

# KOLUMNE



## Erfolg als Fotograf

DIE KOLUMNE VON SILKE GÜLDNER

SCHWARMFINANZIERUNG FÜR FREIE PROJEKTE

### Machen Sie's mit der Crowd!

**Gute Ideen für freie Projekte landen oft in der Schublade, weil Fotografen ein aufwändiges oder besonderes Fotokonzept aus finanziellen Gründen nicht realisieren können. Dabei sind freie Arbeiten eine wichtige Investition in die Selbstvermarktung eines Fotografen und tragen entscheidend dazu bei, Kunden zu gewinnen. Mit dem Prinzip Crowdfunding gelingt es immer mehr Fotografen und Kreativen, interessante Projekte zu finanzieren und einem Publikum vorzustellen.**

„Think big“ – Schwarmfinanzierung ermöglicht es, ein aufwändiges fotografisches Projekt mit kreativer Freiheit zu planen und zu realisieren, ohne von einem Auftraggeber finanziell und inhaltlich abhängig zu sein. Dabei ist das Grundprinzip von Crowdfunding einfach: Die Last der Finanzierung eines Projektes wird von vielen Schultern getragen. Crowdfunding-Plattformen im Internet, wie zum Beispiel Indiegogo, Startnext oder Nordstarter, bieten Kreativen einen gut beschriebenen Leitfadens für das Veröffentlichens eines Projektes. Hier kommt es zunächst darauf an, das Konzept möglichst anschaulich und für die Perspektive des Betrachters überzeugend zu beschreiben. Fragen wie „Worum geht es in dem Projekt“, „Was sind die Ziele“ oder „Warum sollte man dieses Projekt unterstützen“ sollten überzeugend beantwortet werden. Auch wofür das gesammelte Geld verwendet wird und was damit passiert, muss im Vorfeld festgelegt sein. Die erfolgreiche Finanzierung einer Idee durch Crowdfunding ist stark abhängig von der Wahl des Themas. Ein gutes inhaltliches Konzept findet eher eine ausreichende Anzahl an Geldgebern als eine oberflächliche oder zu werbliche Idee. Der entscheidende Punkt aber ist die Motivation des Fotografen oder Kreativen für sein jeweiliges Thema. Hier kommt es darauf an, dass der Funke überspringt und die Crowd spürt, dass Sie diese Idee unbedingt realisieren wollen, dann wird sie auch in Ihr Projekt investieren. Damit ist die Crowd eine gute Jury für Ihr Thema, denn die Resonanz der Community auf eine Projektidee ist ein früher, wichtiger Indikator für deren Erfolgchancen.

Durch Crowdfunding realisierte Projekte von Fotografen können zum Beispiel Dokumentationen oder Reportagen sein, auch Themen, die für einen längeren Produktionszeitraum angelegt sind und zum Beispiel als Buchprojekt oder Kalender publiziert werden. Aber auch inszenierte Konzepte mit Requisiten, Styling oder Modellen und aufwändiger Bildbearbeitung werden auf diesem Weg finanziert und veröffentlicht. Ein erfolgreiches Beispiel für Schwarmfinanzierung ist der TV-Film zur Serie „Stromberg“, für dessen Produktion innerhalb von nur einer Wo-

che die Produktionsfirma eine Million Euro sammeln konnte. Oder das Projekt „Blitzgeschichten“ eines Fotografenteams, das sich mit Bochum und der Autofirma Opel auseinandersetzt und mit ihrem Fotokalender traditionelle Ruhrgebietskultur unterstützt und bewahrt.

Crowdfunding eignet sich besonders für Fotografen und Filmemacher, die ein Thema „erzählen“ wollen, das einen Bezug zum Konsumenten oder einem bestimmten Publikum hat. Ein Thema, das unterhaltsam, nützlich, informativ oder kulturell interessant sein sollte. Viele Fotografen produzieren regelmäßig freie Arbeiten als Investition in ihre Mappe. Das ist gut, aber aufgrund kostspieliger Produktionsfaktoren für gute Stories sind oft Kompromisse in der Umsetzung nötig, denn Locations, gute Modelle und ein professionelles Team sind teuer. Durch Schwarmfinanzierung lässt sich Ihre Idee mit der geplanten Ausstattung umsetzen. Ein großer Vorteil von Crowdfunding ist, dass sich Finanzierung, Marketing und Vertrieb hervorragend verknüpfen lassen. So sind potenzielle Konsumenten von Anfang an dabei.

Am besten überprüfen Sie Ihre Idee, indem Sie sich in Ihr „Publikum“ hineinversetzen. Formulieren Sie Ihr Projekt, schreiben Sie ein Konzept und bestimmen Sie das Ziel Ihrer Idee. Eine erfolgreiche Finanzierung gelingt mit einer ansprechenden Projektpräsentation: gute Gestaltung, ein anschaulicher Text mit Argumenten und eine überzeugende Videobotschaft, in der Sie Ihre Idee dem Publikum vorstellen.

Weil Fotografen eher hinter der Kamera stehen, ist für viele dieser Perspektivwechsel nicht leicht. Aber sich und sein Projekt vorzustellen ist nicht nur für Crowdfunding zielführend, auch in der Arbeit als Auftragsfotograf, zum Beispiel in der Kundengewinnung und im Selbstmarketing braucht es diese Skills, um zu überzeugen. Denn neue Ideen sollten nicht in der Schublade liegen und können nur erfolgreich sein, wenn Sie von einer guten Präsentation begleitet werden und ihr Publikum finden.

#### Und von welchem Projekt träumen Sie?

Silke Guldner berät Fotografen und Kreative bei der richtigen Positionierung und Präsentation.

[www.silkeguldner.de](http://www.silkeguldner.de)

PIXX.IO

## Bildverwaltungs-lösung

Das im März dieses Jahres gegründete Unternehmen pixx.io bietet eine serverbasierte Software zum Sammeln, Verwalten und Teilen von Bild- und Mediendateien in Unternehmen.

Die Software erleichtert Mitarbeitern und Kunden die tägliche Arbeit mit Bild-, Grafik-, und Videodateien. Dabei soll pixx.io sicher, effizient und für jeden Anwender einfach zu handhaben sein. Zielgruppen sind mittelständische Unternehmen und Kreativagenturen mit bis zu 15.000 Angestellten. In Kombination mit einem Mini-Server ist die Software auch als pixx.io Box erhältlich, die speziell für kleine Teams mit zwei bis 15 Personen entwickelt wurde. Die Jungunternehmer aus dem oberbayerischen Mühldorf konnten im Juli ein mittleres sechsstelliges Seed-Investment einsammeln. Das neue Kapital möchte das Unternehmen in erster Linie in den Ausbau der Vertriebsstrukturen und die Weiterentwicklung der Software investieren.



EINZELCOACHINGS

## Mit Herbert Piel

Herbert Piel bietet ab sofort speziell auf den Teilnehmer zugeschnittene individuelle Foto-Intensiv-Workshops über zwei bis drei Tage an.

Basierend auf seiner langjährigen Workshop Erfahrung bietet Herbert Piel im Intensiv-Einzelcoaching alle theoretischen und praktischen Infos die man benötigt, um auf eine höhere Stufe in der Fotografie zu gelangen. Die Themen reichen von speziellen Einstellungen über Sujets, bis Bildsprache und Motive erahnen, von praktischen Vorbereitungen bis Verhalten, von Fotopsychologie bis zur Reportage-Fotografie. Die Workshops werden ausschließlich vor Ort beim Interessenten abgehalten, um direkt im Workflow-Umfeld, also auch in der Nachbereitung usw. erfolgreich eingreifen zu können.