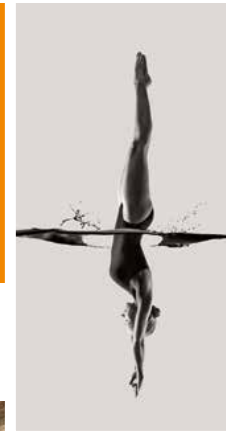


# INHALT



## IMAGES & STORIES

- 8 **ENTWICKLUNGEN UND TRENDS IN DER PR-FOTOGRAFIE 2015**  
Die vier bestimmenden Strömungen in der PR-Fotografie
- 14 **POLITIKER IN DEN MEDIEN:** Die neue Ästhetik der Porträtfotografie
- 18 **IMAGE IST ALLES** Interview mit Andrea Vollmer-Hess  
von VOGUE Deutschland
- 24 **WITWEN BRINGEN UNGLÜCK** Fotoreportage von Caroline Pankert  
über die mittellosen Frauen von Vrindavan
- 28 **FASCINATING WOMEN** Das mediale Bild der Frauen  
befindet sich im Wandel

## TECHNOLOGY & TRENDS

- 36 **DIE ZUKUNFT DER MEDIENBESCHAFFUNG ODER:  
SO TRIVIAL KANN PREISBILDUNG SEIN** Auf freien Märkten  
werden Preise durch Angebot und Nachfrage bestimmt
- 40 **DIE EVOLUTION DER ERFOLGSMESSUNG  
VON DIGITAL VIDEO ADS** Zwischen Clickraten, Messbarkeit  
und Wertschöpfungskette
- 46 **COMPUTERGESTÜTZTES VISUAL STORYTELLING** Ein Trend,  
der in der Verlagsbranche weiter an Bedeutung gewinnt

## LAW & ORDER

- 49 **UPDATE FOTORECHT** Eine Übersicht der wichtigsten  
Rechtsprechungen 2015
- 56 **DAS HASHTAG ALS EINWILLIGUNGSERKLÄRUNG?**  
Instagram und die Jagd nach dem User Generated Content
- 58 **INTERNET-MEMES** Die große Kraft der Gedanken im WWW
- 62 **STREET PHOTOGRAPHY** Rechtmäßig oder rechtswidrig?
- 65 **VILLA SORGENFREI** Ein Zwischenbericht zu den Gerichts-  
verfahren der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten
- 68 **EIN LINK, EIN KLICK, EINE RECHTSVERLETZUNG?** Framing  
bei legaler Quelle zulässig: Game-Changer für die Bildbranche
- 71 **BVPA 2016 News & Facts**

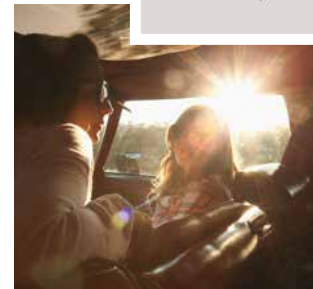
### LOBBYARBEIT, NETWORKING UND QUALITÄT

Die vielfältigen Aufgaben des BVPA – und warum sich eine Mitgliedschaft im Verband lohnt



### REAL WOMEN

Nicht „unbeschreiblich weiblich“, sondern eher ganz echt: Die Frauen, die wir in dieser Ausgabe zeigen, haben alle große Natürlichkeit und Realitätsnähe gemeinsam. Keine künstlich wirkenden Szenen, nicht überstylt und überschminkt, sondern eben wie aus dem echten Leben gegriffen – so wirken auch die „historischen“ Damen. Denn auch in Zeiten, als Fotomaterial noch viel teurer und exklusiver war, gelangen immer wieder Schnappschüsse mit besonderem Charme und Ästhetik.



Danke an alle Mitgliedsagenturen und Fotografen für die Bereitstellung der abgebildeten Motive. Alle Porträtfotografien dieser Ausgabe wurden uns freundlicherweise von den Autoren zur Verfügung gestellt.

Unser Titelbild von Getty Images stammt aus der Lean In Collection – einer Bildsammlung voller selbstbewusster Frauen und Mädchen sowie ihrer Unterstützer. Hier wird sich von herkömmlichen Geschlechterbildern verabschiedet und mit Klischees gebrochen. Die komplette Kollektion findet man unter <http://www.gettyimages.de/fotos/leanincollection>

## BUY & SELL

- 81 **FOTOKUNST STATT PICASSO:** Eine neue Branche in Goldgräberstimmung am Beispiel von Lumas, WhiteWall und Anzenberger
- 84 **MANCHE BILDER VERKAUFEN SICH. NICHT.** Warum sind manche Motive Dauerbrenner und andere schaffen es selten ans Tageslicht?
- 87 **QUALITÄT, DIE SICH VERKAUFT: CONTENT IS KING**  
Pinterest als visuelles Entdeckungstool
- 88 **MEHRWERT: REDAKTIONELLE KOMPETENZ** Über die enge Verzahnung von redaktionellem Geschehen, Nachrichtenlage und Bildbetrieb
- 94 **DER BILDWUNSCH ALS BEFEHL** Pixeed: Eine neue Plattform für Bildsuchende und Fotografen

## WORLD & MARKET (English)

- 96 **THE AMERICAN PICTURE INDUSTRY**  
Jim Pickerell answers queries on the US market
- 98 **WHAT'S THE CURRENT STATE OF NEWS PHOTOGRAPHY?**  
The results of a major survey by World Press Photo
- 100 **"IT ALL COMES DOWN TO THE COMMUNITY"**  
Nuno Silva about the business model of 500px
- 104 **CEPIC: A UNIQUE POSITION IN BRUSSELS** The voice of the picture industry at the European Commission and Parliament
- 106 **TAPPING THE POWER OF PHOTOS FOR BRAND ADVERTISING**  
Images are replacing text as digital's primary communications "language"
- 108 **REAL MOMENTS. REAL LIFE.** The EyeEm Market is a platform for creatives and brands to source and license authentic photography
- 111 **DIE FOTOINDUSTRIE IN ZAHLEN**

## LEARN & STUDY

- 114 **MOBILER FOTOJOURNALISMUS – WIE DAS SMARTPHONE UNSERE BRANCHE UMKREMPelt** Michael Hauri über die neuen Möglichkeiten, das Handy als Reporterwerkzeug zu nutzen
- 117 **VISUELLE KOMPETENZEN FÜR DAS DIGITALE ZEITALTER**  
Viola Rühse über das berufsbegleitende Certified Program
- 120 **MITGLIEDSAGENTUREN DES BVPA**
- 122 **IMPRESSUM**

(Bildnachweise auf den jeweiligen Artikelseiten)