

12. Dezember 2005

Unsere Themen:

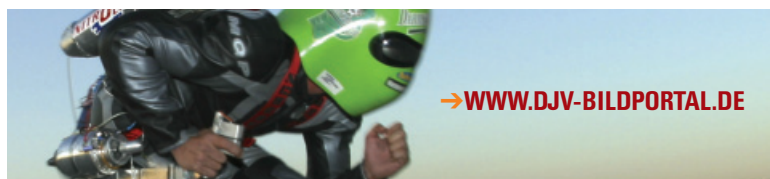
- Programmierung im Endspurt
- Vermarktung
- Absatzchancen
- Zuständigkeiten
- Sinnvolle Zusatzsoftware

Die Beiträge:

| | |
|-----------------------------|---|
| Vermarktung | 2 |
| Zuständigkeiten | 2 |
| Welche Fotos: Portalregeln | 2 |
| Preisstruktur | 3 |
| Absatzchancen | 3 |
| APIS: Noch nicht integriert | 3 |
| Warum Imagia? | 4 |

DJV-Bildportal

Jetzt anmelden!



Bildportal: Programmierung im Endspurt

„Kollegen, nutzt die Chance, mit einer gemeinsamen Plattform am Markt aufzutreten!“ Mit diesen Worten reichte ein Berliner Fotojournalist letzte Woche seine Vertragsunterlagen bei der DJV-Verlags- und Service-GmbH (V&S) ein.

Immer mehr Fotojournalisten entschließen sich zur Teilnahme am DJV-Bildportal. Ihre Zahl wird noch deutlich zunehmen, wenn die grafische Oberfläche fertig gestellt ist. Die zuständigen Techniker arbeiten derzeit unter Hochdruck an der Einpassung von Layouts und speziellen Programmabläufen.

„Viele Fotografen wollen erst einmal konkret sehen, wie ihre Präsenz im DJV-Bildportal aussehen würde. Daher erwarten wir einen deutlichen Zulauf, sobald wir eine lauffähige Version im Internet zeigen können“, betont Wolfgang Bickelmann von der V&S.

Nach den jetzigen Planungen wird die Software bis zum 15. Januar 2006 alle Tests durchlaufen haben. Daher finden in der zweiten Januarhälfte 2006 die Schulungen für Teilnehmer statt. Der Start auf dem Bildermarkt soll am 1. März 2006 erfolgen, wenn die Teilnehmer ihre Bild-

bestände in das Portal eingestellt haben.

Die Testversion ist ab Januar unter www.djv-bildportal.de zu finden. Interessenten können sich auch per Mail an bildportal@djv.de unverbindlich voranmelden.



**Schau mal, wer da guckt:
DJV-Bildportal startet in Kürze**

DJV-Bildportal: Wann und wie geht's los?

Das DJV-Bildportal wird nach den jetzigen Planungen am 1. März 2006 für Redaktionen zugänglich sein. In der zweiten Januarhälfte soll mit den Schulungen der Teilnehmer begonnen werden. Hier geht es technische Anforderungen, hilfreiche Software und rechtliche Fragen. Die Schulungen werden regional verteilt stattfinden. Ein Terminplan geht den angemeldeten Fotografen noch

zu. Vor der Durchführung der Schulungen wird die Anmeldegebühr in Höhe von 200 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) durch Bankeinzug erhoben. Die monatliche Beitragspflicht entsteht für die angemeldeten Teilnehmer allerdings erst ab März 2006. Das DJV-Bildportal wird ab dem Start mindestens für eine einjährige Testphase im Betrieb bleiben. Nach Ablauf dieses Jahres sollen die Erfahrun-

gen ausgewertet und erforderliche Anpassungen vorgenommen werden. Themen der Schulung sind die Architektur und Softwareabläufe im DJV-Bildportal, die Verwaltung der Zugriffsrechte auf Bilder, die Verschlagwortung, Haftungsfragen und natürlich der Umgang mit den Features der Software Imagia, die nach der Schulung bis zu sechs Monate lang kostenlos getestet werden.



Jeder Teilnehmer ist ein Botschafter des Bildportals

„Die DJV-Arbeitsgruppe Bildportal ist zuständig für Konzeption und Änderungswünsche.“



Welche Dateien gehören ins Netz: Portalregeln

Wie wird das Bildportal vermarktet?

Mit 30 Euro pro Teilnehmer und Monat sowie einer einmaligen Anschubfinanzierung durch DJV-Landesverbände ist das Budget des DJV-Bildportals eng geschnürt. Kreativität und Mut zu ungewöhnlichen Konzepten gehören daher zum Marketingkonzept.

Die Bildjournalisten selbst sollen in das Marketing integriert werden. Jeder Teilnehmer wird auch Botschafter des Bildportals in den Redaktionen sein und er-

hält dafür eine eigene Unteradresse im DJV-Bildportal nach dem Muster „mueller.djv-bildportal.de“. Unter dieser Adresse sind die jeweiligen aktuellen Bilder dieses Teilnehmers zu sehen.

Es wird erwartet, dass die Teilnehmer vor allem diese Adresse streuen. Damit machen Sie nicht nur Werbung für sich, sondern auch für die Angebote ihrer Kollegen. Selbstverständlich wird auch mit traditionellen Mitteln wie Anzeigen oder Mailings für

das Bildportal geworben werden.

Michael Hirschler vom DJV-Referat Bildjournalisten sieht die Teilnehmer in einer wichtigen Rolle: „Die Redaktionen erwarten nicht nur eine Datenbank, sondern auch konkrete Ansprechpartner. Das Portal verzichtet aber bewusst auf Personal, um den Teilnehmern Kosten zu sparen. Das Portal ist auch keine Agentur, daher ist jeder Teilnehmer selbst gefragt.“

Wer betreut das DJV-Bildportal im DJV?

Das DJV-Bildportal wurde vom Bundesfachausschuss der Bildjournalisten angeregt. Nach langen Diskussionen wurde eine Arbeitsgruppe Bildportal gegründet, die sich aus Vertretern des Fachausschusses und weiteren Vertretern aus Landesverbänden, Bundesvorstand und Bundesgeschäftsstelle zusammensetzt.

Die AG Bildportal hat nach mehreren Sitzungen den Bundes-

vorstand gebeten, mit der V&S einen Vertrag über die Umsetzung eines Bildportals abzuschließen.

Ansprechpartner bei der V&S ist deren Geschäftsführer Wolfgang Bickelmann. Für die DJV-Geschäftsstelle, die im Interesse der DJV-Mitglieder mit der V&S verhandelt, ist Michael Hirschler vom Referat Bildjournalisten zuständig. Die AG Bildportal wird durch den Fotojournalisten Max

Kohr vertreten. In technischer Hinsicht ist die confessMEDiA in Regensburg zuständig, die eine E-Mail-Hotline für angemeldete Teilnehmer bietet.

Die AG Bildportal befasst sich regelmäßig mit Grundfragen oder Änderungswünschen für das Bildportal. Mitglieder können sich wegen solcher Fragen direkt an Michael Hirschler von der DJV-Geschäftsstelle wenden.

„Was passiert, wenn ich einige Kollegenfotos habe?“

In das Bildportal können Bilder von DJV-Mitgliedern eingestellt werden. Im Regelfall wird davon ausgegangen, dass die Bilder vom DJV-Mitglied selbst fotografiert wurden. Allerdings arbeiten einige Kollegen agenturähnlich und bieten auch Bilder anderer Kollegen an. Fotos von anderen Fotografen können unter den folgenden Bedingungen angeboten werden. Zunächst gilt: Es müssen natürlich Bilder von DJV-Mit-

gliedern sein. Weiterhin: Der Fotograf muss die erforderlichen Nutzungsrechte an den Bildern haben. Eine bloße Vertretung des Fotografen ist unzulässig. Schließlich: Grundsätzlich ist ein weiterer Beitrag pro Bildnutzungsrecht (d.h. erworbenen Bildrechten eines Fotografen) zu zahlen, es sei denn, der Umsatz aus diesen weiteren Verkäufen liegt pro Bildnutzungsrecht jährlich unter 2.000 Euro. Ein zusätzlicher Beitrag soll

auch zu zahlen sein, wenn die Bildmenge pro Bildnutzungsrecht über 3.000 Stück steigt.

Wer – wie oben geschildert – Bilder anderer DJV-Mitglieder in das Bildportal einstellen will, wird hierzu eine Sondervereinbarung mit der DJV-V&S abschließen, in der diese besondere Situation geregelt wird. Die Teilnahme von Agenturen „als Agentur“ ist dagegen im Regelfall ausgeschlossen.

Die Preisstruktur: Einfach und übersichtlich

Die Anmeldegebühr für das Bildportal beträgt 200 Euro. Mit ihnen werden Schulungskosten und technische Investitionen finanziert.

Weiter fallen 30 Euro monatlich zur Deckung der laufenden Betriebskosten und Marketingmaßnahmen an.

Wer mehr als 3.000 Bilder in das Bildportal hochladen will, muss pro zusätzlichem Bild einmalig 3 Cent zahlen. Wer dage-

gen keine Bilder in das Bildportal lädt, sondern auf Bilder seiner eigenen, andernorts platzierten Datenbank verweist, muss keine weitere Cent-Gebühr zahlen, da er keinen Speicherplatz verbraucht.

Lediglich der Anschluss einer externen Datenbank wird berechnet, wenn es sich nicht um eine bereits vorprogrammierte, übliche Schnittstelle handelt. Hierzu kann ein Kostenvoranschlag ein-

geholt werden. Wenn hoch aufgelöste Bilder vom Kunden heruntergeladen und auch bezahlt werden, zahlt der Bildjournalist 12 Prozent Umsatzbeteiligung vom Honorar an den technischen Dienstleister. Der Fotograf rechnet den Umsatz regelmäßig gegenüber dem Dienstleister ab. Weitere Kosten entstehen nicht. Zusätzliche Software ist optional. Zu allen Preisen kommt die gesetzliche Mehrwertsteuer.

„Wird das DJV-Bildportal meinen Absatz steigern?“

Den Verkauf von Bildern durch das Bildportal um ein Vielfaches steigern – schön wäre es. Der DJV will jedoch keine unrealistischen Erwartungen bei seinen Mitgliedern wecken.

Das Bildportal ist eine zusätzliche Präsenz am Markt und zugleich ein Mittel zur Selbstvermarktung. Mit maximal 360 Euro im Jahr (und einmalig 200 Euro Anmeldegebühr) sind Fotojournalisten weltweit in einem seriösen und anerkannten Umfeld

von Kollegen präsent. Erfolgsgarantien kann es nicht geben. Der Erfolg hängt letztlich von der Akzeptanz des Angebotes ab.

Das Wichtigste ist und bleibt aber die Selbstvermarktung des Fotografen. Dabei kann die Präsenz im DJV-Bildportal helfen.

Michael Hirschler, der im DJV das Referat Freie und Bildjournalisten betreut, stellt fest: „Es gibt am Bildermarkt Agenturen und Dienstleister, die im DJV-Bildportal tatsächlich eine

Bedrohung im Kampf um Marktanteile sehen. Das DJV-Bildportal kann und will Agenturleistungen aber nicht ersetzen. Es ist ein Komplementärangebot.“

Hirschler weist darauf hin, dass das Bildportal sich vor allem an Kollegen wendet, die Marketing und Abrechnung selbst übernehmen wollen. Manche Kollegen würden deswegen Agenturen bevorzugen – oder auch beide Vertriebswege nutzen.

APIS: Anschluss gewünscht?

Viele Redaktionen beziehen ihre Bilder nicht durch die verbreiteten Internetbrowser (Internet Explorer, Firefox u.a.), sondern nutzen aus alter Gewohnheit das APIS-System. Das APIS-System wurde in den 80er Jahren entwickelt und ist in den Redaktionen nach wie vor verbreitet. Es besteht aus den APIS-Browsern, die in speziellen APIS-Datenbanken suchen und über ein „Webgate“ auch andere Internetdatenbanken einbinden. Diese Einbin-

dung ist in der Regel gebührenpflichtig. Langfristig rechnen Fachleute zwar damit, dass der direkte, internetbasierte Bildvertrieb auch in den Redaktionen dominieren wird. Das gilt vor allem dann, wenn die Onlinedatenbanken Features bieten, die den bisherigen Datenbanksystemen entsprechen.

Kurz- und mittelfristig spricht allerdings einiges dafür, dass Bildjournalisten auch in APIS präsent sein sollten. Das DJV-

Bildportal will auf alle üblichen Vertriebswege setzen. Der wesentliche Vertriebsweg soll über das Internet laufen. Aber auch APIS soll den Teilnehmern als zusätzliche, frei wählbare Option angeboten werden. Die Mehrkosten halten sich im Rahmen, wenn von vornherein nur bestimmte Bilder für APIS freigeschaltet werden. Die Teilnehmer werden informiert, sobald weitere Details feststehen.



Übersichtliche Preisstrukturen sind für seriöse Kalkulation unverzichtbar

„Das Bildportal kann und will Agenturleistungen nicht ersetzen.“



Alle Systeme mit einem Wurf erreichen: Das Bildportal soll technisch offen sein

Lernen Sie unsere Service-Seite kennen.



DJV-VERLAGS- UND SERVICE-GMBH

**Bennauerstraße 60
53115 Bonn**

Fon: 0228 / 2017220

Fax: 0228 / 2017218

E-Mail: bildportal@djv.de

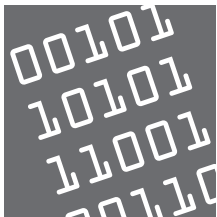
**Sie finden uns auch im Web!
www.djv-bildportal.de**

Mit speziell auf Journalistinnen und Journalisten zugeschnittenen Angeboten will die DJV-Verlags- und Service-GmbH einen echten Mehrwert bieten. Lernen Sie unsere Service-Seiten kennen.

Unter http://www.djv.de/service/v_und_s/uebersicht.shtml finden Sie verschiedene Angebote, beispielsweise Mietwagen, Versicherungen (z.B. Fotoausrüstung), Fachliteratur und Software.

Speziell für Bildjournalisten : Die Scan-Software Silverfast, mobile Datenübertragung und Telefonie sowie Reinigungsutensilien für die Kamera.

So erreichen Sie uns am besten: bildportal@djv.de



**Die Empfehlung:
Imagia spart Zeit**

Warum empfiehlt die AG Bildportal die Software Imagia?

Viele Bildjournalisten und -redaktionen arbeiten mit dem Bildverwaltungsprogramm Captionwriter. Verbreitet sind auch die Programme FotoStation und MediaDex (Cumulus).

Was spricht für die von confessMEDiA entwickelte Software Imagia, wo es doch bereits die erwähnten Programme gibt? Diese Software ist ganz auf das DJV-Portal zugeschnitten und bietet einige zusätzlichen Features, die in anderen Programmen nicht zu finden sind. Neben der auf internationalem IPTC-Standard basierenden Beschriftung findet der Anwender/in vor allem die Nachverschlagnung von bereits in der Datenbank befindlichen Bildern. Die Online-Nach-

verschlagnung ohne erneutes Hochladen der Dateien (wie in anderen Programmen) ermöglicht eine kontinuierliche Aktualisierung auch von Suchbegriffen. Denn alte Bilder passen in den Keywords nicht zu neuen Themen, werden also nicht gefunden. Ohne Imagia hat der Journalist nur die Möglichkeit die ganze Datei, also Bild mit Text nochmals auf den Server zu übertragen. Die vorhandene Datei auf dem Server wird dann überschrieben. Erfahrene Kollegen wissen, welcher enormen Aufwand, vor allem zeitlicher Art dies bedeutet. Imagia spart also Zeit und erhöht die Verkaufschancen. Einzel- und Serienbeschriftung, direkter Upload aus

dem Programm heraus sowie FTP- und Mail-Versand sind Selbstverständlichkeiten. Ein besonderes Feature ist die sammelweise Umformatierung von Bildern, die bequem per Drag und Drop auf ein Symbol erfolgt. Die Bilder werden automatisch in das vordefinierte Wunschformat (Dateityp, Größe) des Auftraggebers umgerechnet und auf Wunsch auch automatisch versandt. Imagia ist bis zum 31. 12. 2005 für 200 Euro erhältlich, danach für 249 Euro (zzgl. MwSt). Wer am DJV Bildportal teilnimmt, kann sich Zeit lassen. Bis zu sechs Monate kann Imagia nach der Schulung kostenlos getestet werden.