

Blick hinter die Kulisse von Seen.by

Jürgen Gulbins

Seen.by ist eine Onlinegalerie, ein Anbieter von Fotokunst und Dienstleistungen für Fotografen, der seine Wurzeln in der Bild- und Kulturredaktion eines großen deutschen Medienhauses hatte, mittlerweile aber unter eigener Flagge segelt. Das Unternehmen versteht sich in erster Linie als Galerie und Agentur für Fotografen und bietet eine große Auswahl fotografischer Exponate zum Kauf an. Insgesamt sind es etwa 12.000 Bilder, die von einer Jury ausgewählt und gleichermaßen von ambitionierten Amateurfotografen und gestandenen Profis eingereicht wurden. Da die zum Verkauf stehenden Exponate in verschiedenen Produktionsqualitäten und Formaten angeboten werden, bietet seen.by seinen Druck- und Produktionsservice darüber hinaus jedem interessierten Fotografen an.

Es gibt eine ganze Reihe solcher Anbieter – der größte dürfte aktuell [Whitewall](#) sein mit dem Schwesterunternehmen [Lumas](#), die Bildkunst zum Kauf anbieten (beide sind Tochterunternehmen der Avenso AG). Lumas bietet vorwiegend bekannte Bilder großer Fotografen wie Andreas Feininger, Robert Lebeck oder Walker Evans an und betreibt eigene Ladengalerien in den Laufwegen größerer Städte, Whitewall ist der zugehörige Druckdienstleister. Weitere Anbieter von Fotokunst sind [YellowKorner](#) (ebenfalls vorwiegend bekannte Kunst bekannter Fotografen zu günstigen Preisen) und im hochpreisigen Segment die Galerie [dearphotography.com](#), die einige der ganz großen Fotografen wie F.C. Gundlach unter Vertrag hat.

seen.by/
international fine art

Suchen

Anmelden |  | Merktzettel | Warenkorb 



[bilder kaufen »](#)

[bilder drucken »](#)

[bilder verkaufen »](#)

Das Spektrum an Formaten sowie Druck- und Produktionsqualitäten ist bei all diesen Anbietern ähnlich. In fast allen Fällen gibt es Drucke auf Fotopapier (also Ausbelichtungen) oder mit Inkjettechnik erstellte Drucke auf Fineart-Papieren oder auf Leinwand (Canvas).

Die Bilder werden als Drucke angeboten, können aber auch auf verschiedene Trägermaterialien aufgezogen oder direkt per Tintenstrahldrucker aufgedruckt werden. Fast alle bieten dafür in etwa die gleiche Materialauswahl an: Alu Dibond Platten, wahlweise mit oder ohne Acrylglasvorsatz.

Ich werfe deshalb hier einen Blick hinter die [seen.by](#)-Kulisse, um zu sehen, wie die Auswahl von solchen Bildern ins Angebot von Seen.by gelangen, was seen.by für Fotografen zu bieten hat und wer die Leute hinter seen.by sind.



Magazin

Lernen Sie die ganze Welt unserer Fotografen kennen: Lesen Sie [Interviews](#). Genießen Sie [Bilderstreifen](#) zu unterschiedlichen Themen durchstöbern Sie die exklusiven [Editionen](#). Informieren Sie sich über [Termine](#) und [Neuigkeiten](#) rund um anspruchsvolle Fotografie.



  Cornelia Dettmer: Die Natur in ihrer ganzen Vielfalt

Dabei sei vorausgeschickt, dass seen.by seit Januar 2014 eine Tochter des dpunkt-Verlags ist – just dies erlaubt mir den Blick hinter die Kulisse – und dass mit dem Neustart im Januar eine neue Mannschaft an Bord gekommen ist: Moritz Jungmann und Lisa Rossbach sind für die Geschicke von seen.by verantwortlich. Die Kunsthistorikerin Lisa Rossbach ist dabei sozusagen für die Fotografen und die künstlerischen Inhalte zuständig, Moritz Jungmann (mit Startup-Erfahrung und MBA) für das Business. Ich habe die Beiden in Heidelberg im Dezernat 16 getroffen, dem »Zentrum für Kultur und Kreativwirtschaft«, wo sich seen.by in der ehemaligen Leitstelle der Feuerwehr eingemietet hat.

Fotoespresso: seen.by steht ja in Konkurrenz zu den führenden Anbietern von Fotokunst und Druckservices



Blick hinter die Kulisse von Seen.by

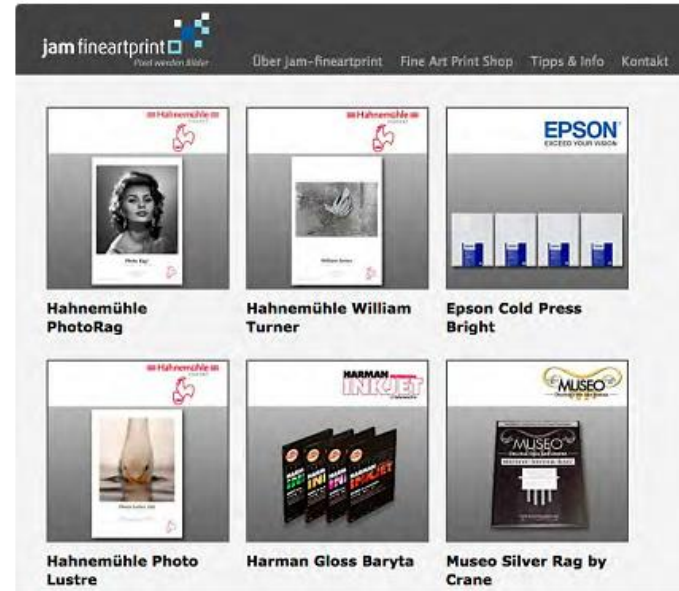
wie zum Beispiel Lumas/Whitewall. Wie will man da bestehen – oder was hat seen.by zu bieten, was Andere nicht haben?

seen.by: Lumas und andere Onlinegalerien haben in ihrem Angebot durchaus renommierte internationale Fotografen, die primär von Agenturen und lokalen Galeristen vertreten werden, und für einige ihrer Bilder eben diesen Online-Verkaufskanal nutzen möchten. Wir sehen uns vielmehr als Agent und Galerist für »Nachwuchsfotografen«, von besonders talentierten Amateurfotografen bis zu gestandenen Profis. Und wir wollen eben nicht nur deren Bilder über unser Portal verkaufen sondern auch deren Agent und Partner in allen Fragen der Vermarktung und Publizität aber auch der Produktion zu sein.

Fotoespresso: Was konkret kann seen.by dem Fotografen bieten?

seen.by: Das fängt bei der Auswahl der Bilder an. Das Kuratieren unseres Bildbestandes wird künftig durch eine Jury unterstützt, die sich aus namhaften Fotografen zusammensetzt. Wir machen den Auswahlprozess damit transparenter und liefern neben der Entscheidung auch Feedback zu den eingereichten Arbeiten.

Und wir unterstützen Fotografen auch sozusagen »außerhalb« unserer Onlinegalerie zum Beispiel bei der Vorbereitung einer Ausstellung – also Locationsuche, Werbung, Produktion der Bilder, Erstellen eines Katalogs. Wir bieten auch an, sie bei der Konzipierung und Vermarktung von Workshops und Fotoseminaren zu unterstützen.



Daneben promoten wir ausgewählte Fotografen als »Fotograf des Monats« durch Fotografenportraits auf unserem Portal und durch gezielte Pressearbeit bei Medienpartnern.

Und schließlich erhalten die Fotografen neben einigen Einkaufsvergünstigungen einen deutlich höheren Honoraranteil als bei vergleichbaren Onlinegalerien.

Fotoespresso: Sammler von Fotokunst erwarten häufig »Limitierte Editionen«, um eine gewisse Exklusivität ihres Kaufs zu gewährleisten. Warum bietet seen.by das nicht an?

seen.by: Wir bieten das auch heute schon an, nur ist die Limitierung zugegebenermaßen nicht deutlich ge-

nug gemacht. Wir wollen solche Editionen in Zukunft noch stärker betonen, eine enge Limitierung vorgeben, und uns auch solche Editionen als »Limitiert« zertifizieren lassen.

Fotoespresso: Und was ist mit der Druckdienstleistung? Warum begibt sich seen.by in einen Markt, der durch Preis und Menge bestimmt wird?

seen.by: Wir sehen das Problem, dass wir bei der Produktion von Standardqualitäten (Druck, Dibond) und Standardformaten mit den großen Mengenlaboren in Konkurrenz stehen, was unsere Marge natürlich beeinträchtigt. Andererseits wollen wir dieses Angebot aber nicht aufgeben, denn davon profitieren letztlich

Alle hier angebotenen Papiere haben Museumsqualität und gewährleisten eine hohe Farbbeständigkeit und lange Haltbarkeit (bei sachgemäßer Behandlung).

Blick hinter die Kulisse von Seen.by

auch die von uns vertretenen Fotografen, für die wir aufgrund der insgesamt produzierten Mengen deutlich günstigere Preise verhandeln können. Drucken bei seen.by ist also nicht teurer als woanders, hilft aber in gewisser Weise der künstlerischen Fotografenszene.

Fotoespresso: Und was kann seen.by als Druckdienstleister neben den ›Standards‹ bieten?

seen.by: Im Moment diskutieren wir mit potenziellen Partnern neue Angebote im oberen und Spitzen-Qualitätssegment. Gerade für Ausstellungen unserer Topfotografen oder für die Käufer von Kunstwerken aus ›Limitierten Editionen‹ wollen wir unsere besten Bilder auch in bestmöglicher Produktionsqualität anbieten können, als Fine Art Prints auf den hochwertigsten Papieren wie Hahnemühle oder Canson (siehe Seite 38), und sozusagen als Premiumvariante in bisher nicht erreichter Auflösung und einer patentierten Kaschierung, die bisher Museen und wenigen Fotografen vorbehalten war. Aber darüber werden wir zu gegebener Zeit genaueres sagen können.

Fotoespresso: Wir bedanken uns für das Interview und wünschen viel Erfolg für den ›Neustart‹ von seen.by. ■

Zwei neue, junge Köpfe hinter seen.by:
Links Moritz Jungmann (mit Startup-Erfahrung und MBA) für das Business und rechts Lisa Rossbach (Kunsthistorikerin) für die künstlerischen Aspekte des Unternehmens



›Letzte Warnung‹ von Frank Woellnitz

