sich der Dienstleister. Das verspricht eine klare Entlastung für vielbeschäftigte Fotografen.

● **WAS KANN DAS?** Vor allem bietet Pictrs zwei Arten von Bildergalerien an: erstens solche zum Stöbern, versehen mit einer Verkaufsfunktion, und zweitens sogenannte Feedback-Galerien, die dazu dienen, sich mit seinen Kunden abzusprechen und eine Fotoauswahl zu finden. Im Fokus ist vor allem die Verkaufsfunktion: Pictrs verspricht, sich um die Bestell- und Zahlungsabwicklung, Produktion, den Versand sowie den Kundensupport zu kümmern. Schade ist jedoch, dass die Verkaufsprovision in der kostenlosen Variante von Pictrs mit 18 bis 20 Prozent schon recht hoch ist. Auch der Speicherplatz von nur 2 Gigabyte ist für einen aktiven Fotografen nicht viel. Hier ist also eine der kostenpflichtigen Varianten durchaus vorzuziehen. Diese enthalten auch die Möglichkeit, Pictrs als Dienstleister unsichtbar zu machen. Eine eigene Domain lässt sich auf Wunsch ebenfalls über den Anbieter registrieren.

● **FÜR WEN IST DAS?** Während sich so mancher Anbieter in erster Linie auf das Präsentieren spezialisiert hat, will Pictrs vor allem den Verkauf von Fotos und Fotoprodukten ermöglichen. Die Zielgruppe ist umfangreich: Sowohl Schulfotografen wie auch Fotografen für Hochzeiten, Sport oder Events können vom Pictrs-Angebot profitieren. Selbst Fotografen, die vor allem für Unternehmen und Agenturen arbeiten, können ihren Workflow dank der Feedback-Galerie effizienter gestalten. Übrigens: Auch für die Schweiz und Österreich wird ein länderspezifischer Support angeboten.

● **LOHNT SICH DAS?** Einzigartig ist, dass transparent mitgeteilt wird, welche Fotoprodukte genau über Pictrs angeboten werden. Die Druckerei lässt sich nicht auswählen, aber großartig ist dennoch, dass auch ohne Nutzerkonto ein Überblick ermöglicht wird. Der uneingeschränkte Support ist für jeden gratis – selbst für die Nutzer der kostenlosen Variante. pictrs.com