

Schoolfotografen grijpen kansen van de online markt 'Schoolfotografie in rap tempo online'

Waar een paar jaar terug enkele fotografen pionierden met het online verkopen van schoolfoto's, concludeert OYPO na afronding van schooljaar 2013-2014 dat online schoolfotografie in rap tempo gemeengoed is geworden. Met de verplaatsing van pre-print schoolpakketten naar online webshops wisselde niet alleen het verkoopkanaal, maar ook de stijl van fotografieren, de fotoproducten, de prijsstelling en de communicatie naar scholen en ouders.



OYPO Koen Lindner en Nic Limper
Foto © Raoul Hollants

"Er is dus heel veel veranderd", aldus Koen Lindner van OYPO, samen met Nic Limper oprichter van deze verkoopdienst voor fotografen. Hoewel het negenjarig bedrijf uit hartje Eindhoven behoorlijk wat sport-, evenement- en portretfotografen onder haar klanten heeft, is schoolfotografie in de afgelopen jaren uitgegroeid tot de belangrijkste pijler. Met name deze groep profiteert van de efficiëntie die diensten zoals OYPO bieden. In een win-winsituatie waarbij de fotograaf zich kan richten op 'belangrijke

zaken', Doordat tijd vretende bezigheden zoals rubriceren, nabestellingen, administratie, klachtenafhandeling, productie en verzending volledig uit handen worden genomen, kunnen fotografen zich volledig richten op acquisitie en natuurlijk het fotografieren zelf. Waardoor de winstmarges groeien.

Lindner: "Het was even wennen, maar met de ontwikkeling is iedereen erop vooruitgegaan: ouders kiezen zélf welke foto's en fotoproducten ze bestellen;

scholen hebben geen gedoe met de afhandeling van nabestellingen en fotografen kunnen zich onderscheiden door concept en de omgang met leerlingen, in plaats van enkel op prijsstelling, zoals voorheen het geval was. Het vak is daardoor een stuk interessanter geworden."

Jullie zijn zelf als fotograaf begonnen?

"Klopt, wij fotografeerden musicals en studentengala's. Vooral de studentengala's waren in trek en daarvoor maakten we een online bestelsysteem om de boel



snel en efficiënt te kunnen afhandelen. Als snel ontdekten we dat de logistiek achter de verkoop leuker vonden dan het fotografieren zelf."

Hoeveel fotografen hebben jullie als klant?

"Momenteel ongeveer 17.000. Even kijken (tikt wat op de laptop)... 17.646 om precies te zijn. En morgen zijn dat er twintig meer, want de groei zit er goed in. Wij werken op commissiebasis. Als de fotograaf niks verkoopt, verdienen wij ook niks. Dus we zitten samen in hetzelfde schuitje. Vrijheid blijheid. Er zijn geen contracten. Wie morgen weg wil, kan gewoon

weg. Op die manier hebben we alleen tevreden fotografen als klant."

Jullie win-winconcept klinkt als een wonderformule, geldt dat voor iedere fotograaf die zich aandient?

"Wij zijn een dienstverlener die ontzorgt, waardoor alle zaken rondom het verkopen van foto's een stuk efficiënter worden afgehandeld en de fotograaf meer tijd overhoudt. Wat hij met die tijd doet, is natuurlijk het belangrijkste. Investeert hij niet in vernieuwing en nieuwe afzetmogelijkheden, dan staat hij stil. Veel schoolfotografen ontwikkelen nieuwe creatieve concepten en verkopen produc-

ten aan zoals canvasdoeken, foto's op hout, tassen en mokken en dergelijke."

Is er veel concurrentie?

"Het succes van OYPO blijft uiteraard niet onopgemerkt. In het afgelopen jaar zagen we enkele nieuwe initiatieven verschijnen. Printlabs zoeken een oplossing om de aflopende vraag naar prints op te vangen. Het grote verschil is dat dergelijke bedrijven de verkoopdienst naast hun focus op productiewerk doen; ons team concentreert zich volledig op service en innovaties om fotoverkoop te verbeteren. Concurrentie houdt ons scherp en geeft ons een extra drive om de beste te blijven."





Waarom juist schoolfotografie als uithangbord en niet sport- of portretfotografie?

"De overstap van de traditionele schoolfotografie naar online biedt doorgewinterde en nieuwe fotografen waanzinnig veel kansen. Ouders en grootouders kopen vrijwel altijd de schoolfoto's van hun kinderen. Dat is een lucratieve business. Ik schat in dat het animo voor sport- en evenementfotografie de

komende jaren zal dalen. Onder andere doordat mensen dergelijke momenten steeds vaker met smartphones of eigen camera's vastleggen."

Op dit moment hebben jullie bijna 54 miljoen foto's in de verkoop. Daar kun je aardig wat statistische berekeningen op loslaten; welke het beste verkopen bijvoorbeeld.

"Zeker. Na negen jaar hebben we een

schat aan kennis en data met betrekking tot online fotoverkoop. Dan komt het benchmarken om de hoek kijken. We kunnen bijvoorbeeld zien of dat staande foto's beter verkopen dan liggende foto's; of roze beter dan blauwe. Maar bijvoorbeeld ook dat de 'leeftijd' van de foto bijzonder grote invloed heeft op het rendement. Wanneer de foto's van bijvoorbeeld een gala de volgende dag online staan, dan verkoop je waanzinnig veel meer dan als



je een week wacht en de geportretteerden al lang niet meer in de stemming zijn. Dat kun je zo de grafieken zien."

OYPO heeft een koppeling met SchoolBANK. Hoe werkt dat?

"Op Schoolbank zoeken de mensen naar de klassenfoto's van vroeger. Vandaag worden klassenfoto's gemaakt, die twintig jaar opnieuw interessant zijn. Fotografen kunnen ervoor kiezen dat klassenfoto's

automatisch door SchoolBANK gearciveerd worden. In de toekomst komen de foto's dan automatisch opnieuw onder de aandacht. Leuk voor de gefotografeerde én lucratief voor de fotograaf."

Welke dienstverlening kunnen fotografen nog verwachten?

"Onze ontwikkelaars zijn continue bezig met nieuwe toepassingen. Op dit moment leggen we de laatste hand aan

verbeteringen op het gebied van het bestellen van de foto's via mobiele apparaten. Daarnaast werken we met man en macht aan een compleet nieuwe beheer-interface voor fotografen. Ik kan daar nu helaas nog niks over zeggen, maar wellicht zien de lezers dat in de nieuwsrubriek van de volgende editie van jullie magazine!"

www.oypo.nl/fotosverkopen ■

