

# LEICHT VERDIENTES GELD?



**Dr. Tilo Gockel**

hat in der Informatik, im Bereich der Bildverarbeitung promoviert und kennt entsprechend auch die der Bildbearbeitung zugrunde liegenden Methoden. Weiterhin hat er sich schon immer parallel mit Fotografie beschäftigt. Beispiele seiner Arbeit und Workshops findet man unter <http://www.praxisbuch.net> und <http://www.fotopraxis.net>

## Microstock-Vertrieb am Beispiel Fotolia

Wer sich intensiv mit der Fotografie beschäftigt, der möchte vielleicht auch einmal damit Geld verdienen. Neben den klassischen Tätigkeitsfeldern wie Hochzeitsfotografie und Studiofotografie gibt es mittlerweile seit einigen Jahren ein ganz neues Phänomen, die sog. Microstock-Agenturen. Es handelt sich um Online-Anbieter, die Bildmaterial von Fotografen einkaufen und an interessierte Kunden weiterverkaufen. Das ist bis jetzt noch nichts Neues, da es schonfrüher solche Stock-Agenturen gab, die die Vermarktung der Bilder von professionellen Fotografen übernommen haben. Neu ist das *Micro*, welches auf die geringen Kosten pro Bild hindeutet. Wurde früher ein Bild von einer Profi-

Stock-Agentur für einige Hundert Mark verkauft, so ist jetzt auch qualitativ hochwertiges Bildmaterial schon für einige Dutzend Eurocent zu bekommen – es hat sich offensichtlich viel verändert. Die Microstock-Agenturen können sich die günstigen Preise erlauben, da mittlerweile auch viele Hobbyisten diese Vermarktungsschiene für sich entdeckt haben und somit die Konkurrenz unter den Fotografen sehr stark ist. Weiterhin funktioniert ein lukratives Geschäft bei diesem neuen Geschäftsmodell nicht mehr über hohe Preise, sondern über viele Verkäufe, und diese sind aufgrund des stetig wachsenden Bildbedarfes für Online- und Print-Publikationen tatsächlich möglich (Abbildung 1).

Suchen    Foto  Illustration  Vektor  Video  Erweiterte Suche

Couple giving two young children piggyback rides smiling © Monkey Business #8653783

**KAUFEN**  
+ LEUCHTKASTEN

In den  Einkaufswagen legen

**DETAILS**

URHEBER  
Monkey Business

REPRÄSENTATIVE KATEGORIE  
> Menschen  
> In Aktion  
> Beim Spielen

KONZEPTIONELLE KATEGORIE  
> Gefühle & Emotionen  
> Glück  
> Freude

KEYWORDS  
30: Eltern brückerstufen  
caucasian children  
countryside enjoying  
familie frau freudig  
horizontale jungbülle kind  
kleines mädchen leute  
lächelnd malzkaffee  
mannside manne mödlie  
aged mom mädchen  
männlich mütter

OUTDOORS  
papapeischnabel park  
piggyback portrait  
spielen tage  
tageszeiten tocht vater  
weiblich zusammen

LAND  
ars&istancian

URL  
<http://www.fotolia.com/id/8653783>

Größe	Lizenz	Preis	Bildgröße in Pixel (MP) und cm	Download
XS	XS Standard	2 Credits	424 x 283 (0,1 MP), 15,0 cm x 10,0 cm @72 dpi	<a href="#">Download</a>
S	S Standard	6 Credits	849 x 566 (0,5 MP), 30,0 cm x 20,0 cm @72 dpi	<a href="#">Download</a>
M	M Standard	10 Credits	1698 x 1125 (1,9 MP), 14,3 cm x 9,5 cm @300 dpi	<a href="#">Download</a>
L	L Standard	14 Credits	2266 x 1571 (3,7 MP), 19,9 cm x 13,3 cm @300 dpi	<a href="#">Download</a>
XL	XL Standard	16 Credits	3421 x 2260 (7,8 MP), 29,0 cm x 19,3 cm @300 dpi	<a href="#">Download</a>
XXL	XXL Standard	20 Credits	4992 x 3328 (16,6 MP), 42,3 cm x 28,2 cm @300 dpi	<a href="#">Download</a>
XS	Erweiterte Lizenz	200 Credits	4992 x 3328 (16,6 MP), 42,3 cm x 28,2 cm @300 dpi	<a href="#">Download</a>

**Kaufen Sie dieses Bild ab 0,75 € im Einzeldownload und mit Credits!**  
Credits sind die Fotolia-Währung. Sie ermöglichen Ihnen Bilder dann zu kaufen, wenn Sie sie benötigen.  
[Weitere Informationen](#) | [Credits kaufen](#)

**Laden Sie dieses Bild für gerade mal 0,14 € im Abonnement herunter!**  
Von 1 Monat bis 1 Jahr | Von 25 bis 250 Bildern täglich | Von 1 bis zu unbegrenzten Usern  
[Weitere Informationen](#) | [Jetzt abonnieren](#)

20071 5464

Lizenz-Gesetz herunter laden  
[Übersicht der Verwendungsrechte, Preise und Formate](#)

Für ein erstes Kennenlernen dieses interessanten neuen Bereiches ist ein Zugang rasch eingerichtet. Auch das Hochladen der ersten Bilder und das Verschlagworten funktioniert problemlos und nach 24 Stunden bis maximal vier Tagen erscheinen die Bilder auch im Angebot (wenn sie denn die Qualitätsprüfung bestanden haben), aber dennoch gibt es noch vieles zu beachten: Die optimale Verschlagwortung, juristische und steuerrechtliche Details, technische Voraussetzungen, Insider-Tipps usw. Und wie sind überhaupt die Verdienstchancen? Könnte man bspw. damit seinen Lebensunterhalt bestreiten? In den folgenden Abschnitten werden hierauf Antworten gegeben. Als Beispiel wird einer der internationalen Platzhirsche, die Agentur Fotolia, näher vorgestellt.

Abbildung 1: Das bei Fotolia aktuell gerade erfolgreichste Bild mit immerhin 5464 Verkäufen. Das könnte geschätzt nur für dieses Bild einen Erlös für den Fotografen von rund 6000 Euro bedeuten (Hochrechnung anhand pers. Erfahrung, vgl. auch die Zahlen im Erfahrungsbericht).

## SO FUNKTIONIERT FOTOLIA

### Juristische Voraussetzungen

Die juristischen Voraussetzungen sind bei allen Agenturen ähnlich. Zuerst einmal muss der Fotograf volljährig sein. Weiterhin muss er der Urheber des von ihm hochgestellten Bildmaterials sein und abschließend darf er keine Personenrechte oder Markenrechte verletzen. Ansonsten bleiben selbstverständlich auch blutrünstige, pornografische oder rechtsradikale Bilder außen vor.

### Steuerrechtliche Voraussetzungen

Hinsichtlich steuerrechtlicher Voraussetzungen ist zu bedenken, dass viele der Agenturen (und so auch Fotolia) ihren Hauptsitz in den USA haben. Hier ist bei den Abrechnungen die Gefahr der Doppelbesteuerung gegeben: Zuerst hält die USA für dieses vermeintlich in den USA verdiente Geld die Hand auf. Weiterhin muss aber auch der deutsche Anbieter nach dem sog. Welteinkommensprinzip seine gesamten Einnahmen dem deutschen Finanzamt im Rahmen der Einkommenssteuererklärung melden. Zur Lösung dieses Problems existiert zwischen den USA und Deutschland ein Abkommen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung (ugs.: Doppelbesteuerungsabkommen). Für den Fotolia- oder Shutterstock-Anbieter bedeutet dies kurz gesagt, dass er ein Formular ausfüllen muss und dann auch wirklich nur im Heimatland Steuern zu entrichten hat – ohne dieses Formular drohen Abzüge. Als Formular ist der Typ *Online W-8 BEN* zu wählen, die Steuernummern EIN, SSN oder ITIN sind normalerweise nicht relevant und diese Felder entsprechend leer zu lassen. Weitere Details, FAQs und Anleitungen hierzu finden sich bei den Agenturen und im Web.

### Technische und qualitative Voraussetzungen

Fotolia vermarktet auch Fotos von Amateuren, setzt aber dennoch einen gewissen Qualitätsstandard voraus: Mindestauflösung 2400 auf 1600 Pixel, Farbraumprofil sRGB (Vorsicht: Andere Agenturen ziehen AdobeRGB vor), gängiges Breiten-/Höhenformat. Die Bildinterpolation zur Erhöhung der Auflösung ist untersagt, des Weiteren sollten die Bilder scharf und dezent scharfgezeichnet, korrekt belichtet (ohne übersteuerte Bereiche), rauschfrei und frei von Tonwertabrissen und Pixelfehlern sein. Wenn es sich weiterhin um sog. Freisteller handelt, so sollten die Objekte auch wirklich sauber freigestellt sein. Falls irgendwo im Bild Markenlogos erkennbar sind, so müssen diese retuschiert werden bzw. es muss eine Genehmigung mitgegeben werden. Falls im Bild Personen erkennbar sind, so muss ein Model-Release-Vertrag mitgeschickt werden – interessanterweise auch für Selbstporträts.

### Verschlagwortung

Eine optimale Verschlagwortung der Bilder ist das A und O des Verkaufserfolges. Auch wenn die Bilder mittlerweile auch in Rubriken wie Freizeit, Gesundheit, Natur usw. abgelegt werden, so ist doch davon auszugehen, dass die meisten Kunden einfach über textuelle Suchbegriffe suchen – und da wünscht sich der Fotograf natürlich, dass sein Bild auch gefunden wird! Man kann bei Fotolia minimal sieben und maximal 50 Tags oder Schlagworte vergeben. Eine Sprache reicht hierbei aus, diese wird dann für die anderen Länder maschinell übersetzt. Ein Beispiel im Selbstversuch macht die Wichtigkeit der optimalen Verschlagwortung klar. Hochgestellt war ein Foto von einem Schokosahnetörtchen, verschlagwortet mit: *schoko, törtchen, torte, schokolade, schokoladentörtchen, sahne, sahnentörtchen, sommer*. Das Bild wird am Tag der Akzeptanz durch das Selektionsteam gefunden unter: *schokotorte, schoko törtchen, schoko*. Es wird aber nicht gefunden unter: *schokotörtchen, schoko kuchen, chocolate cake, chocolate, chocolate tart, chocolate torte, choco tarte*. Hieraus lässt sich leicht ableiten, dass die Verschlagwortung und auch die Syntexanalyse von Fotolia nicht besonders intelligent ist. Wer sein Foto eines Erdbeeryoghurts gefunden haben möchte, der sollte tunlichst auch exakt die Suchbegriffe als Tags hinzufügen. Nur *erdbeeren* reicht nicht für einen Erfolg bei der Suche nach *erdbeer*. Auch *Vertipper* bzw. andere Schreibweisen (österr.: *jogurt*) funktionieren nicht, und wer mit *torte* getagged hat, wird nicht unter *kuchen* gefunden. Das System ist

nicht sehr leistungsfähig, aber zumindest relativ transparent und beherrschbar. Die Reihenfolge der Tags ist übrigens wirklich wichtig und anscheinend fast direkt proportional zur Seitennummer der Ergebnisliste. Summa summarum lohnt es sich, hier ein wenig mehr Zeit reinzustecken und das Tagging entsprechend gut auszutüfeln – auch und gerade im Vergleich zu den Mitbewerbern mit ähnlichen Motiven. Auch sollte man auch selbst einmal nach den eigenen Fotos suchen und damit dann schnell lernen, was funktioniert und was nicht.

Abschließend noch eine Betrachtung der Verschlagwortung für die anderssprachigen Fotolia-Filialen: Hochgestellt wurde ein Foto von italienischem Gebäck, verschlagwortet mit *cantuccini, biscotti*. Es wird auf der deutschen, der englischen und der amerikanischen Fotolia-Website sofort über beide Tags auf Seite eins gefunden, auf der französischen Website werden allerdings nur die *biscotti* gefunden.

### Ranking

Wenn der Kunde nach Bratwurst sucht und das eigene Foto auf den ersten paar der 35 Ergebnisseiten mit jeweils rund 30 Fotos dabei ist, so ist die Chance auf einen Verkauf des Bildes sehr viel größer, als wenn das Foto erst auf Ergebnisseite 35 erscheint. Entsprechend möchte jeder Anbieter sich optimal platziert wissen. Aber wie funktioniert das Ranking überhaupt genau bei Fotolia? Eine E-Mail-Anfrage brachte folgende Auskunft zutage (2009-06-17, E-Mail an Hrn. Martin Ruge, Director German Operations):

„(...) Der Faktor Relevanz errechnet sich aus folgenden Faktoren: Aktualität (Uploaddatum), manuelles Rating durch das Selektionsteam, automatisches Ranking (Verhältnis von Ansichten zu Downloads). Die exakte Formel kann ich Ihnen leider nicht verraten. Auf jeden Fall funktioniert die Sortierung nach Relevanz ziemlich gut, vor allem bei einer hohen Anzahl von Treffern bei der Suche. Wichtig ist auch, dass die Reihenfolge der Keywords auch vom Fotografen nach Relevanz eingegeben werden sollte. Die ersten Keywords sollten immer die wichtigsten sein. Insbesondere die ersten Keywords spielen eine große Rolle.“

### Empfehlungen

Es herrscht noch immer eine große Kluft zwischen den Themen, die der Kunde sucht (Finanzkrise, Wasser, Berlin, Business, Büro) und jenen, die der Fotograf gerne anbietet (Blumen, Frühling, Baum, Natur), gut erkennbar über die Tag Clouds, die man auf der Fotolia-Seite via Suchoptionen erreicht. Hier ist entscheidend ein erster wichtiger Hinweis, dass man sich für gute Verkaufszahlen an den von den Käufern gesuchten Tags orientieren sollte (Abbildung 2).



Abbildung 2: Momentaufnahme zweier Tag Clouds, April 2010: Was suchen die Kunden? Was bieten die Fotografen an?

# MICROSTOCK-VERTRIEB AM BEISPIEL FOTOLIA

Weiterhin ist es stets ratsam, Platz für Text zu lassen, die Bilder als Freisteller, also mit freigestelltem Inhalt, und das Motiv sowohl im Quer- als auch im Hochformat anzubieten. Wenn zumindest anfangs nur jedes dritte oder vierte Foto angenommen wird, so ist der Fotograf schnell versucht, die Bilder einfach immer wieder hochzustellen. Grundsätzlich ist dies durch Fotolia untersagt, funktioniert aber zumindest in Einzelfällen dennoch. Hier ist aber sicher demnächst eine Änderung zu erwarten, da ein Abfangen von Dubletten durch ein einfaches Fingerprinting relativ leicht möglich ist. Dann müsste der Fotograf das Bild zumindest nochmals minimal editieren vor dem erneuten Versuch. Die Rezensenten von Fotolia sind auch Menschen und entsprechend einer gewissen Kommunikation zugänglich. Möglich wird dies durch die Eingabezeile für den Kommentar an den Bewerter, oben unter dem Bildnamen – der Text muss übrigens auf Englisch sein. Man sollte diese Zeile nutzen und dort Kommentare unterbringen wie bspw. „Picture series of Plums – should fit to autumn“, „Three images of colored smoke, different colors and viewpoints“ usw. Dies ermöglicht einmal eine Erklärung der Bilder bzw. Bildreihen und Redundanzen und baut weiterhin auch einen gewissen persönlichen Kontakt auf.

Nach und nach wird jeder, der sich intensiv mit Microstock beschäftigt, eine Nische finden. Stets gilt es abzuwägen: Kundeninteresse (die Kunden suchen aktuell bspw. oft nach dem Tag Wasser) gegen bereits bestehendes Angebot (10.000 gute Bilder dazu, das eigene wird entsprechend erst ab Bildschirmseite 50 auftauchen und damit für die meisten Kunden unsichtbar sein). Sehr schade ist, dass der Fotograf nichts mehr über seine Kundschaft erfährt. Mit ein wenig Glück kann man aber dann doch einige Abnehmer ergoogeln (bspw.: google *fotolia-nickname fotolia copyright*).

Man könnte subjektiv den Eindruck bekommen, dass Bilder, die der Agentur Fotolia exklusiv angeboten werden, schneller bewertet werden, vielleicht sogar wohlwollender. Falls dies so wäre, so könnte man alle Bilder erst einmal exklusiv hochstellen und die Lizenz später ändern (falls man dies überhaupt möchte). Im Gegensatz zur Veränderung der Verschlagwortung funktioniert dies problemlos. Für Diskussionen, Bewertungen der eigenen Bilder durch fremde Augen, fürs Ausweinen über Ablehnungen und vieles mehr gibt es eine rege Diskussionsgruppe. Hier kann man mit etwas Glück auch einmal mit einem Fotolia-Rezensenten sprechen: <http://de.fotolia.com/forum/>.

## ERFAHRUNGSBERICHT

Es folgt ein kurzes Logbuch eines Experiments zu Fotolia mit einem Portfolio, das mittlerweile rund 100 Bilder umfasst. Für Interessierte findet sich das Portfolio unter folgender URL: <http://de.fotolia.com/p/200500627> (Abbildung 3).

5. Juni 2009: Beginn der Aktion; die ersten Fotos werden hochgeladen.  
Themen: Food (Törtchen, Bruschetta, Erdbeer-Smoothie) und Vermischtes wie Texturen, Rattan, Gitter, Weinbergschnecke, Warnschilder.
25. Juni 2009: Mittlerweile sind 80 Fotos hochgestellt und 25 davon akzeptiert. Die Akzeptanzquote wird sich über die Monate auf ca. 30–40 % eingpendeln.
26. Juni 2009: Das erste Foto ist verkauft. Vom Verkaufspreis von sechs Euro gehen 1,80 Euro an den Fotografen.
10. September 2009: Zwischenbilanz: 217 Uploads, davon 55 angenommen, wobei einige Dutzend noch in der Queue sind. Es wurden 29 Fotos verkauft, die damit einen Erlös für den Fotografen von rund 40 Euro eingespielt haben (Bestseller: Abbildung 4).
19. April 2010: Vorläufige Abschlussbilanz: 283 Uploads, 93 Dateien akzeptiert (alle nicht-exklusiv hochgestellt), 181 Verkäufe, 189,50 Euro Ausschüttung für den Fotografen. Zeitbedarf fürs Fotografieren, Hochladen und Verschlagworten: Auf jeden Fall zu viel!

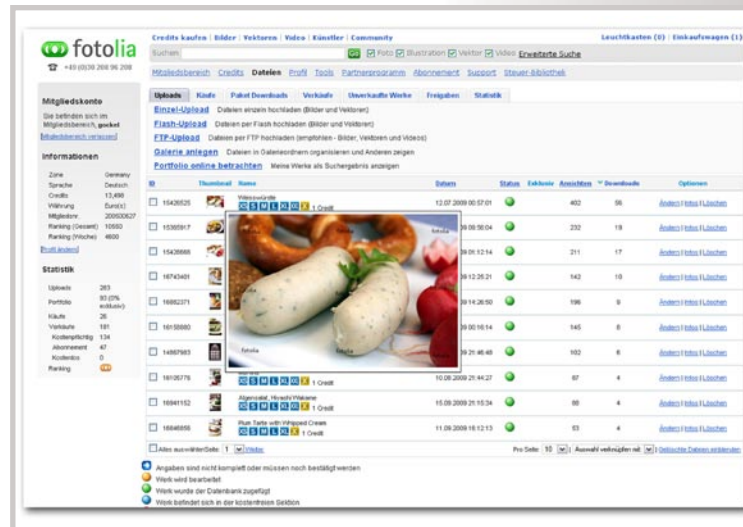


Abbildung 4: Screenshot aus dem Test-Portfolio mit dem ‚Bestseller‘ aus diesem Portfolio: einem Weißwurstfoto.

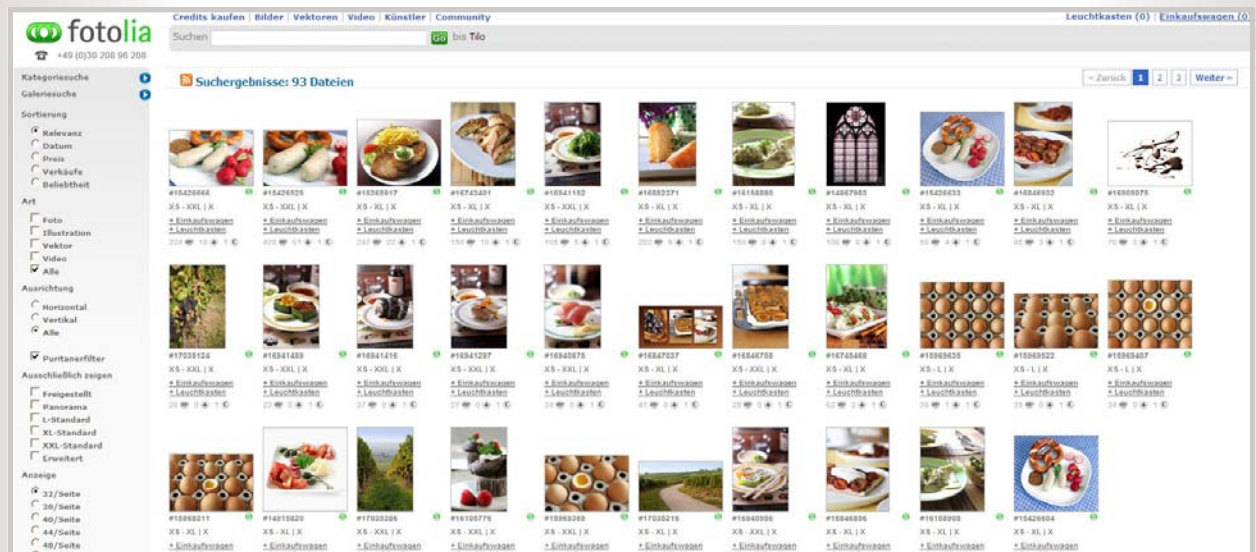


Abbildung 3: Auszug aus unserem Test-Portfolio.

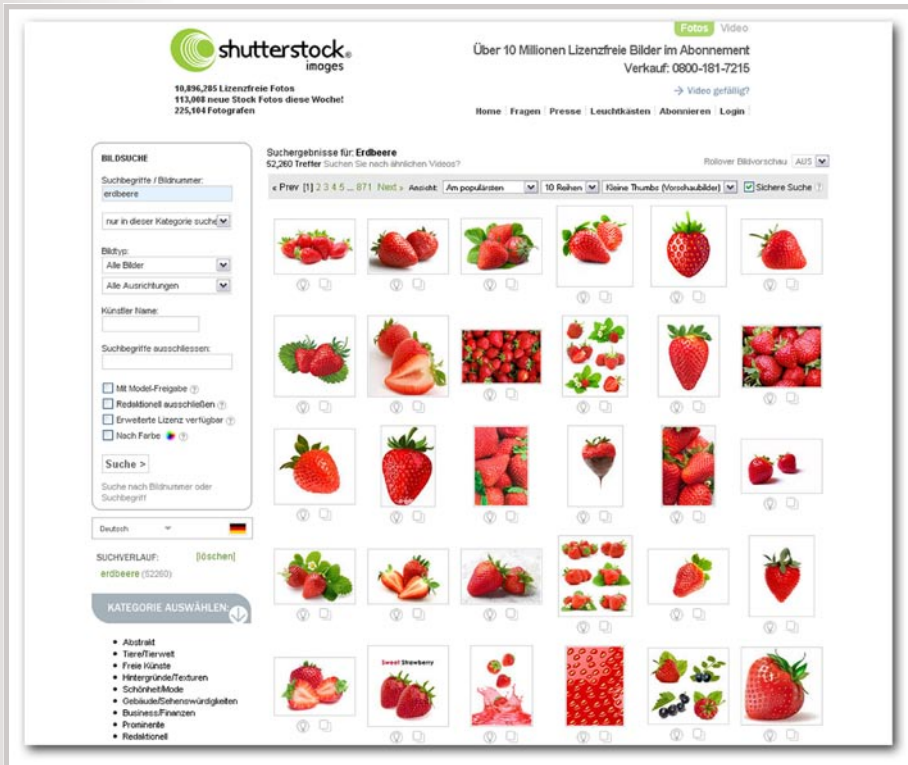


Abbildung 5: Beispiel für eine Alternative zu Fotolia: die Agentur Shutterstock, hier auf der Suche nach einem Erdbeerfoto.

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass das Geldverdienen mit Microstock zwar funktioniert, aber mühselig ist – die Goldgräberzeiten sind definitiv vorbei! Besonders sinnvoll ist der Vertrieb über Microstock für Fotografen, die bereits ein großes Portfolio besitzen und dieses dann „nur noch“ jeweils hochladen und neu verschlagworten müssen. Aber selbst wenn die Bilder bereits vorhanden sind, so ist diese anschließende Arbeit nicht zu unterschätzen. Wenig Sinn macht es, zumindest für den Einzelnen, extra für eine Agentur neue Bilder aufzunehmen, die er nicht sowieso aufnehmen würde oder müsste. Die Großen der Branche wie Yuri Arcurs leisten sich mittlerweile komplette Teams, typischerweise in einem Niedriglohland im Ostblock; da kann ein einzelner Fotoamateur aus Deutschland kaum mehr mithalten. Was aber funktioniert, das ist die Spezialisierung. So macht es bspw. der Grafikdesigner Sebastian Kaulitzki vor, wie man mit gerenderten Inhalten zur Medizin – innere Organe, Knochen usw. – erstaunlich großen Erfolg haben kann [1]. Andere spezialisieren sich mit Erfolg auf Food oder auf Business-Themen. Wer mit Microstock seinen Lebensunterhalt finanzieren möchte, der ist geschätzt mit einem aktuellen, gut gehenden und gut gepflegten Portfolio von rund 1500–4000 Fotos, welches er bei allen großen Anbietern einstellt, dabei.

## ALTERNATIVEN

Vieles wurde nun im vorstehenden Text am Beispiel der Agentur Fotolia gezeigt, aber Fotolia hat kein Monopol auf diesem Sektor. So gibt es mittlerweile rund ein Dutzend Agenturen, für die das Gleiche gilt wie das Gesagte (ein Beispiel: Shutterstock, Abbildung 5). Das bedeutet natürlich auch, dass ein Fotograf ein Bild auch über mehrere Agenturen anbieten und dieserart seine Verkäufe multiplizieren kann. Die einzige Voraussetzung ist hierbei, dass er bei keiner Agentur die Bilder exklusiv anbietet. Fotolia belohnt Exklusivanbieter mit etwas besseren Gewinnmargen. Andere wie bspw. iStockPhoto verlangen sogar Exklusivrechte – hier sollte man also aufpassen und die Bedingungen genauestens studieren, um sich nicht weitere Vermarktungskanäle zu verbauen. Hier eine Liste von Fotolia-Konkurrenten, ohne Anspruch auf Vollständigkeit:

- [1] <http://www.shutterstock.com>
- [2] <http://www.dreamstime.com>
- [3] <http://www.istockphoto.com>

- [4] <http://www.panthermedia.net>
- [5] <http://www.polylooks.de>
- [6] <http://www.bigstockphoto.com>
- [7] <http://www.thinkstockphotos.com>
- [8] <http://www.123rf.com>
- [9] <http://www.stockfood.de>

## WEITERFÜHRENDES

Zum Microstock-Phänomen gibt es mittlerweile auch eine größere Anzahl Print-Publikationen [2, 3], wobei aber die Weblogs erfolgreicher Microstock-Anbieter wohl noch interessanter sind. Nur hier kann man wirklich noch dazu lernen, gerade auch in strittigen Fragen wie Verschlagwortung und Exklusivrechtvergabe oder auch hinsichtlich Statistiken, welche Agentur aktuell am besten verkauft. Besonders empfehlenswert sind die Blogs der Autoren Markus Dollinger [4], Michael Rosenwirth [5] und, in englischer Sprache, Lee Torrens [6]. Besuchen Sie zu weiteren Workshops zu diesem Thema und zu vielen anderen Themen im Umfeld der Digitalfotografie und der digitalen Bildbearbeitung bei Interesse auch einmal die Website <http://www.fotopraxis.net>.

## Quellen

1. Sebastian Kaulitzki. Fotolia-Blog. Online-Quelle: [http://blog.fotolia.com/de/stockstars/sebastian\\_kaulitzki.html](http://blog.fotolia.com/de/stockstars/sebastian_kaulitzki.html)
2. Robert Kneschke. Stockfotografie, Edition ProFoto: Geld verdienen mit eigenen Fotos. Mitp-Verlag, 2010.
3. Christoph Künne. Microstock. Gespräch mit Murat Erimel von Fotolia. Zeitschrift DOCMA, Ausgabe 29/2009. S. 34–37.
4. Markus Dollinger. Microstock-Radar, Weblog zum Thema Microstock. Online-Quelle: <http://nachbelichtet.com/2007/08/30/mit-fotos-geld-verdienen-teil-3>
5. Michael Rosenwirth. Microstock Blog, Weblog zum Thema Microstock. Online-Quelle: <http://www.micro-stock.de>
6. Lee Torrens. Weblog zum Thema Microstock. Online-Quelle: <http://www.microstockdiaries.com>