

01/

**WER BIN
ICH?**

Berufsbild Fotograf

»Wer nicht genau weiß,
wohin er will,
braucht sich nicht
zu wundern, wenn er
ganz woanders ankommt.«

Robert F. Mager

Alles bleibt anders!

Foto-Business 2021

Auch ohne Pandemie fällt der Blick auf das vergangene Jahr für einige Berufsfotografen nicht so positiv aus. Als ob die Branche nicht schon genug disruptiven Wellen ausgesetzt wäre, kommt nun auch noch das erschwerte Arbeiten mit zahlreichen Beschränkungen und anderen Herausforderungen hinzu. Wie gut halten die eigenen Kunden und man selbst dieser Situation Stand? Wie sind Events und Meetings zukünftig möglich und wann wird das Business wieder planbarer? Normalität geht anders. Manche Fotografen suchen sich eine neue berufliche Aufgabe und andere erfinden sich und ihr Portfolio innerhalb der Foto-Branche neu. Hilfreich sind jedenfalls eine zuversichtlichere Haltung und ein kreativer Umgang mit der Situation.

Die Rückmeldung auf meine Checkliste für Fotografen und Kreative, die ich unter dem Titel »Alles bleibt anders« auf IGTV veröffentlicht habe, war sehr positiv und einige haben sie bestimmt schon fleißig abgearbeitet. Fotografen hatten während des ersten Lockdowns Zeit, ihr Portfolio und ihre Website zu optimieren, ihre Akquise- und Marketingmaßnahmen zu erneuern, haben sich nach Förderung umgesehen und ihre Bestandskunden gepflegt. Die Pandemie hat so manchen Fotografen ausgebremst und gut florierende Geschäftsmodelle gestoppt. Doch kaum konnte sich das Foto-Business in Teilen erholen, drohte eine erneute Job-Flaute.

Die Krise hat gezeigt, dass die Kultur- und Kreativbranche anfällig für Störungen ist und dass dieses sensible Job-Gleichgewicht rasch aus dem Takt gerät. Dazu zählt auch das Foto-Business. Manche Fotografen sind aus- oder umgestiegen und haben sich neue Berufsfelder gesucht. Sie betreiben die Fotografie zum Selbstzweck. Andere haben neue Formate und Angebote für Kunden entwickelt. Damit treffen sie in diesen Zeiten einen Nerv, denn zum Beispiel die digitale Eventproduktion oder das virtuelle Studio lassen sich gut vermarkten. Wieder andere fotografieren auch während der Krise gut weiter, weil ihr Geschäftsfeld krisenbeständig ist.

Wenn man sich die visuellen Trends für 2021 anschaut, sind es unter anderem Themen wie soziale Gerechtigkeit, Reisen mit Anspruch oder Umwelt und Natur. Auch »wie wollen wir leben und wie können wir das Miteinander nachhaltig und ökologisch gestalten«? Modeproduktionen werden zunehmend mit dem Ausdruck reflektierender Haltung in Designer-Marken inszeniert. Kaum eine Autokampagne ohne die Abbildung von anspruchsvollen, modernen Frauen.

Real ist auch, dass nicht nur Berufsfotografen ihre Bilder und Serien zu vielen Themen auf Online-Plattformen und sozialen Medien einstellen. Viele fotografierende,

nennen wir sie Content-Produzenten, beteiligen sich am Markt und erzeugen Konkurrenz zur Berufsfotografie. Die Veröffentlichung von Fotografie ist nicht länger ein Privileg der professionellen Berufsfotografen. Das verschärft zwar den Wettbewerb, kommt den Publishing-Häusern und Werbetreibenden aber gelegen. Sie suchen überall gute Themen und relevante Bilder und scheren sich selten darum, welche Vita die Urheber haben.

Foto-Business 2021? Wie ein Brennglas wirkt diese Krise auf Kundenbeziehungen und die Kommunikationsprozesse. Beständigkeit und Planbarkeit von Geschäftsbeziehungen leiden darunter. Mancher Unternehmenskunde verzichtet aufgrund der bestehenden Sicherheitsvorkehrungen lieber erst mal auf neue Bilder. Aber es gibt auch positive Effekte: Analoge Formate und Events werden zunehmend hybrid, also auch digital geplant. Das ist eine Chance! Um so wichtiger ist es für Berufsfotografen, sich technisch weiterzuentwickeln. Ein weiterer relevanter Aspekt sind Inhalte. Wer in der Werbung arbeitet, sollte sich die »Content-Konkurrenz« genau anschauen. Inhalte werden auch in der Werbung zunehmend relevanter sein als der schöne Anschein. Neben inhaltlicher und technischer Weiterentwicklung kommt es darauf an, Kooperationen einzugehen und Kontakte zu pflegen. Dazu zählt besonders eine gute digitale Business-Kommunikation. Geduld benötigen wir weiterhin – was nicht bedeutet, dass wir nichts tun können und sollten. Alles bleibt anders – bleiben Sie gesund!