

» Social Media für (freischaffende)
Fotografen.

» Freischaffend? Weshalb ist das relevant?

- > Nicht Freizeit, sondern Arbeitszeit
- > Ohne Arbeitsvertrag, sondern auf Honorarbasis
- > Kein 9-to-5-Job, sondern Dauerzustand

Man soll Social Media wie ein Unternehmen einsetzen, ist dabei aber Einzelperson.

(Übersetzt: Privates und Geschäftliches lässt sich noch schlechter trennen als gewohnt.)

» Social Media für Fotografen – wozu?

Kunden erwarten, dass man präsent ist.

- + Wahrgenommen werden
- + Vernetzung durch Dialog
- + Kommunikation
- Reine Selbstvermarktung
- Werbeplattform
- Kalte Kundenacquire

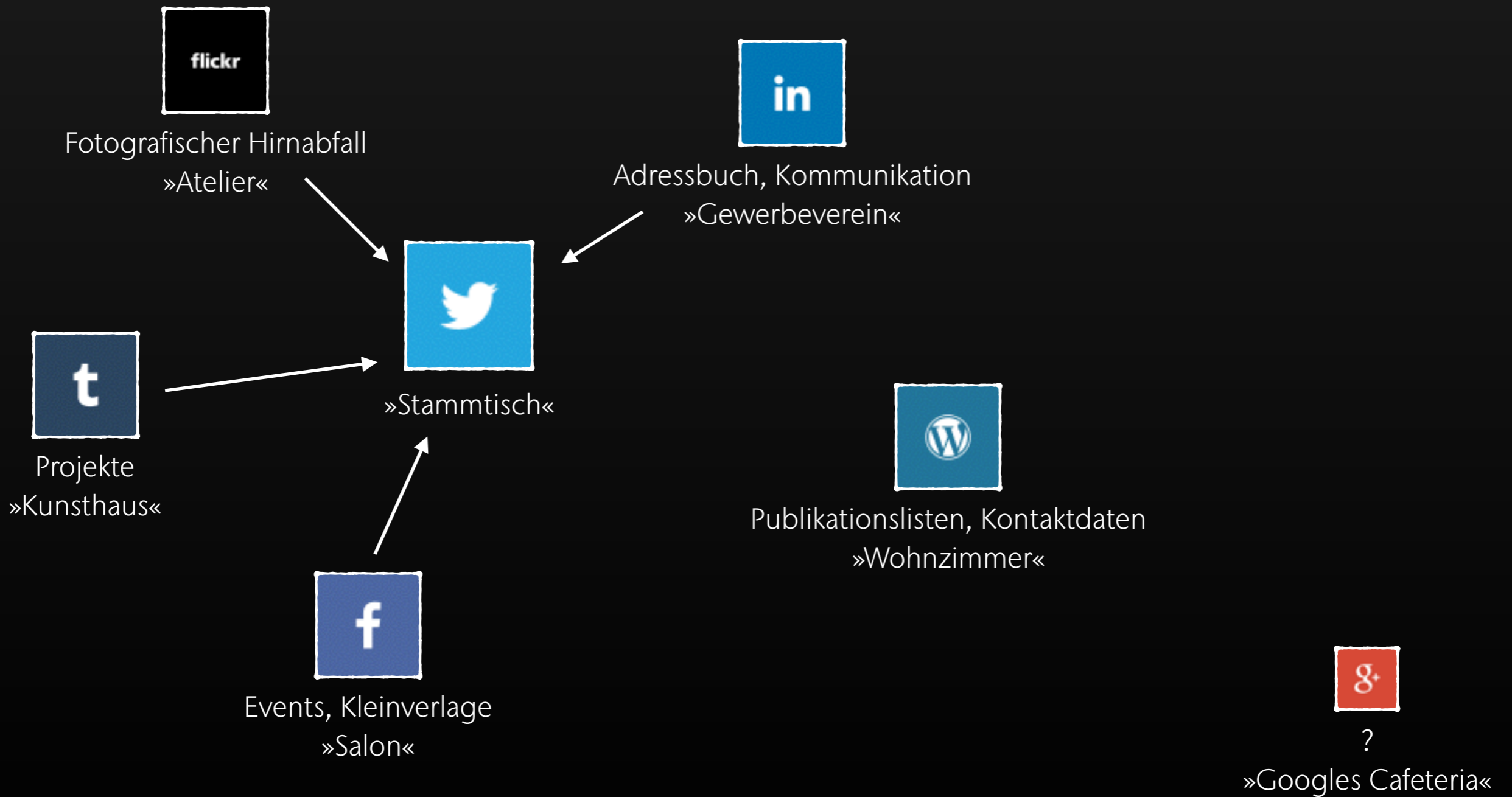
Fazit: Nicht ob, sondern wie.

» Viele Kanäle, großer Nutzen?

- > Homepage
- > Portfolio
- > Autorenprofile (Bildagenturen, Branchenverzeichnisse, Verlage, Gewerkschaften, Amazon ...)
- > Blogs
- > Facebook
- > Google+
- > Tumblr
- > LinkedIn / Xing
- > Instagram
- > Twitter
- > flickr
- > Pinterest

... etc. etc. p.p. bis der Snack wieder hochkommt.

» Viele Kanäle, großer Nutzen?



» Nicht Produkt, sondern ...

Person.

(Oder auch »Gesamtkunstwerk«, wenn man Wagner mag.)

» Risiken und Nebenwirkungen?

- > Lizenzrechtliches
- > Persönlichkeitsrechtliches
- > Markenrechtliches
- > Urheberrechtliches
- > Prokrastination
- > Energie-Vampire
- > Größenwahn
- > Fremdbild

Rechtliches!

(Vgl. SMSnack vom 11.11.2014)

All der Kack, mit dem
sich Freelancer eh schon
genug herumschlagen.

» Fazit aus Freelance-Fotomensch-Sicht?

- > Soziale Medien ≠ Broadcasting
- > Dialog und Transparenz!
- > Ehrlichkeit, nicht Selbstvermarktung
- > Authentisch sein, nicht werben
- > Gesamteindruck im Kopf halten

**Privat und Geschäft lassen sich eh nicht trennen,
also: Spaß dabei haben!**

Cthulhu fhtagn.

Kontakt

Sascha Erni

@nggalai

www.nggalai.com

www.saschaerni.com