

fotoPRO

fotoPRO

Ausgabe 17 · Herbst 2019

KAUF- BERATUNG FÜR PROFIS



Die spiegellose
Spitzenklasse von
Canon, Fujifilm,
Leica, Nikon,
Olympus und
Sony

TECHNIK
PRAXIS
BUSINESS

NACKT

Parfüm-
Shooting in
Spanien

BUNT

Monitor perfekt
kalibrieren

LECKER

Speisen ablichten
und aufessen

Im Heft:
**60 EURO
GUTSCHEIN**
tPIC 2019
in Berlin

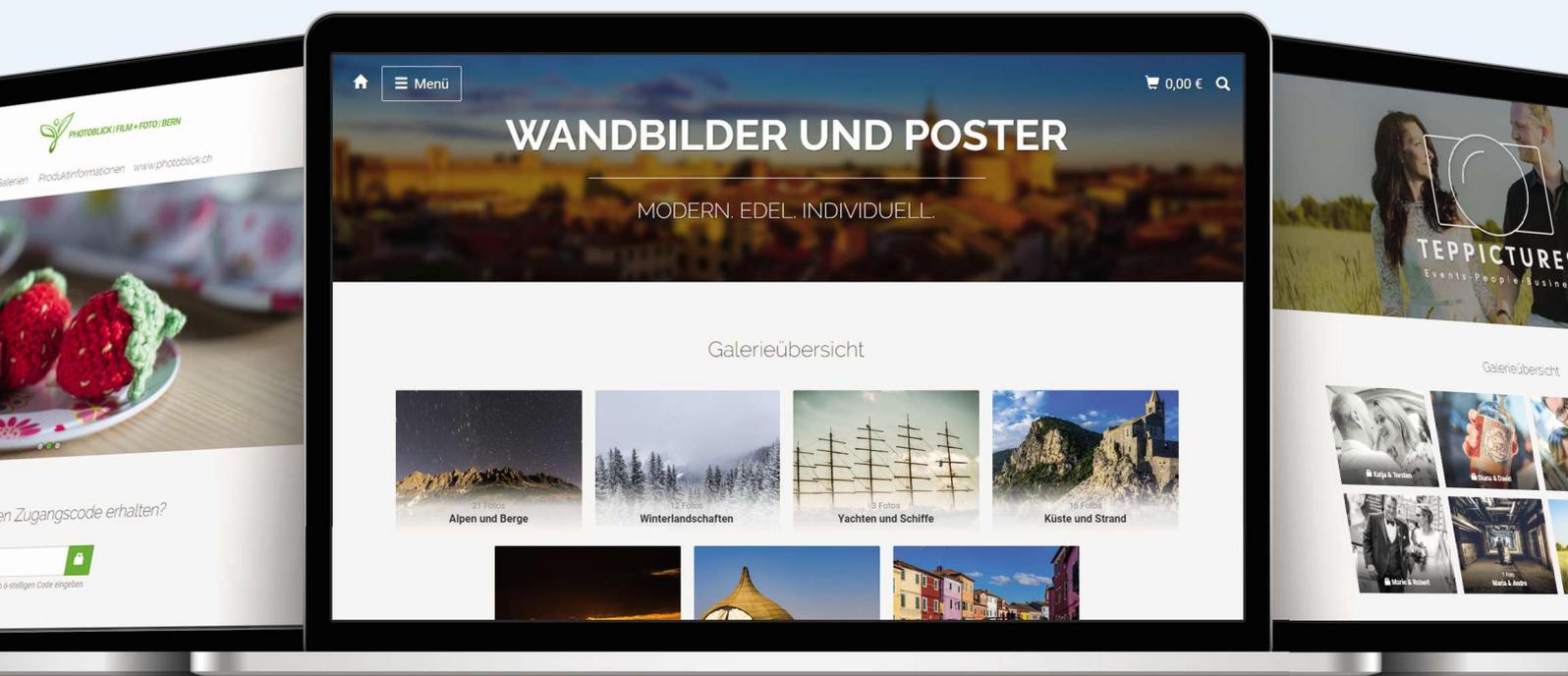
tPIC
the
PROFESSIONAL
IMAGING
CONFERENCE

KOHLE HER!

SO SETZT DU BESSERE PREISE
BEI JEDEM KUNDEN DURCH

ÖSTERREICH / BENELUX: 11,50 EUR
SCHWEIZ: 19,90 SR
EUR **9,95**





VERKAUFSPORTALE FÜR PROFIFOTOGRAFEN

Um Fotos schnell und gewinnbringend zu vermarkten, greifen immer mehr Fotografen auf Onlineshops zurück – und da gibt es inzwischen mehrere spezialisierte Anbieter. Grund genug für einen direkten Vergleich dieser Angebote.

TEXT RUBEN SCHÄFER

Als Fotograf will ich mich aufs Fotografieren konzentrieren“, sagt Lars May. Der 26-Jährige und sein sechsköpfiges Team sind auf Hochzeiten, Events und Kindergartenfotografie spezialisiert und dort seit 2014 auch offenbar erfolgreich unterwegs. Doch schon sehr früh standen die Fotografen aus dem rheinland-pfälzischen Mayen vor einem bekannten Problem: Immer dann, wenn ein Fotograf seine Bilder an viele Kunden verkaufen will, wird es anstrengend.

Noch vor nicht allzu langer Zeit druckten Schulfotografen beispielsweise einfach die Bilder aller Kinder aus und betrauten die Sekretärin mit der Verteilung. Eine Vorgehensweise, die im Hinblick auf die Müllproduktion nicht nur fragwürdig ist, sondern vor allem

in Zeiten von freitäglichen Klimademos Kundenschaft kosten könnte. Aber auch sonst erzeugen Bestellungen, Versand, Printproduktion, Forderungsmanagement und mögliche Reklamationen eine Heidenarbeit.

Lars May entschied sich daher schon 2014, eine Online-Verkaufsplattform zu nutzen, und wählte Fotograf.de. „Hier stimmt für uns das Gesamtpaket und das Ergebnis, wir machen beispielsweise bei Kindergärten inzwischen fünfzig Prozent des Umsatzes über den Shop“, sagt er. Sein Team erwirtschaftet also mit weniger Arbeit mehr Umsatz – ein Zielbild, das sich nicht nur Fotograf.de auf die Fahne geschrieben hat. Denn um die Gunst der Profifotografen buhlen im Jahr 2019 bereits vier Plattformen, die sich aller-

dings in puncto Preismodell und Ausstattung deutlich unterscheiden.

Neben den etablierten drei Anbietern, Fotograf.de, Pictrs und Portraitbox, gibt es nun auch ganz neu Pocketstudio (zuvor: Bildungsimago). Die Newcomer fokussieren sich stark auf Schul- und Kita-Fotografen und haben als Einzige ein komplett provisionsbasiertes Abrechnungsmodell. Eine monatliche Gebühr entfällt. Die Gründungsgeschichte ist schnell erzählt: Fotograf Nicolas Mercier baute das System schon 2010 neben seinem Geschäft als Schulfotograf für eigene Zwecke auf. Im letzten Jahr kam dann die Idee zur Vermarktung für andere interessierte Fotografen. Marketingleiter Norbert Kindsvogel betont, daher rühre auch das alternative Preismodell: „Da wir

sehr fokussiert auf einen Bereich sind und nur die Funktionen haben, die man für den Job wirklich braucht, können wir besonders günstige Preise realisieren.“

Eine Frage des Geldes

Günstig ist allerdings relativ: Natürlich kostet eine Verkaufsplattform, die nur eine Provision erhält, keinen Cent, wenn ich keinen Umsatz mache. Die Abrechnungsmodelle muss sich jeder Fotograf also genau ansehen. Fotograf.de und Pictrs setzen auf ein Provisions-Abo-Hybridmodell, Portraitbox berechnet ausschließlich eine monatliche Gebühr. Zur Übersicht hat Pictrs uns ein paar Zahlen geliefert: Hier verdienen Amateure im Schnitt rund 400 Euro und Profis rund 2.500 Euro im Monat.

Dabei handle es sich überwiegend um Fotografen aus den Bereichen Event, Schul- und Kindergartenfotografie oder auch aus dem Bereich Sportfotografie, im Kern Pferde, Tanz oder auch Marathon.

Es wäre aber unfair, diese Summen einfach auf die anderen Anbieter zu übertragen, schließlich hängt der Erfolg des Shops auch mit der Plattform und den Funktionen zusammen. Pictrs nimmt die geringste prozentuale Gebühr, da hier nur der Verdienst zugrunde gelegt wird, und macht mit rund 10.000 Kunden offenbar auch sonst einiges richtig. „Bei Pictrs mag ich die Übersichtlichkeit, den Umfang der Funktionen und vor allem die Nähe vom Team zum Nutzer. Somit hat man bei gestalterischen Angelegenheiten oder auch bei technischen Fragen immer jemanden an seiner Seite“, erzählt Fotograf Tom Thiele aus Leipzig.

Portraitbox dürfte dank Festpreis für die meisten Fotografen der günstigste Anbieter sein; Service gibt es hier aber natürlich auch. Portraitbox ist seit dreizehn Jahren am Markt und betreut über zweitausend Kunden. Ein gigantischer FAQ-Bereich und Telefonsupport beantworten Fragen, für das Marketing gibt es Newsletter und SEO.

Bleibt schlussendlich die Frage, für wen sich ein Shopsystem lohnt. Schul- und Eventfotografen stellen sich die Frage nach dem „ob“ eigentlich gar nicht mehr. Aber auch Profis anderer Foto-Disziplinen sollten einen Blick riskieren und überlegen, wie ein Shop das eigene Business ankurbeln kann: „Ein Trend, den ich beobachte: Stadtpanoramen verkaufen sich immer besser“, erzählt Pictrs-Sprecherin Sarah Teicher. Aber nicht nur Umsatz, auch Effizienz kann ein guter Grund sein: „Wir versprechen Fotografen, dass sie – im Vergleich mit herkömmlichen Shopsystemen oder gar der klassischen Fotomappe – die Hälfte der nachgelagerten Arbeitszeit einsparen“, sagt Fotograf.de-Geschäftsführer Markus Posselt.



Fotograf.de

Fotograf.de ist der wohl bekannteste Anbieter in Deutschland und eine Erfolgsgeschichte. Das Unternehmen wurde 2012 von Markus Posselt und Marco Beinbrech mit dem Ziel gegründet, die klassischen Fotomappen in Kindergärten und Schulen in das digitale Zeitalter zu überführen. Inzwischen arbeiten die fast fünfzig Mitarbeiter sogar an der Expansion in die USA.

● **Was kann das?** Mehr Zeit fürs Wesentliche – so lautet das Versprechen. Fotograf.de gliedert seine Leistung in die Bereiche Onlineshop, Workflow und Marketing. Alle Abläufe, vom Foto-Upload bis zum Rechnungsversand, sind voll automatisiert. Der Shop liegt auf Wunsch auf einer eigenen Domain und sieht modern aus. „Wir finden, dass Fotografen hinter die Kamera und nicht an den Schreibtisch gehören“, sagt Geschäftsführer Posselt. Daher gibt es QR-Sortiermechanismen für Schul- und Kita-Fotografen, eine automatische Bestellabwicklung und auch einen optionalen Bildbearbeitungsservice. Mehr Umsatz machen Fotografen dank Marketing-Funktionen wie der Kundenregistrierung, die auch eine gezielte Ansprache per SMS oder E-Mail ermöglicht. Dazu kommen Gutscheine, Staffelpakete, detaillierte Statistiken und vieles mehr. Der Support überwacht Ihren Onlineshop und liefert auf Wunsch Tipps zur Optimierung. Fotograf.de ist hier Benchmark.

● **Für wen geeignet?** Fotograf.de ist ein Onlineshopsystem für Kita- und Schulfotografen, sagt die Startseite. Tatsache ist: Im Kern eignet sich Fotograf.de immer dann, wenn viele Privatkunden bedient werden müssen. Das ist auch bei Abibällen oder Sportevents der Fall. Der Vorteil: Die ganze Kleinarbeit, insbesondere die Distribution von Printprodukten, fällt weg. Das hilft auch bei Hochzeiten oder Firmenevents, für diese Fälle gibt es bei anderen Anbietern aber noch schlauere Funktionen.

● **Lohnt sich das?** Für Einzelkämpfer empfehlen wir das Plus-Paket. Hier gibt es 100 GB und den gesamten Funktionsumfang für 19,90 Euro plus 11,5 Prozent Servicegebühr auf den Brutto-Bestellbetrag. Große Studios nutzen Unlimited für 59,90 Euro plus 8,5 Prozent und können dann auch mehrere Benutzer anlegen. Fotograf.de kann auch kostenfrei getestet werden.

[Fotograf.de](https://www.fotograf.de)



Pocketstudio

Einfach unkompliziert – so steht es auf der Startseite von Pocketstudio (hieß bis vor kurzem noch Bildungsimage). Das Team aus Olivier Charvin, Adrian Missy und Nicolas Mercier hat mit Pocketstudio ein vormals internes System nun öffentlich zugänglich gemacht. Es richtet sich vornehmlich an Schulfotografen.

● **Was kann das?** Pocketstudio steht noch am Anfang und wird dementsprechend noch stark ausgebaut und optimiert – was eine gute Nachricht ist. Denn so gibt es für Fotografen die Möglichkeit, auf die Weiterentwicklung noch sehr konkreten Einfluss zu nehmen. Dadurch soll es auch nominell für andere Spielarten als Schulfotografie geöffnet werden. „Wir liefern ein einfaches System, mit dem Fotografen ihre Bilder verkaufen können“, sagt Managing Partner Norbert Kindsvogel. Im Backend kann der Fotograf daher nur das Nötigste einstellen. Eine eigene Domain ist nicht vorgesehen. Dafür ist das System nahezu blind bedienbar. Die Fotos werden per QR-Code zugeordnet, es gibt ein paar Statistiken und eine Übersicht der Kunden und Aufträge. Einige Funktionen wie Sammelbestellungen sind schon in der Pipeline, Mengenrabatte gibt es schon. Aktuell gibt es genau einen Printanbieter, die Firma Allcop. Die Printauswahl bei Pocketstudio ist derzeit eher dünn, Allcop bietet aber noch viele weitere Möglichkeiten, die das Portfolio bald ergänzen sollen.

● **Für wen geeignet?** In der aktuellen Version ist Pocketstudio perfekt für Schulfotografen nutzbar. Alle anderen bekommen im Shop allerdings keine wirklich passenden Auswahlmöglichkeiten.

● **Lohnt sich das?** Der Kunde zahlt hier nur, wenn er auch wirklich Umsatz macht – das ist natürlich sehr attraktiv und gerade für Einsteiger eine gute Möglichkeit, Erfahrungen mit einem Shopsystem zu sammeln. Bei jeder Bestellung werden acht Prozent vom Bestellwert berechnet. Norbert Kindsvogel räumt natürlich auch ein, dass der Leistungsumfang dafür geringer ist. „Es stellt sich aber immer die Frage, ob der Fotograf das alles braucht.“

pocketstudio.eu



Portraitbox

Die Bildershop-Experten aus Paderborn sind die Veteranen im Vergleich: Seit 2006 gibt es Portraitbox bereits, mit dem Feedback vieler Profifotografen ist es bis heute stetig optimiert worden. Portraitbox ist der einzige Anbieter, der keine Provisionen aufruft.

● **Was kann das?** Portraitbox ist ein grundsolider Onlineshop für Fotografen aus verschiedenen Bereichen: Hochzeiten, Porträt, Schulfotografie, aber auch Sportfotografie und Video können hier vermarktet werden. Der Shop lässt sich in Untergalerien teilen, die dem Kunden einfach zugesendet werden – das ist besonders individuell. Mit Portraitbox kann aber auch eine komplette Website erstellt werden, inklusive Blog und Domain. Der Fotograf kann außerdem festlegen, welche Produkte er anbieten will und vor allem, wo sie gedruckt werden. Dafür hat Portraitbox vier Labore zur Auswahl, alternativ können Fotografen auch ihr Lieblingslabor anbinden. Das Newslettersystem ist ausgefeilt und lässt sich mit den bekannten großen Newsletteranbietern verknüpfen. Praktisch ist auch die automatische Übersetzung, die es Fotografen erlaubt, den Shop zum Beispiel auch auf Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Niederländisch anzubieten. Für die Kundenakquise bietet Portraitbox auch eine vielgenutzte Fotografensuche an.

● **Für wen geeignet?** Dieses System ist gemacht für Fotografen, die einen grundsoliden Shop und alle wichtigen Funktionen haben möchten. Die Features sind nicht ganz so umfassend, dafür ist der Preis wirklich fair. Dank Einrichtungsunterstützung per TeamViewer ist Portraitbox auch für Fotografen geeignet, die mit Technik wirklich wenig am Hut haben.

● **Lohnt sich das?** Portraitbox bietet zwei Tarife: Das kostenlose Flex, das monatlich kündbar ist, allerdings einige kostenpflichtige Erweiterungen braucht, um richtig einsatzfähig zu sein. Für Fotografen ist erst die Profi-Variante ab 50 Gigabyte interessant, dafür werden 89 Euro aufgerufen. Wichtig bei Portraitbox: Der Kunde zahlt hier direkt an den Fotografen – die Kosten für PayPal und Co. trägt Letzterer also auch noch.

portraitbox.com



Pictrs

Das Unternehmen aus Leipzig wurde bereits 2010 gegründet und ist mit rund 10.000 Kunden einer der größten Anbieter. Das Pictrs-Team übernimmt im Auftrag alle Serviceleistungen rund um den Shop und die Bestellungen: Produktion, Versand, Zahlungsvorgang und Support.

- Was kann das?** Ein eigener Shop mit eigener Domain, Printprodukte und Downloads, Passwortschutz – so weit, so normal. Dazu gesellen sich aber viele Funktionen, die so eher selten auftauchen: Pictrs bietet einen Redaktions-Login für die Zusammenarbeit mit Medien – ein Segen für Pressefotografen. Filmer können Videos verkaufen und Eventfotografen nutzen eine Feedback-Galerie, in der Kunden Bilder bewerten und kommentieren dürfen. Die Fotos können auch kostenfrei oder vergünstigt mit Logo zum Download angeboten werden. Dazu kommt, das Pictrs als einziger Anbieter im Vergleich als Factoring-Dienstleister auftritt, also auch Inkasso betreibt, sollte ein Kunde nicht zahlen. Auch der Support wird vom Pictrs-Team übernommen – sowohl gegenüber dem Fotografen als auch dem Endkunden. Newsletterfunktionen gibt es (noch) nicht, auch die Bearbeitung übernimmt der Kunde hier noch selbst.
- Für wen geeignet?** Pictrs eignet sich für alle Themenfelder der Fotografie: Hochzeiten & Events, Schulen & Kitas oder Sport. Die Leipziger bieten ihren Kunden kostenfrei Zusatzfunktionen wie die Feedback-Galerie, das QR-Code-Tagging oder den Vorbereitungsmodus an. Insbesondere Sport-, Presse- und Eventfotografen sollten sich Pictrs näher ansehen. Selbst Fotografen, die vor allem für Unternehmen und Agenturen arbeiten, können ihren Workflow dank der Feedback-Galerie effizienter gestalten.
- Lohnt sich das?** Für aktuell 19,90 Euro plus dreizehn Prozent Servicegebühr auf den Nettoverdienst bei Downloads, respektive fünfzehn Prozent bei Prints, bekommen Profifotografen mit durchschnittlichen Verkaufszahlen ein sinnvolles Paket. Wer viel Umsatz macht, sollte einen Blick auf das Ultimate-Paket werfen, das zwar 59,90 Euro kostet, dafür aber jeweils drei Prozent Servicegebühr einspart. Auch hier gibt es eine Testversion.

pictrs.com

UNSER FAZIT

Wer schon einmal selbst einen eigenen Shop aufgesetzt hat, der weiß: Hier werden entweder Wochen in Form von Probieren und Studieren oder Tausende von Euro für einen kompetenten Webentwickler fällig. Einen Gratis-Shop gab es also noch nie. Was uns der Test gezeigt hat: Wer im Jahre 2019 noch etwas Eigenes auf die Beine stellt, ist wirklich selbst schuld.

Mit Fotograf.de und Pictrs sind zwei extrem potente Spieler auf dem Feld, die im ersten Fall die Schul- und Kita-Fotografen und im zweiten Fall die Reportage- und Pressefotografen nahezu perfekt bedienen. Pocketstudio und Portraitbox machen ihren Namen alle Ehre; die einen sind ideal für Studiofotografen, die anderen eignen sich eigentlich nur für Schulfotografen, die ins Business starten.

Preis-Check

Machen wir einen groben Preisvergleich: Wer als kleines Nebengeschäft im Jahr für 10.000 Euro brutto Downloads verkauft, legt bei Pictrs 1.315 Euro auf den Tresen, bei Fotograf.de sind es 1.389 Euro. Bei Portraitbox werden 1.068 Euro plus die Gebühren der Zahlungsanbieter fällig, die wir mit drei Prozent überschlagen; so sind wir bei 1.368 Euro. Pocketstudio läge bei 800 Euro. Im Bereich von 10.000 bis 20.000 Euro liegen die Anbieter also eigentlich nahe beieinander, liegt der Umsatz darüber, vergrößert sich der (Preis-)Vorsprung von Portraitbox.

Feature-Check

Und was ist mit den Features? Pictrs gewinnt diesen Vergleich hauchdünn, da hier für mehr Foto-Spielarten optimiert wurde. Insbesondere die Feedback-Galerie macht das Tool zur Eier legenden Wollmilchsau. Engster Verfolger ist Fotograf.de – dabei muss dieser zweite Platz wie ein weiterer Sieg verstanden werden, denn im Fachgebiet Schulfotografie liegen die Berliner ganz vorne und sind insgesamt sehr innovativ. Zahlreiche Funktionen feierten hier Premiere, auch der businessorientierte Service verdient ein Lob. Portraitbox bietet die besten Print-Möglichkeiten und schöne Webseiten, ist aber teurer, als der erste Blick verrät. Pocketstudio bietet derzeit nur sehr wenige Printprodukte und keine nennenswerte Marketing-Unterstützung. Hier ist also noch Luft nach oben. Davon abgesehen ist es aber genau das geworden, was die Macher versprechen: ein sehr leicht zu bedienendes, gut durchdachtes und günstiges Tool für Schulfotografen.