

Modul 2

## SCHWERPUNKT "FOTO-ORDNUNG"

Modul 2: Foto-Ordnungs-Projekt - Vorgehen

2



37

---

---

---

---

---

---

---

Modul 2 - Übersicht

## FOTO-ORDNUNGS-PROJEKT - VORGEHEN

**Lektion 1:** Typische Kundenprobleme, wenn es um Fotos geht  
**Lektion 2:** Hauptaufgabenbereiche der Foto-Ordnung  
**Lektion 3:** Mögliche Kunden und Dienstleistungen rund um Fotos  
**Lektion 4:** Vorgehen, um Foto-Ordnungs-Aufträge zu planen



38

---

---

---

---

---

---

---

Modul 2 - Übersicht

## FOTO-ORDNUNGS-PROJEKT - VORGEHEN

**Lektion 1:** Typische Kundenprobleme, wenn es um Fotos geht

- Papierfotos
- Digitalfotos



39

---

---

---

---

---

---

---

## FOTO-ORDNUNGS-PROJEKT - VORGEHEN

### Lektion 2: Hauptaufgabenbereiche der Foto-Ordnung

- Arten von Fotos bei denen Hilfe benötigt wird
- Inhalte, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht



40

---

---

---

---

---

---

---

## FOTO-ORDNUNGS-PROJEKT - VORGEHEN

### Lektion 3: Mögliche Kunden und Dienstleistungen rund um Fotos

- Mit welcher Art Kunden kann man arbeiten?
- Welche Dienstleistungen sind möglich?



41

---

---

---

---

---

---

---

## FOTO-ORDNUNGS-PROJEKT - VORGEHEN

### Lektion 4: Vorgehen, um Foto-Ordnungs-Aufträge zu planen



42

---

---

---

---

---

---

---

## TYPISCHE KUNDENPROBLEME, WENN ES UM FOTOS GEHT



43

---

---

---

---

---

---

---

## TYPISCHE KUNDENPROBLEME, WENN ES UM FOTOS GEHT - BEI PAPIER- UND DIGITALFOTOS

- Das Thema Fotos aufräumen wird seit Jahren **vor sich hergeschoben**
- Der Foto-Berg erscheint **unbezwingbar**
- Die Kunden haben den **Überblick verloren**, wo was ist (besonders bei Digitalfotos)
- Sie wissen nicht, wo und wie sie **anfangen** sollen
- Es gibt **keinen Plan**, wie die Bilder organisiert und strukturiert werden sollen
- Sie sind **unsicher** in punkto Fotoaufbewahrung oder Datensicherung
- Es gibt **keinen Workflow** für neue Fotos
- Das Wegschmeißen oder Löschen von Fotos **fällt sehr schwer**
- Die Kunden sind bei digitalen Fotos sehr **ängstlich** wegen der Technik



44

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

- Arten von Fotos bei denen Hilfe benötigt wird
- Inhalte, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht



45

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Bei folgenden Arten von Fotos wird die Hilfe notwendig:

- Digitale Fotos
- Videos
- Papierfotos
- Negative
- Dias
- Videokassetten
- Ältere Video-Formate



46

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Worum geht es in erster Linie, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht:

1. Emotionale Themen
2. Planerische Aufgaben
3. Das Aufräumen an sich
4. Aus Fotos etwas Schönes machen



47

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Worum geht es in erster Linie, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht:

### 1. Emotionale Themen

- Motivation geben, um anzufangen und dran zu bleiben
- Ängste nehmen Fotos zu verlieren, z. B. die falschen zu löschen oder wegzuschmeißen
- Konfrontation mit "schweren" Zeiten



48

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Worum geht es in erster Linie, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht:

### 2. Planerische Aufgaben

- Was ist zu tun
- Mit welcher Priorität
- Wie genau macht man das
- (Künftige) Workflows der Fotos planen



49

---

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Worum geht es in erster Linie, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht:

### 3. Das Aufräumen an sich

- Fotos an einen Platz bringen
- Aufräumen, organisieren, strukturieren
- Foto-Bestand verkleinern
- Fotos bewerten, verschlagworten



50

---

---

---

---

---

---

---

---

## HAUPTAUFGABENBEREICHE DER FOTO-ORDNUNG

Worum geht es in erster Linie, wenn es um Foto-Ordnungs-Aufträge geht

### 4. Aus Fotos etwas Schönes machen

- Fotoalben
- Fotobücher
- Fotogeschenke
- Fotos als Dekoration in der Wohnung



51

---

---

---

---

---

---

---

---

## MÖGLICHE KUNDEN UND DIENSTLEISTUNGEN RUND UM FOTOS

- Mit welcher Art Kunden kann man arbeiten?
- Welche Dienstleistungen sind möglich?



52

---

---

---

---

---

---

---

---

## MIT WELCHER ART KUNDEN KANN MAN ARBEITEN

### 1. Privatkunden - ganz grob der typische Kunde

- Menschen, die gerne und viel fotografieren
- In der Regel Frauen, da diese meist viel (für die Familie) fotografieren
- Bei denen sich über die Jahre viele Fotos angehäuft haben - besonders Digitalfotos
- Die zum Teil auch noch Papierfotos von vor der digitalen Zeit haben
- Die ein großes Fotoprojekt angehen wollen (z. B. Fotobuch zum 18. Geburtstag)
- Die sich räumlich verkleinern und darum Papierfotos minimieren müssen
- Die Papierfotos geerbt haben



53

---

---

---

---

---

---

---

---

## MIT WELCHER ART KUNDEN KANN MAN ARBEITEN

### 2. Geschäftskunden - ganz grob der typische Kunde

- In der Regel Frauen, die ein kleines Unternehmen haben
- Die für ihr Business viele Fotos machen (z. B. für Soziale Medien wie Instagram)
- Bei denen sich sehr viele Fotos angehäuft haben, und immer neue hinzukommen - besonders Digitalfotos
- Die die Herausforderungen haben, dass sich private und geschäftliche Fotos vermischen
- Die ihre Fotos mit anderen teilen wollen, z. B. mit (virtuellen) Assistenten:innen



54

---

---

---

---

---

---

---

---

## WELCHE DIENSTLEISTUNGEN SIND MÖGLICH?

1. Foto-Ordnung erklären
2. Ordnung bei den Fotos schaffen zusammen mit den Kunden
3. Eigenständig Ordnung für den Kunden schaffen



55

---

---

---

---

---

---

---

## WELCHE DIENSTLEISTUNGEN SIND MÖGLICH?

### 1. Foto-Ordnung erklären

- 1:1 Coachings / direkte Zusammenarbeit mit einem Kunden
  - vor Ort
  - online via Video (z. B. Zoom-Call)
  - telefonisch
- Vorträge / Workshops / Kurse
- Workbooks und andere Unterlagen verkaufen



56

---

---

---

---

---

---

---

## WELCHE DIENSTLEISTUNGEN SIND MÖGLICH?

### 2. Foto-Ordnung schaffen zusammen mit den Kunden

- Bei Papierfotos
- Bei Digitalfotos
- Bei Videoformaten
- Ggf. auch bei Erinnerungen (z. B. Kinderkunstwerke)



57

---

---

---

---

---

---

---

## WELCHE DIENSTLEISTUNGEN SIND MÖGLICH?

### 3. Eigenständig Ordnung für den Kunden schaffen - beim Kunden vor Ort oder mitnehmen

- Sortieren, strukturieren
- Sichern
- Digitalisieren
- Foto-Produkte machen (z. B. Fotobücher, Fotogeschenke)



58

---

---

---

---

---

---

---

## DAVON BIN ICH ÜBERZEUGT

"Es kann im deutschsprachigen Raum  
nicht genug Ordnungskoaches geben,  
die auch das Thema Foto-Ordnung anbieten!"

[dagmar@foto-ordnung.de](mailto:dagmar@foto-ordnung.de)



59

---

---

---

---

---

---

---

## VORGEHEN, UM FOTO- ORDNUNGS-AUFTRÄGE ZU PLANEN



60

---

---

---

---

---

---

---

## Modul 2 - Lektion 4

## VORGEHEN, UM FOTO-ORDNUNGS-AUFTRÄGE ZU PLANEN

- Biete ein **kostenfreies (Kennenlernen)-Gespräch** an (20 - 30 Minuten reichen i. d. R.)
- Kläre die **Ausgangslage der Kunden** (wofür wünscht er sich Hilfe, Papierfotos und/oder Digitalfotos, um welche Mengen an Fotos geht es, womit fotografiert er heute, plant er etwas zu ändern u. ä.)
- Prüfe, ob du **inhaltlich weiterhelfen kannst** (z. B. bei digitalen Fotos, kennst du dich mit der genutzten Hard- und Software aus)
- **Schaffst du es** (aktuell) zeitlich, wie gewünscht zu helfen
- Passt es **menschlich** zwischen euch
- Mache ein **Angebot** für einen Stundenpreis, ggf. Paket-Angebote



61

---

---

---

---

---

---

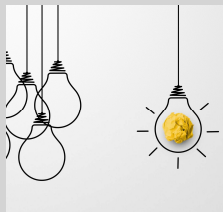
---

---

## Modul 2 - Fazit

## FAZIT:

- Kundenprobleme sind zum Teil ähnlich wie bei anderen Ordnungsthemen.
- Aber die Besonderheiten der Foto-Ordnung, sollte ein Ordnungscoach kennen.
- Die Bandbreite der Aufgabenbereiche beim Thema Fotos und Ordnung ist groß und bietet viel Angebotspotential.
- Ein Coach sollte bewusst entscheiden, was er bei welcher Kundengruppe anbieten will.



62

---

---

---

---

---

---

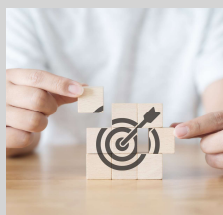
---

---

## Modul 2 - Aufgabe

## AUFGABE:

- Überlege dir, welche Dienstleistungen du anbieten kannst und willst (z. B. Ordnung für Papierfotos und/oder Digitalfotos).
- Nur Beratung oder mit anpacken beim Kunden?
- Kundentermine vor Ort und/oder digital?
- Entscheide mit wem du arbeiten willst (Privat- und oder Geschäftskunden).
- Kalkuliere deinen Stundenpreis, ggf. Paketpreise.



63

---

---

---

---

---

---

---

---