

Sind professionelle Fotos Müll?

Von Christian Rieck
www.riECK.de/spieltheorie

Etwas bezahlen zu müssen, damit jemand anders die eigene Ware abnimmt, das gibt es eigentlich nur bei Müll – aber immer mehr professionelle Fotografen sind mit diesem Phänomen konfrontiert. Sind heutige Profi-Fotos Müll?

(Eine Marktanalyse mit den Methoden der Spieltheorie, für die der diesjährige Nobelpreis der Wirtschaftswissenschaften vergeben wurde.

Fotografen beklagen derzeit, dass die Preise für Fotoaufträge immer weiter verfallen. Nicht nur, dass Aufträge mitunter nur noch kostenlos vergeben werden und Fotografien auf CDs fast gratis zur Verfügung gestellt werden - der neueste Schrei ist, dass Fotografen sogar dafür bezahlen sollen, dass sie für einen bekannten Auftraggeber arbeiten dürfen. Wie kann so etwas sein?

Eigentlich ist nur Abfall dadurch gekennzeichnet, dass man für die Entsorgung noch etwas bezahlen muss. Nun sind die Entsorgungskosten für Fotos, besonders für Digitalfotos, sehr gering (nämlich im Wesentlichen ein beherzter Tastendruck), daher sollte man meinen, dass durch ein Foto-Überangebot allenfalls Preise von null erklärt werden können. Aber auch das wäre schon seltsam genug. Wieso sind Fotografen bereit, Ihre Arbeiten zu verschenken?

Wann sind Fotografen bereit, ihre Arbeiten zu verschenken?

Zum Beispiel dann, wenn der Auftraggeber das Foto entweder selbst fast gratis erstellen kann oder wenn es genügend andere Fotografen gibt, die ihre Fotos fast gratis zur Verfügung stellen.

Vor wenigen Jahren noch war es verhältnismäßig schwierig, ein Foto zu erstellen, das hinreichend scharf und kontrastreich für eine Publikation war. Man konnte Fotos von Amateuren sehr deutlich von Profi-Aufnahmen unterscheiden. Inzwischen hat sich aber in derameratechnik und der Weiterverarbeitung so viel getan, dass das oft nicht mehr der Fall ist: moderne Blitztechniken schaffen professionell wirkende Beleuchtungen und die Kameras ermöglichen die sofortige Qualitätskontrolle, sodass man auch mit verhältnismäßig wenig Erfahrung sehr gute Resultate erzielen kann. Im Sportbereich etwa war es früher eine große Kunst, überhaupt ein scharfes Bild zu erstellen; heute schaffen das Autofokus und Bildfolgen von 8 Bildern pro Sekunde praktisch automatisch. Damit sind aber die Kosten für die Erstellung eines Bildes nahe null, und zwar für den Auftraggeber selbst. Eine Zeitung kann jetzt einfach einen Journalisten losschicken, der sowohl den Text als auch die Fotos liefert. Für viele Fälle wird die Qualität derartiger Fotos dennoch bei Weitem genügen.

Digitale Fotografie hat das Verhältnis von fixen zu variablen Kosten verschoben – schon das kann zu einem Preisverfall führen

Es könnte aber auch der andere Fall vorliegen: Selbst dann, wenn die Auftraggeber dies nicht selber könnten, gibt es jetzt viel mehr "Fotografen", die publizierbare Bilder erstellen können und diese Dienstleistung auch anbieten. Diese Fotografen sind heutzutage oft auch Schüler oder Rentner, die nicht von ihren Fotos leben. Während früher die Anzahl der verwendbaren Fotos insgesamt auf eine Zahl begrenzt war, die unter der Gesamtnachfrage lag, könnte es sein, dass heutzutage die insgesamt lieferbare Anzahl verwendbarer Fotos über der Gesamtnachfrage liegt. Dieser Zustand ist zunächst nicht ungewöhnlich: Auf den meisten Märkten könnte mehr geliefert werden als tatsächlich geliefert wird. Aber es gibt hier eine weitere Besonderheit: Die variablen Kosten pro Foto sind sehr gering, bei gleichzeitig recht hohen fixen Kosten. Um überhaupt in den Genuss der neuen Technik zu kommen, muss man heutzutage Summen investieren, die weit über denen der analogen Zeiten liegen. Und schlimmer noch, weil die Ausrüstung sehr viel schneller veraltet, hat sie praktisch keinen Wiederverkaufwert mehr, sodass die Anfangsinvestitionen echte Fixkosten sind.

Diese beiden Dinge zusammengenommen führen dazu, dass die Fotografen in eine ruinöse Preiskonkurrenz zueinander treten: Für jeden einzelnen Fotografen lohnt es sich, den Preis bis ganz knapp über die *variablen* Kosten abzusenken. Dies gilt auch dann, wenn er damit die Fixkosten nicht mehr decken kann, denn an dem einzelnen Auftrag verdient er dann zwar wenig, aber immer noch mehr als nichts. Damit kann er wenigstens einen Teil der Fixkosten decken (daher nennt man diese Preisspanne dann auch Deckungsbeitrag). Die Preisuntergrenze liegt also nicht etwa bei den Gesamtkosten, sondern bei den reinen variablen Kosten. Wenn nun aber bei der heutigen Technik einige Kosten zu Fixkosten geworden sind, die früher variabel waren (z.B. weil man sein Equipment wieder verkaufen konnte), dann sinken hierdurch die Preise für Fotoaufträge soweit ab, dass die Fotografen in ihrer Gesamtheit auf einmal nur noch Verluste machen, weil sie die Fixkosten nicht mehr decken können.

20% mehr Fotografen können die Preise um 95% fallen lassen

Darüber hinaus gibt es noch eine andere mögliche Ursache für den rapiden Preisverfall nach Einführung der digitalen Fotografie. Stellen wir uns vor, dass es nun etwas mehr potenzielle Fotografen gibt als früher, dass aber alles andere gleich geblieben sei (also ohne den Fixkosteneffekt von eben). Sagen wir, es gebe 10 Werbeagenturen (als Auftraggeber), die für jeden Auftrag bereit wären, bis zu 2000 EUR zu zahlen (das sei der Verdienst, den sie durch diesen Auftrag erhalten). Früher hätte es 9 Fotografen gegeben, die bereit gewesen wären, ab 100 EUR (das sei etwas mehr als die variablen Kosten) den Auftrag anzunehmen. Was passiert? Wenn alle Agenturen nur 100 EUR bieten, dann geht eine leer aus. Für diese lohnt es sich, etwas mehr zu bieten, weil sie dann einen der knappen Fotografen überreden kann, für sie zu arbeiten und nicht für eine andere Agentur. Damit hat aber die nächste Agentur einen Anreiz noch mehr zu bieten, usw., bis sich alle zu ihrer Obergrenze von 2000 EUR hochgehandelt haben. Die Fotografen leben in Saus und Braus, und die Agenturen müssen bis an ihre Preisobergrenzen gehen. Was passiert, wenn nun zwei weitere Fotografen hinzukommen? Auf einmal sind die Fotografen in derselben Situation wie die Agenturen zuvor: Sie werden sich gegenseitig unterbieten, bis alle bei ihrer Preisuntergrenze angekommen sind. Es tritt also der erstaunliche Fall ein, dass nur etwa 20% mehr Fotografen auf dem Markt sind, der Preis für Fotoaufträge aber von 2000 auf 100 EUR fällt, also um 95%.

Wieso bezahlen Fotografen dafür, dass man ihre Bilder abnimmt?

Es gibt somit zwei sehr überzeugende Erklärungen, wieso mit Verbreitung der Digitalfotografie die Preise für Fotos auf quasi null fallen können. Aber wieso können Sie neuerdings sogar negativ werden? Offensichtlich sind einige Fotografen bereit, etwas dafür zu bezahlen, dass sie einen Auftrag bekommen, weil sie sich hiervon Vorteile für die Zukunft sprechen. Dieser Vorgang ist an anderen Stellen des Wirtschaftslebens ebenfalls keine Seltenheit, sondern kommt häufig vor: zum Beispiel verteilen Firmen Geschenke, auf denen ihre Werbebotschaft steht. Dies wird ein Grund für neue Fotografen sein, Fotos gratis zur Verfügung zu stellen, sofern der eigene Name darauf erscheint. Vielleicht ist das Überangebot inzwischen so groß, dass Fotografen sogar noch etwas dafür bezahlen müssen, wenigstens die Fotos überhaupt abgedruckt zu sehen, in der Hoffnung, dann durch zukünftige Verkäufe dieses Geld wieder hereinzuholen. Aber diese Argumentation ist nicht zu Ende gedacht: Wenn jetzt schon die Preise praktisch null sind, wieso sollte es dann zu irgendeinem zukünftigen Zeitpunkt möglich sein, die Preise wieder anzuheben? Die Argumentation muss also subtiler verlaufen. Stellen wir uns dafür Folgendes vor:

Es gebe zwei Arten von Fotografen: Zertifizierte und unzertifizierte. Von den unzertifizierten gibt es so viele, dass aufgrund des Preiswettbewerbs zwischen ihnen die Preise null werden (wie das geht, haben wir oben gesehen). Von den zertifizierten gibt es aber so wenige, dass die Preise einen guten Gewinn ermöglichen (wie das geht, haben wir ebenfalls oben gesehen: es muss nur so wenige geben, dass eine Preiskonkurrenz unter den Auftraggebern entsteht). Wenn das so ist, dann kann es sich lohnen dafür zu bezahlen, von den unzertifizierten zu den zertifizierten wechseln zu dürfen. Stellen wir uns nun vor, die Zertifizierung bestehe darin, schon einmal für einen renommierten Auftraggeber gearbeitet zu haben. Dann kann dieser Auftraggeber eine Gebühr dafür verlangen, dass ein Fotograf für ihn arbeiten darf. Denn diese werden dann zu denen wenigen umworbenen Fotografen, um die sich die Kunden reißen und sich gegenseitig überbieten.

Gute Auftraggeber haben die gleiche Funktion wie das Diplom einer Eliteuniversität

Bleibt nur noch die Frage, wieso die Auftraggeber für die wenigen zertifizierten Fotografen so viel mehr bereit sind zu bezahlen als für die unzertifizierten. Das machen sie natürlich deshalb, weil sie annehmen, dass die zertifizierten Fotografen sehr viel besser sind als die anderen. Oder anders gesagt: Weil bei einem Fotografen die Qualität des Produktes erst dann feststeht, wenn der Auftrag schon vorüber ist, können die Auftraggeber die Qualität des Produktes nicht direkt beobachten. Stattdessen müssen sie sich auf andere Dinge verlassen, die sie schon vorher beobachten können. Dazu gehören die vergangenen Arbeitsproben, bei denen die überzeugendste ist, dass schon eine andere anerkannte Instanz die Begutachtung vorgenommen hat.

Wenn also alle Beteiligten die gebührenverlangenden Auftraggeber als sinnvolle Gutachter anerkennen, dann haben die Fotografen einen Anreiz, diesen Auftraggebern eine "Begutachtungsgebühr" zu bezahlen; die Gutachter haben einen Anreiz, korrekt zu begutachten, um auch in Zukunft noch diesen Vorteil genießen zu können; und die normalen Auftraggeber haben den Vorteil, dass sie ohne Risiko auf qualitativ hochwertigen Fotografen zugreifen können, ohne selbst die aufwendige und riskante (weil fehleranfällige) Begutachtung vornehmen zu müssen. Dies wird umso wichtiger, je unüberschaubarer die Zahl der Fotografen wird – etwas also, dass durch die Digitalfotografie ja anscheinend eintritt.

Auch dieser Begutachtungsvorgang ist nicht ungewöhnlich: Auf Finanzmärkten ist es beispielsweise üblich, dass die Qualität von Unternehmensanleihen von Ratingagenturen begutachtet wird. Wenn die Beurteilung gut ausfällt, dann brauchen die begutachteten Unternehmen nur einen sehr viel niedrigeren Zins zu zahlen, was ein sehr lohnendes Geschäft ist. Um dieses Gutachten (Rating) aber zu bekommen, müsse sie der Ratingagentur eine erhebliche Summe zahlen. Etwas Ähnliches sind auch die Zeugnisse von Universitäten: Die Studenten müssen erhebliche Summen investieren (in Deutschland meist "nur" ihre Zeit, in anderen Ländern oft zusätzlich noch hohe Studiengebühren), um zu einem Examen zu kommen. Die Auftraggeber sehen dann zu einem großen Teil nur noch auf das Examen, weil sie sich hierdurch die aufwendige eigene Begutachtung sparen oder zumindest reduzieren. Wichtig ist bei solchen Zertifizierungseinrichtungen, dass sie eine wesentliche Hürde sein müssen, um tatsächlich die guten von den schlechten Bewerbern unterscheiden zu helfen. Daher muss man bei einem Examen auch dann durchfallen können, wenn man dafür bezahlt. Ebenso können nur solche Firmen von einem Fotografen Geld dafür verlangen, dass sie ihm einen Auftrag geben, die ausschließlich sehr gute Fotografen beauftragen.

Womit geklärt wäre, wieso auch (oder vielleicht gerade) sehr gute Fotografen damit konfrontiert sein werden, zumindest in einer früheren Phase ihrer Karriere Geld für gute Aufträge bezahlen zu müssen.