

# **Agenturen des Sehens – Zielgruppenorientierung von kommerziellen Bilddatenbanken**

## **Visual Libraries – Customer Orientation of Commercial Picture Databases**

Hanns-Peter Frentz  
Bildarchiv Preußischer Kulturbesitz  
Märkisches Ufer 16-18, 10179 Berlin  
Tel: +49-(0)30-278 792-0 Fax: +49-(0)30-278 792-39  
E-mail: frentz@bpk-images.de Internet: www.bpk-images.de

### **Zusammenfassung:**

Kommerzielle Bildagenturen haben das Ziel, einen möglichst breiten Kundenstamm durch hohe Kundenzufriedenheit dauerhaft an sich zu binden. Das gelingt nur, wenn sie ihre Kunden durch eine einfache und komfortable Benutzerführung bei ihren Recherchen in der Bilddatenbank der Agentur so unterstützen, dass diese möglichst viele gewünschte Bilder finden. Die wichtigsten Erfolgskriterien sind die Qualität und der Umfang des online verfügbaren Angebots, die Geschwindigkeit des Datenbank-Servers, die Höhe der Nutzungshonorare und der gebotene Recherchekomfort. Maßstäbe für eine kundenorientierte textliche Bilderfassung und Systematisierung sowie für die umfangreiche Unterstützung der Kundenrecherchen durch ein Angebot von vielfältigen Filterfunktionen setzen die beiden Global Player des Bildermarktes, Getty Images und Corbis. Durch ständige Auswertung der Kundenrecherchen sowie durch die aktive Befragung der Kunden hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit dem Bildangebot sowie dem Recherchekomfort gewinnen sie Erkenntnisse, die sie nutzen, um die Recherchemöglichkeiten ihrer Kunden noch weiter zu verbessern. Am Beispiel der Bildagentur Corbis wird in diesem Beitrag der aktuelle Stand einer führenden kommerziellen Rechercheoberfläche präsentiert.

### **Abstract:**

Commercial picture agencies have the priority objective to establish high customer loyalty by top service offers. If they want to be successful, picture agencies have to offer simple and comfortable user guidance to all researchers, so that they will find many requested pictures in the picture database of the agency. In addition to the quality and the choice of the pictures which are available online, the speed of the server of the database, the usage fees and the comfort of online research are the most important factors of commercial success. There are two global players in the industry, who are setting the benchmark concerning customer-oriented keywording and broad support of client online research by offering manifold filter functions of the research results: Getty Images and Corbis. By permanent analysis of research results of the clients and by active surveys which fix the customer satisfaction with the supply of pictures and as well the comfort of research possibilities, they gain insights to improve the research services continuously. This article describes the current technical state of the Corbis picture database as an example of a leading research platform.

Die Bildrecherche in einer Bilddatenbank durch die Eingabe von einem oder mehreren Suchbegriffen kann ein schwieriges Unterfangen sein. Denn eine Bilddatenbank ist erst einmal eine Black Box, deren genauen Inhalt der Nutzer in der Regel nicht kennt. Deshalb bieten kommerzielle Bildagenturen ihren Kunden, die in der Regel unter hohem Zeitdruck die benötigten Bilder zu beschaffen haben, eine Vielzahl von Tools an, die sie bei ihren Recherchen erfolgreich

unterstützen sollen. Eine übersichtlich strukturierte Website mit einer durch den Kunden einfach zu bedienenden Rechercheoberfläche mit vielfältigen, möglichst individuell definierbaren Filteroptionen der Treffermengen ist heute eine wichtige Voraussetzung der Kundenbindung und damit des wirtschaftlichen Erfolgs einer Bildagentur.

Die Digitalisierung von Fotografien und über das Internet erreichbare Online-Bilddatenbanken haben das weltweit verfügbare Bildangebot auf viele Millionen ansteigen lassen. Allein über die Suchmaschine Google lassen sich aktuell 880 Millionen Bilder recherchieren. Kommerzielle Bildagenturen müssen sich in einem Markt behaupten, der unter hohem Wettbewerbsdruck steht und durch erhebliche Konzentrationsprozesse gekennzeichnet ist. Um von allen potentiellen Zielgruppen wahrgenommen und genutzt zu werden, benötigen sie ein attraktives und inhaltlich klar definiertes Produktportfolio von hoher Qualität und möglichst breiter Auswahl, eine Online-Bilddatenbank mit einem schnellen Server, wettbewerbsorientierte Nutzungshonorare und einen hohen Recherchekomfort für alle online recherchierenden Kunden. Die Bereitstellung von Filteroptionen wird umso relevanter, je größer das online bereitgehaltene Bildangebot wird.

Für die Bildrecherche in sehr umfangreichen Bildbeständen kommerzieller Bildanbieter haben die beiden Global Player des Bildermarktes, Getty Images und Corbis, Maßstäbe gesetzt. Beide Anbieter haben durch extrem hohe Eigenkapitaldeckung fast unbegrenzte Möglichkeiten in technische Innovation zu investieren. Beide Agenturen werten die Bildrecherchen ihrer Kunden sehr genau aus und befragen zusätzlich ihre Kunden nach dem Grad ihrer Zufriedenheit mit der Qualität des Angebots sowie den angebotenen Hilfsinstrumenten für erfolgreiche Rechercheergebnisse. In diesem Beitrag wird die Internet-Plattform der Bildagentur Corbis ([www.corbis.com](http://www.corbis.com)) exemplarisch vorgestellt.

Auf der Startseite bietet Corbis bereits eine Sprachauswahl von sechs Sprachen (Englisch, Französisch, Deutsch, Spanisch, Japanisch, Portugiesisch). Wie bei den meisten kommerziellen Bildagenturen wird auf der Startseite eine Schnellsuche in einem Suchfeld angeboten, in dem einzelne oder mehrere Suchbegriffe, im zweiten Fall auch unter Einsatz von Bool'schen Operatoren, eingegeben werden können. Die Kunden können bereits auf der Startseite entscheiden, ob sie im Gesamtbestand aller Corbis-Bilder recherchieren möchten oder ob sie z.B. als Werbekunden ausschließlich im Teilbestand der Werbefotografie oder als Medienkunden ausschließlich im Teilbestand der aktuellen Nachrichtenfotografie suchen möchten. Außerdem kann der Kunde bereits auf der Startseite durch Anklicken entscheiden, ob er nur „lizenzfreie“ Bilder angezeigt bekommen möchte, die er dann nach einmaliger Zahlung unbegrenzt oft nutzen kann, die dafür aber nicht exklusiv zu buchen sind oder ob er nur lizenzpflichtige Bilder sehen möchte, bei denen er für jede Nutzung einzeln ein nutzungsspezifisches Honorar zu bezahlen hat. Dafür hat er dann bei diesen Fotos in vielen Fällen die Möglichkeit, eine exklusive Nutzung zu vereinbaren, was in werblichem Nutzungskontext wichtig sein kann. Der Kunde kann auch gleich festlegen, dass er nur Bilder zu sehen bekommt, für die eine Modellfreigabe (model release) bereits besteht. Das ist bei Abbildungen von Personen wichtig, wenn die Fotos für Werbezwecke genutzt werden sollen. Darüber hinaus bietet die Startseite auch noch die Möglichkeit, sich durch entsprechendes Anklicken ausschließlich Farb- oder Schwarz-Weiß-Bilder sowie ausschließlich Fotografien oder Illustrationen anzeigen zu lassen. Neben allen diesen Filtermöglichkeiten des Gesamtangebots bietet die Startseite bereits Links zu redaktionell aufbereiteten Themenportfolios, z.B. zu neuen Bildern der Agentur oder zu ausgewählten Bildern von Top-Fotografen. Diesen Trend der thematischen Aufbereitung von verschiedensten Fotoportfolios kann man inzwischen bei fast allen kommerziellen Anbietern als Ergänzung zur Bilddatenbank finden. Daneben bietet die Startseite noch einen Link zu Suchtipps, die den Kunden unterstützen sollen, Recherchen noch gezielter durchzuführen. Interessant ist in diesem Zusammenhang das Ergebnis einer Auswertung von 100.000 durchgeführten Bildrecherchen auf dem deutschen Bildagentur-Portal der Picturemaxx AG ([www.picturemaxx.net](http://www.picturemaxx.net)), auf dem die Bildangebote von über 50 Bildagenturen angeboten werden. Die Firma stellte fest, dass die durchschnittliche Eingabe der Suchbegriffe bei 1,7 pro Recherche lag. Daraus ist zu schließen, dass die kommerziellen Kunden in vielen Fällen nur ein Suchwort eingeben und dass viele Recherchen mit zwei Begriffen aus dem Vor- und

Nachnamen von gesuchten Personen bestehen. Die Option zu starker Eingrenzung der Recherche durch viele Suchbegriffe wird somit nur begrenzt von dieser Zielgruppe genutzt.

Die Website von Corbis bietet auf der Startseite über einen Button auch die Aktivierung einer erweiterten Suche an. Nach dem Anklicken öffnet sich ein zusätzliches Fenster, in dem der Kunde verschiedenste weitere Filterfunktionen nutzen kann. So kann er seine Recherche nach einzelnen Themenbereichen eingrenzen. Neben den bereits bekannten Bereichen „Werblich“ und „Redaktionell“ werden noch die Themen „Historisch“, „Kunst“, „Nachrichten“, „Sport“ und „Unterhaltung“ angeboten. Da unter dem Markennamen Corbis eine große Anzahl von ehemals eigenständigen Agenturen, die von Corbis gekauft wurden, subsumiert sind, kann der Kunde hier unter „Kollektionen“ seine Recherche auf die Bildangebote einer Agentur oder einzelner ausgewählter Agenturen begrenzen. Unter dem Begriff „Ausrichtung“ kann der Kunde unter formatbezogenen Gesichtspunkten seine Recherche einschränken. Hier stehen „Horizontal“, „Vertikal“ und „Panorama“ zur Verfügung. Ein eigenes Suchfeld ermöglicht die Einschränkung der Rechercheanzeige auf „Bilder-Sets“, also Bildserien. Weitere eigenständige Suchfelder werden angeboten für die Eingabe von Fotografennamen oder von konkreten Bildnummern sowie für eine zeitbezogene Suche, wahlweise nach einer festzulegenden Zahl zurückliegender Tage oder einer Zeiteingrenzung von einem bestimmten Datum bis zu einem bestimmten anderen Datum. Auch ist die Festlegung eines nur jahres- oder jahrzehntbezogenen Recherchezeitraums sowie eine Ortsangabe in einem eigenen Feld möglich. Unter „Ansicht“ kann der Kunde sich entweder alle Ansichten auswählen oder eingrenzen nach „Luftaufnahme“, „Nahaufnahme“, „Von oben“, „Von unten“ und „Weltraumansicht“. Eine weitere Kategorie bietet in eigenem Suchfenster die Filterung unter dem Aspekt „Personen im Bild“. Der Recherchierende kann hier auswählen nach „Mit oder ohne Personen“, „Mit Personen“, „Ohne Personen“, „Nur 1 Person“, „Nur 2 Personen“, „3-5 Personen“ oder „Gruppen und Menschenmengen“. Die letzte hier angebotene Filtermöglichkeit bezieht sich auf die sofortige Abfrage der Verfügbarkeit digitaler Daten der lizenzpflichtigen Bildmotive, die statt auf „Alle Auflösungen“ auch auf „Niedrig“, „Mittel“, „Hoch“ und „Ultrahoch“ beschränkt werden kann.

Die angezeigten Bilder einer Recherche werden zusätzlich begleitet von der Information, wie viele Motive dieser Treffermenge aus den einzelnen Themenkategorien („Redaktionell“, „Werblich“, etc.) kommen. So lässt sich die weitere Recherche auf die Bilder einer dieser Unterkategorien eingrenzen. Auch wie viele Bilder einer Recherche in die Kategorie „Lizenzfrei“ („Royalty-Free“) fallen, wird separat angezeigt.

Wenn ein Kunde ein Bild einer Treffermenge anklickt, erscheint es mit Wasserzeichen in Layoutqualität. Gleichzeitig werden alle Suchbegriffe (Keywords), die für die Kennzeichnung dieses Motivs erfasst wurden, angezeigt. Der Kunde hat nun die Möglichkeit einzelne oder mehrere dieser Suchworte zu markieren und dann mit diesen ausgewählten Begriffen eine neue Recherche zu starten. Zusätzlich werden bei diesem Layoutbild auch die vier als Dateien verfügbaren digitalen Qualitäten mit genauer Angabe der vorhandenen Dateiformate und Ausgabegrößen aufgeführt.

Kunden, die für die Corbis-Website eine Registrierung durchgeführt haben, können sich mit Benutzername und Passwort einloggen und dann für viele Bildmotive das Bildhonorar berechnen, entweder für eine spezifische Nutzung oder bei „Lizenzfreien“ Bildern entsprechend der Größe der gewünschten Bilddatei. Als registrierte Kunden können sie auch diverse personalisierte „Leuchtkästen“ mit ausgewählten Bildern anlegen, diese „Leuchtkästen“ mit den Auswahlfotos in Layout-Qualität ohne Wasserzeichen an Geschäftspartner kostenlos verschicken oder hoch aufgelöste Bilder in Druckqualität über eine Warenkorb-Funktion downloaden.

Damit steht den Kunden von Corbis ein sehr weitgefächertes und relativ einfach zu handhabendes Spektrum von Filtermöglichkeiten zur Verfügung, um in dem Angebot von Millionen von Bildern die gewünschten Motive effizient und schnell zu finden.