



Fotograf Miro May porträtierte das „Borana Girl“ in Äthiopien, wo das Mädchen nahe Yabelo mit seinem Stamm lebt. Wer das Bild kauft, unterstützt syrische Flüchtlinge in Jordanien.

Fotos kaufen und die Welt ein bisschen besser machen

# NEUE WEGE

Weltweit vermutlich einzigartig ist das Konzept des Bildanbieters Photocircle: Ein engagiertes Team gewinnt Fotografen dafür, einen Teil der Erlöse zu spenden, und verzichtet auch selbst, um zu helfen.

Text: Andrea Spaeth



Mit seinem Foto „Sommerherbst“ will Gregor Teggatz Flüchtlingskindern in Berlin durch ein Winterfest ein wenig Glück schenken.



Andrea Tanase aus Rumänien arbeitet seit zehn Jahren für Zeitschriften wie Geo oder TAZ. Ein Teil des Erlöses von „Strange Fruit“ hilft Flüchtlingskindern.



Haitis Kinder leben im Elend. Der Verkaufserlös von „Busfahrt durch Haiti“ von Michael Wagener unterstützt ein Hilfsprojekt, das Hoffnung macht.



Zehn Prozent des Verkaufserlöses des Motivs „New Warriors“ von dem französischen Fotografen Thomas Lhomme gehen an „Moabit hilft“ in Berlin.



Durch seine Augen gewinnt der Schrecken eines jeden Landes an Schönheit: Der Franzose Eric Lafforgue gehört zu den Großen unter den Reportage- und Porträtfotografen. Das Foto „Arirang mass games in Pyongyang“ entstand während der laut Guinnessbuch der Rekorde weltweit größten Massenveranstaltung in Nordkorea. In präziser Choreografie stellen Tänzer und Sportler die Geschichte ihres Landes nach. Teile des Erlöses spendet Lafforgue an ein Bildungsprojekt in Kambodscha.

„Ich fotografiere keine Körper. Ich fotografiere, was sie in mir auslösen“, sagt die afghanische Fotografin Rada Akbar. „Apana“ (links) und „Zainab“ (rechts) haben diese Emotionen wohl geweckt. Sie leben beide in einem Flüchtlingscamp in Kabul.



■ Ein Foto im goldenen Rahmen: Es zeigt vier Champagnerflaschen „Moët & Chandon“, abgelegt auf einer ledernen Designtasche. Unter dem Bild steht geschrieben: „Was sonst kannst du mit einem Montag anfangen?“ Dieser Beitrag ist einer von mehreren im Internet unter „Rich Kids Of Instagram“ und muss von jedem täglich um seine Existenz ringenden Menschen als Schlag ins Gesicht empfunden werden. Und tatsächlich hat diese Provokation eine Gegenbewegung ins Leben gerufen: „Poor Kids Of Instagram“. Unter diesem Titel protestieren vom Leben weniger begünstigte Jugendliche gegen eine mehr und mehr um sich greifende Zurschaustellung von Reichtum. Denn protzende Bonzen, die ihre Statussymbole in die Kamera halten, haben heute ihren festen Platz in der Medienwelt gefunden. Um den Profit zu steigern oder ihr Ego ins Rampenlicht zu rücken, lassen sie das Publikum an ihrem Leben teilhaben, nicht aber an ihrem Besitz. Und auch da existiert eine Gegenbewegung aus dem Volk heraus. Menschen, die bewusst verzichten: Konsum, Fleisch, Autos, sogar auf Arbeitszeit und somit Einkommen. Sie alle – und es werden immer mehr – setzen sich zum Schrecken einer ohnehin verunsicherten Wirtschaft für mehr Fairness, die Umwelt, Humanität und letztlich Lebensqualität ein.

Thomas Heinrich ist Gründer der Berliner Bildagentur „Photocircle“ und schlägt genau in diese Kerbe. Die Welt ein bisschen besser machen ist sein Ansatz. Auf die Idee kam der Wirtschaftswissenschaftler und Fotograf während einer längeren Reise nach Südostasien: „Als ich zurückgekehrt war, meinten meine Freunde, ich solle doch mal ein paar meiner Bilder online verkaufen. Und als ich mich mit den bestehenden Fotoplattformen beschäftigte, fühlte es sich einfach falsch an, einen Verkaufserlös zu erzielen, ohne dass die Porträtierten davon wussten, geschweige denn davon profitieren konnten.“ Diesen inneren Konflikt wollte er lösen und rief so Photocircle ins Leben.

Auf dieser Internetplattform kann man heute hochwertige Fotografien kaufen oder auch eigene Motive drucken lassen. Der Clou: Bei jedem Auftrag fließt Geld in eine Bildungs- oder Entwicklungseinrichtung. Partner von Photocircle sind Hilfsorganisationen wie die UNO-Flüchtlingshilfe, Care, die Deutsche AIDS-Stiftung, Skateistan oder

lokale Organisationen wie „Moabit hilft“, „Kulturloge Berlin“ oder „Schülerpaten Berlin“. Jeder Fotograf, der über Photocircle verkauft, ist eingeladen, ein eigenes Hilfsprojekt vorzuschlagen. Ob aber ein Fotograf überhaupt einen Platz im aktuell rund 3.000 Bilder umfassenden Archiv findet, entscheidet nicht nur die Qualität, sondern auch eine eigene, zur Agentur passende Ästhetik und Aussage: „Wir gehen immer auch davon aus, dass unsere Fotografen nicht nur verdienen, sondern mit ihren Bildern zusätzlich auch etwas bewirken möchten.“ Mit „wir“ meint Heinrich ein engagiertes Team: Dazu gehören Francesco Laddomada, Carlo Trim-

*„Wir glauben, dass ein Umdenken stattfinden muss. Es gibt Alternativen.“*

(Thomas Heinrich, Geschäftsführer von Photocircle)

archi, Saskia Otto, Oliver Wolf, Katrin Strohmaier und „Liz“. Ausschlaggebend für die Aufnahme der fotografischen Arbeit in die Galerie ist also auch ein inhaltlicher Anspruch. Auf der Suche nach passenden Motiven zugunsten einer möglichst abwechslungsreichen und zugleich anspruchsvollen Auswahl werden die Macher von Photocircle auch in Blogs und auf Websites fündig. Beliebigkeit wird ausgegrenzt: „Die klassischen Sonnenuntergänge haben es schwer bei uns, auch wenn sie technisch noch so gut umgesetzt wurden. Dafür nehmen wir eher Bilder auf, die in Richtung Fotojournalismus gehen. Aufnahmen, die man nicht unbedingt über sein Sofa hängen würde, von denen wir aber glauben, dass sie eine starke Botschaft haben und zu unserer Vision passen“, so Heinrich.

So etwas wie ein Glücksfall für das Team stellt das Angebot von Hengki Koentjoro dar. Der Fotograf ist mehrfach ausgezeichnet und will durch seinen Erlös den Flutopfern des Taifuns Haiyan auf den Philippinen helfen. „Auf einmal bekamen wir auch Bestellungen aus Japan und Australien“, erinnert sich Geschäftsführer Heinrich.

Wie überzeugt jeder Beteiligte ist, lässt sich an der Großzügigkeit von Künstlern wie Jörg Faißt, Sebastian Sirch oder Franz Sussbauer ablesen, die auf ihren Gewinn gänzlich verzichten. Rund 400 Fotografen präsentieren sich und ihre Arbeit aktuell auf Photocircle. Dort wird Transparenz gepflegt: Jede Hilfsaktion wird vorgestellt und der Status bis zur Beendigung dokumentiert. Als Teil des Ganzen wird jeder interessierte Kunde intensiv eingebunden und in der Ansprache geduzt ...

Trotz seines mitmenschlichen Einsatzes sieht sich Thomas Heinrich nicht als Gutmensch. „Ich würde mich eher als Sozialunternehmer bezeichnen.

Ziel eines Sozialunternehmens ist die Lösung eines gesellschaftlichen Problems und nicht die Profitmaximierung. Dennoch möchten auch wir es schaffen, unserem Team ein angemessenes Gehalt auszuzahlen.“

Photocircle und die Fotografen verzichten also zugunsten Notleidender auf der ganzen Welt oder auch direkt vor der Tür auf einen Teil ihres Erlöses und schrauben den Anspruch noch weiter hoch: „Uns ist es wichtig, dass wir trotz Spenden und hoher Produktqualität dennoch sehr faire Preise anbieten. Das geht nur, indem wir verzichten. Somit steht uns auch ein geringes Budget zur Verfügung – für Marketing zum Beispiel. Das macht es schon zu einer Herausforderung, mit den großen Playern der Branche zu konkurrieren.“ Da hilft die innere Überzeugung: „Seit unserem Bestehen 2012 geht es kontinuierlich bergauf. Das stimmt uns natürlich ungemein optimistisch. An regnerischen Tagen hilft dann auch immer, dass wir uns im Team alle sehr gut verstehen und einfach zu 100 Prozent an das glauben, was wir tun und wofür wir arbeiten.“ ■ [www.photocircle.net](http://www.photocircle.net)



Rob van Kessel bereist die Metropolen dieser Welt, um ihnen nachzuspüren, sie in atmosphärischen Bildern einzufangen. „Crossing Hong Kong“ soll helfen, Jugendlichen in Kambodscha eine Perspektive zu bieten.