

digit!

WWW.DIGIT.DE

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

3-2018

JUNI | JULI



DEUTSCHLAND: 6,50 €

SCHWEIZ: 9,90 CHF

ÖSTERREICH: 7,50 €



TIPA
WORLD
AWARDS
2018

PORTFOLIO

Peter Hönnemann: Listen to Your Eyes

STORY

Roland Breitschuh: Tagträume
am Meer

BIZZ-BITS

Bilder online vermarkten:
Mareen Fischinger | Johannes Riggelsen

PRAXIS

Sony Alpha: Zeit zum Umsteigen?
Pentax K1 Mark II: Der Scheinzweig
EOS M50: Die Basar-Probe
Google Pixel 2 XL: You Push the
KI-Button

EXPERTEN

Marcus Schmitt: Copytrack vs. Bilderklau
Dietmar Wüller: Engineering vs. Pixelwahn

KNOW-HOW

DSGVO: Datenschutz-Grund-
Unordnung
Halbe-Sachen: Rahmen in XXL
Analog-Look (2): Im Milieu

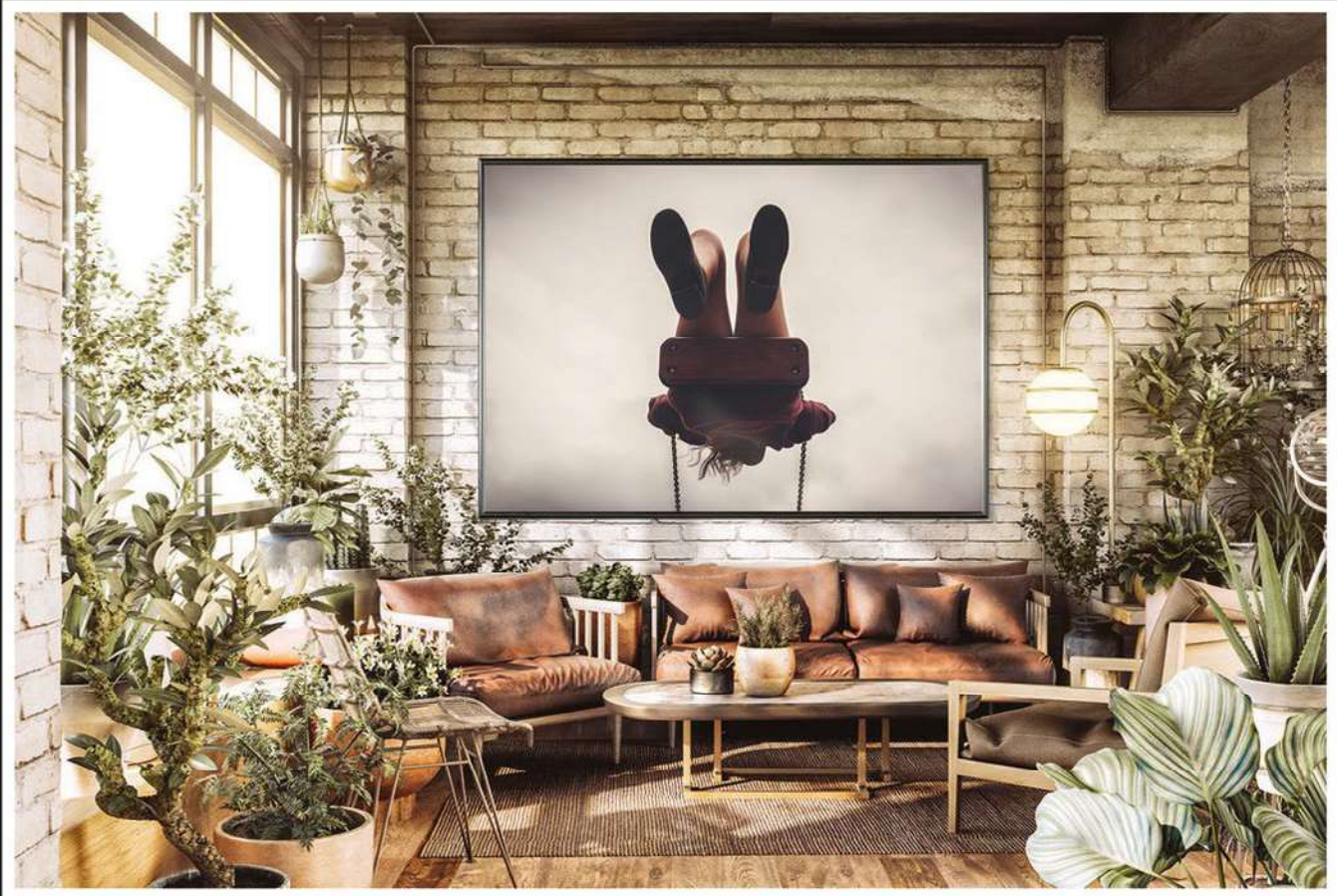
SOFTWARE

Portraitretusche: Für Gesicht
und Körper



FILMEMACHER UND FOTOGRAF JOHANNES RIGGELSEN
 ÜBER SEINE ERFAHRUNGEN MIT WEBSHOP-SYSTEMEN

„Motivation und Durchhaltevermögen sind das Wichtigste“



← 2 / 33 →

Blick in den Webshop von Johannes Riggelsen: Die meisten Kunden ordern höherpreisige Produkte – etwa großformatige Alu-Dibond-Prints –, was der Wertschöpfung des Fotografen zugutekommt.

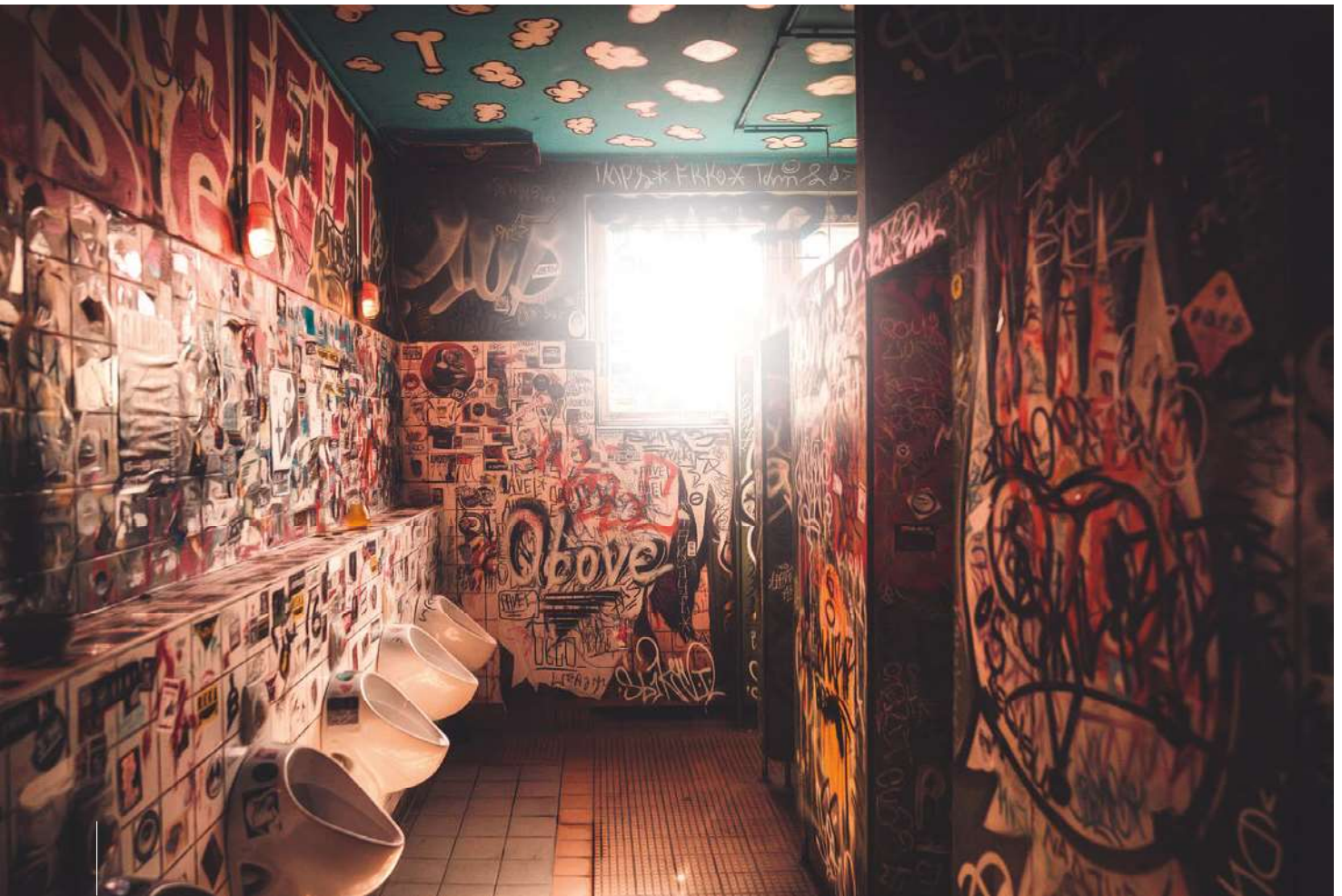
Darum gehts

„Filmmaker & Photographer“ steht auf der Website von Johannes Riggelsen, in ebendieser Reihenfolge – und das aus gutem Grund. Denn de facto erwirtschaftet der 30-Jährige, der sich vor vier Jahren mit Fotoreportagen von Musikfestivals selbstständig machte, heute rund 70 Prozent seines Einkommens als Filmemacher. Riggelsen erstellt unter anderem Imagefilme für mittelständische Unternehmen. Spezialisiert hat er sich aber vor allem auf sogenannte After-Movies, Trailer von Musikfestivals, welche die Festival-Atmosphäre in schnellen auf die Musik geschnittenen Takes verdichtet. Die Wertschöpfung sei im Bewegtbildbereich grundsätzlich besser als bei fotografischen Aufträgen, sagt Riggelsen. Sein fotografisches Spielbein will er dennoch weiter ausbauen. „Die unterschiedlichen Herausforderungen, Arbeitsabläufe und Ausdrucksmöglichkeiten von Film und Foto reizen mich gleichermaßen, beides hat definitiv seinen Zauber. Deshalb freue ich mich gleichermaßen über Film- und Foto-Aufträge“, sagt er. Darüber hinaus fotografiert der Hamburger gerne frei – vorwiegend im Bereich Street Photography, meist mit der Sony A7 SII, mit der er auch filmt, zuweilen aber auch

mit einer Panasonic-Lumix-LX100-Kompaktkamera. Das Spektrum der im Vintage-Look gehaltenen Motive reicht von urbanen Straßenszenen über subkulturell angehauchte Snapshots bis hin zu romantischen Stadt- und Landschaftsaufnahmen. „Das Feedback auf meine Bilder auf Facebook und Instagram ist wirklich gut. Als immer mehr Leute gefragt haben, ob es die Bilder auch zu kaufen gibt, habe ich vor vier Monaten einen Webshop aufgesetzt“, sagt er.

Das steckt dahinter

Entschieden hat sich Riggelsen nach ausgiebigen Recherchen für das Shop-System von pictrs, ein Anbieter mit Sitz in Leipzig, der rund 6.000 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat. Das Unternehmen bietet das marktübliche Spektrum an Bildprodukten an – vom Print auf Fotopapier und Leinwand über Alu-Dibond- und Acrylglas-Finishings. pictrs kooperiert mit Pixelnet, PosterXXL und dem Leipziger Fachlabor Profotolab und kümmert sich um Bestell- und Zahlungsabwicklung und Versand. Die Servicegebühr auf den Verkaufspreis liegt, abhängig vom gewählten >>>



Diese und folgende Seite: Riggelsens freie Arbeiten sind im Vintage-Look gehalten. Das motivische Spektrum reicht von urbanen Straßenszenen über subkulturell angehauchte Snapshots bis hin zu romantischen Stadt- und Landschaftsaufnahmen.

>>> Tarif, zwischen 10 und 20 Prozent. Der pictrs-Account selbst ist, in der einfachste Variante mit 2 GB Speicherplatz, kostenfrei. Riggelsen hat sich für eine kostenpflichtige Konfiguration entschieden, die für knapp 10 Euro pro Monat eine „White Label“-Funktion beinhaltet. Damit ist sein Shop, den er über Instagram und Facebook bewirbt, in Ästhetik und Anmutung an seine Website angelehnt und frei von Hinweisen auf den Dienstleister.

Das ist das Ziel

„Mir geht es darum, meine freien Arbeiten zu promoten. Innerhalb meines Gesamtvermarktungs-Mix ist der Webshop noch eine vergleichsweise kleine Säule, die aber deutlich wachsen soll. Gleichzeitig will ich mich nicht um Produktion und Verkaufsabwicklung kümmern müssen und bin froh, dass ich diesen Part an einen Dienstleister abgeben kann“, sagt Riggelsen.





Das sagt der Fotograf

„Die Zusammenarbeit mit pictrs funktioniert super, der Support ist wirklich gut, und das Team ist offen für neue Ideen. Meine Verkäufe laufen insofern gut, als dass die Leute überwiegend höherpreisige Produkte – etwa großformatige Alu-Dibond-Prints – ordern, was meiner Wertschöpfung zugutekommt. Andererseits ist der Absatz definitiv ausbaufähig. Auch deshalb werde ich einen weiteren, noch stärker individualisierten Shop aufsetzen, auf dem ich neben meinen Arbeiten auch die andere Fotografen feature, die mir gefallen. Ziel ist es einerseits, die Sichtbarkeit guter Fotografie insgesamt zu erhöhen, andererseits bin ich überzeugt, dass man im

Verbund mit anderen eine größerer Reichweite erzielt. Kollegen, die mit dem Gedanken spielen, einen Webshop aufzusetzen, würde ich vor allem raten, sich mit dem Thema Verkaufspsychologie zu beschäftigen. Tolle Bilder zu machen, reicht alleine nicht. Es geht auch darum, die eigenen Bilder und sich selbst aktiv zu ‚verkaufen‘, also eine Geschichte um die eigene Person und den eigenen Blick auf die Welt zu spinnen und jeden Promokanal zu nutzen. Denkbare ist eine Vielzahl von Außendarstellungen und Promotion-Formen – vom Facebook- und Instagram-Marketing über Gutschein-Aufkleber bis hin zu anderen Offline-Aktionen, wie dem Verteilen von Flyern auf Festivals und anderen Events.“



JOHANNES RIGGELSEN, Jahrgang 1987, fing mit 19 mit einer Canon EOS 550D an, zu fotografieren, lernte autodidaktisch schnell hinzu und machte sich einen Namen als Musikfestival-Reporter. Als immer mehr Aufträge auch im Bereich Film (After Movies) hinzukamen, machte er sich 2014 selbstständig. Zu seinen Kunden im Bereich Film und Fotografie zählen Festivalbetreiber sowie mittelständische Unternehmen (Image- und Corporatefilme) sowie Sporthersteller. Darüber hinaus fotografiert der Hamburger auch frei und bietet ausgewählte Werke seiner Street Photography über seinen Webshop an.

📧 www.johannesriggelsen.com | 📦 www.johannesriggelsen.store