

PROFI FOTO SPEZIAL

192

CORONAKRISE WAS FOTOGRAFEN WISSEN MÜSSEN

Coronavirus

Kreative in der Krise

Tipps für die Krise

Das müssen Fotografen jetzt wissen

Interview mit Thomas Kellner

Corona und die Kunst

Coronakrise

Rettungsschirm für Kreative

Initiative Bild

Kritik an Hilfspaketen

Imaging Industrie

COVID-19 und die Fotobranche

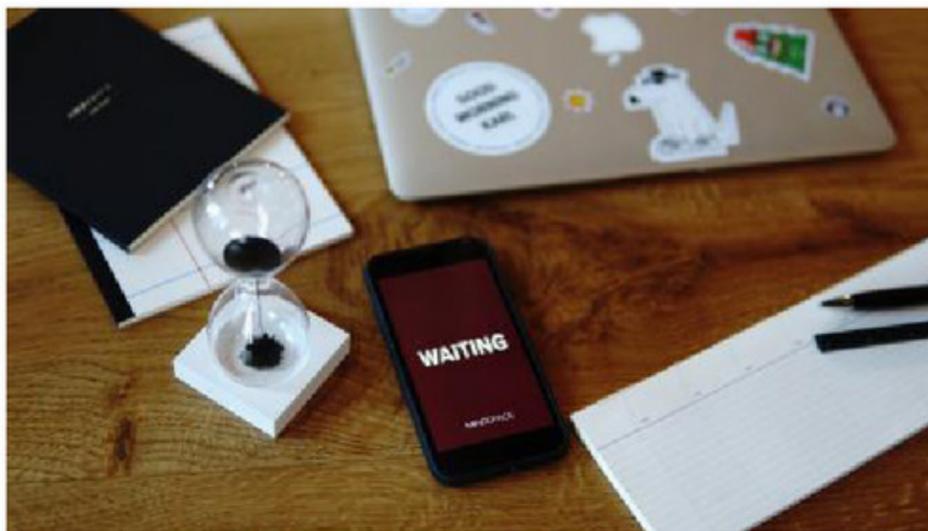
Notizen

- | | | |
|----|--------------------------------------------------------|----|
| 04 | Worpsweder Phototriennale – RAW-FREI-HAUS | 30 |
| | DFA – Portfoliowalk online | |
| 06 | Pirelli – Spende statt Kalender | 32 |
| | Gastkommentar – Krisen-Erinnerungen | 34 |
| | Lumix Festival – Online Format geplant | |
| 14 | Biennale für aktuelle Fotografie – Virtueller Rundgang | |
| | Photoszene-Festival – #picturesfromhome2020 | 36 |
| 18 | Home Office | |
| | Was Fotografen jetzt tun können | 38 |
| 22 | | |
| 26 | | |

Home Office

Was Fotografen jetzt tun können

Fotografen, die ihr Geld mit Event- oder Hochzeitsfotografie, als Kindergarten- oder Schulfotograf verdienen, trifft die Schließung öffentlicher Einrichtungen und das Ausbleiben von Großveranstaltungen besonders hart. Pictrs verrät sechs Wege, wie Fotografen die Zeit im Home Office produktiv und erfolgsorientiert gestalten können.



Downloads anbieten

Ihre letzten Aufträge liefen gut, aus Ihrem Online-Shop wurden verschiedene Fotoprodukte wie Abzüge, Foto- oder Stickersets bestellt und die Käufer sind zufrieden mit der erhaltenen Ware? Dazu haben Sie die Möglichkeit, Ihre Kunden per Mail

oder telefonisch zu erreichen? Nehmen Sie Kontakt auf! Fragen Sie nach, ob Fotos zusätzlich als Download gewünscht werden. Machen Sie Ihren Kunden ein attraktives Angebot! Bestücken Sie Pakete mit Downloadprodukten oder bieten Sie alle Fotos

einer Galerie zum Download an, indem Sie in Ihrer Shopverwaltung in der jeweiligen Preisliste auf das Stift-Symbol klicken und den Preis für alle Bilder einstellen. Schul- und Kitafotografen können den Download aller Einzelporträts inklusive Klassenfoto zum Festpreis anbieten.

WAS FOTOGRAFEN JETZT TUN KÖNNEN

Nutzen Sie die direkte Kommunikation zusätzlich, um persönliche Bindungen aufzubauen.

Erkundigen Sie sich, wie es Ihren Kunden geht und inwieweit sie von der Krise betroffen sind.

Social Media-Shopping einrichten

Wussten Sie, dass es die Möglichkeit gibt, ihre Facebookseite mit einem Shop auszustatten? Die dort hinterlegten Produkte leiten Ihre Kunden über einen Link direkt zu Ihrem Onlineshop um. Weiterhin ist ihr Facebook-Shop der erste Schritt dafür, auch Ihren Instagram-Account mit einer Shopping-Funktion auszustatten. Zugegeben, die Einrichtung dieser Shops ist nicht unkompliziert, doch vielleicht können Sie schon bald Ihre Instagram-Beiträge mit eigenen kleinen Einkaufstaschen-Icons markieren und Ihren Facebook-Shop mit Ihren Abonnenten teilen.

Self-Marketing online

Fotografen müssen seit jeher ihr Handwerk beherrschen, doch vor allem müssen Sie zukünftige Kunden davon überzeugen können.

Den eigenen Marktwert vermitteln zu können – heute nennen wir das Marketing.

Eigenwerbung ist nicht überheblich oder narzisstisch. Sie ist notwendig und vollkommen gerechtfertigt, wenn man erfolgreich und konkurrenzfähig bleiben möchte. Gerade im Zeitalter der sozialen Medien bieten sich viele kostenlose bis kostengünstige Formen des Self-Marketings, aber auch analog lassen sich mit herkömmlichen Mitteln wie Visitenkarten oder Messbesuchen Kunden gewinnen.

Neben der tatsächlichen Abwicklung bezahlter Aufträge geht es beim modernen Marketing oft vorerst darum, die eigene Marke zu etablieren und ihre Bekanntheit zu steigern.

Weiterbilden

Fast jede Information lässt sich dem Internet durch ausreichende Recherche entlocken.

Mit welchen Themen wollten Sie sich seit Langem intensiver befassen?

Wofür blieb zwischen Ihren Aufträgen, dem Sortieren, Auswählen und Aufarbeiten von Fotos und dem täglichen Schwall an neuen E-Mails in Ihrem Postfach einfach nie genügend Zeit? Vielleicht führen Sie sogar irgendwo eine Liste mit Stichworten, zu denen Sie sich neues Wissen aneignen möchten.

LinkedIn-Profil anlegen

Lange kannte man LinkedIn als internationale Version der deutschen Jobsuche- und Jobangebotswebsite Xing, dabei ist es so viel mehr! Mit einem sorgsam geführten LinkedIn-Account bieten Sie nicht nur Ihre Dienstleistung und Expertise an, sondern machen darüber hinaus auf sich als Marke aufmerksam, knüpfen wichtige geschäftliche Kontakte und steigern Ihre Onlinepräsenz innerhalb eines Social-Media-Kanals, der anders als Facebook oder Instagram auf rein business-orientierte Kommunikation gemünzt ist.

Legen Sie ein LinkedIn-Profil an, vervollständigen Sie Ihre Angaben, knüpfen Sie Kontakte zu Geschäftspartnern und -Kunden. Bieten Sie Content!

Posten Sie ausgewählte fotografische Arbeiten sowie Einblicke in Ihren Arbeitsablauf mit Hilfe eines kurzen Videos oder Fotos "hinter den Kulissen". Schöpfen Sie das volle Potenzial unterschiedlicher Formate aus! Erstellen Sie beispielsweise visuell ansprechende PDFs, die als Timeline Ihre Fotografienkarriere zusammenfassen oder als Guide interessanten Mehrwert zu Themen aus Fotografie und beruflicher Selbstständigkeit bieten. Teilen Sie Ihre Gedanken und Ansichten zu aktuellen Geschehnissen rund um Ihr Fachgebiet. Bleiben Sie dabei unbedingt sachlich und seriös! Vermitteln Sie ein umfassendes, sympathisches, einzigartiges und professionelles Bild von sich und Ihrer Arbeit.

LinkedIn ist hierfür die ideale Plattform, denn über das Portal können Sie alles von sich zeigen: Ihr Können, Ihre Persönlichkeit und Ihre Fähigkeiten, sozial mit Geschäftspart-

nern und -Kunden zu agieren. Ihre übrigen Social-Media-Kanäle verlieren durch eine erfolgreiche LinkedIn-Präsenz nicht an Relevanz, da Sie via Facebook und Co Privatpersonen erreichen können.

Stockfotografie

Um Punkt eins bis fünf zusammenzufassen: Digital geht immer. Doch als Fotograf möchten Sie natürlich Ihrer Leidenschaft nachgehen.

Die Auftragsfotografie verlangt nach Kunden oder Veranstaltungen, Reise-, Landschafts- oder Kunstfotografie nach aufregenden Motiven aus aller Welt. Doch wussten Sie, dass einige Ihrer Kollegen ihren Lebensunterhalt in den eigenen vier Wänden verdienen? Stockfotografie umfasst ein weites Feld an Motiven. Von Lebensmitteln, über einzelne Gegenstände und interessante Kulissen bis hin zu Fotos, die durch viel leeren Raum als Hintergründe verwendet werden können, taugt fast alles für diesen Bereich der Fotografie. Es ist kein Geheimnis, dass Bilder in Magazinen und Zeitschriften unabdinglich sind und Websites, Blogartikel oder Firmenpräsentationen aufwerten. Ein ästhetisches Foto macht Flyer und Broschüren lesenswert, verhilft Werbeanzeigen zur Auffälligkeit und hinterlässt grundlegend immer mehr Eindruck als das geschriebene Wort. Verlage, werbetreibende Unternehmen und Werbefotografen, Firmen und Business People sind bereit, professionelles Bildmaterial großzügig zu entlohnen.

Holen Sie sich allerlei "leblose Models" ins Studio. Bauen Sie sich, wenn nötig, mit einem hellen Hintergrund und ausreichend Beleuchtung zu Hause eines nach. Unter Umständen müssen Sie die Fotos später mit einem Bildbearbeitungsprogramm nachbearbeiten.

Helle Fotos mit einem weißen Hintergrund und gestochen scharfen Konturen werden zumeist als besonders hochwertig angesehen.

Im Pictrs-Onlineshop können Sie sogar Dateien mit transparentem Bildanteil in PNG-Format hochladen.