



Online-Akquise – zum Erfolg in 7 Schritten

Ich habe Akquise gehasst – bis vor zwei Jahren. Meine Idealvorstellung war immer, dass jemand an meiner Haustür klingelt und sagt: „Guten Tag, sagen Sie mal, illustrieren Sie vielleicht? Und möchten Sie dafür gut bezahlt werden?“ Ist nie passiert, leider. Illustratoren wollen zeichnen, collagieren, illustrieren – und am liebsten jemanden haben, der sich um den schönsten Rest kümmert. Doch leider müssen wir ab und zu den Geschäftsleute-Mantel überziehen, um von unserer Arbeit langfristig leben zu können. Denn Akquise funktioniert!

Wenn wir sie richtig anpacken und als wichtige Grundlage unserer Arbeit ansehen, kommen wir vielleicht sogar in die Situation, dass wir uns kaum noch trauen, Akquise zu betreiben, weil wir überbucht sind.

Am wichtigsten ist ein großer Pool von Adressen und Kontakten. Absagen treffen dich nicht so hart, wenn du eine Menge Karten auf der Hand hast und eine gute und stets aktuelle Adressliste als Basis für die nächsten Runden. Kontakte findest du bei Businessnetzwerken wie **XING** oder **LinkedIn** oder auf den Webseiten von Verlagen und Zeitschriften. Wenn keine Ansprechpartner benannt werden, frage in der Zentrale unter welcher Email, Telefonnummer oder Adresse du dich vorstellen kannst. Ich war überrascht, wie hilfsbereit mir begegnet wurde. Wichtig ist einzuschätzen, in welchen Bereichen du dich sinnvoll mit deinen Arbeitsproben bewerben kannst. Illustrationen für Businessmagazine finden wahrscheinlich keinen Platz bei Kinderbuchverlagen und umgekehrt.



© Sabrina Tibourtine

Frage nach, ob du etwas schicken darfst. Du *musst* bei jeder Akquiseaktion den Empfängern die Möglichkeit geben, sich aus deiner Liste wieder austragen zu können. Das ist so rechtlich vorgeschrieben, und du möchtest ja auch nur die Leute erreichen, die etwas von dir wissen wollen (alles andere ist auch für dich Porto- und Zeitverschwendung).

Überprüfe und aktualisiere dein Portfolio. Akquiriere nur mit deinen allerbesten Arbeiten, oder mit Arbeiten, die du für namhafte Kunden

angefertigt hast. Artdirektoren und Bildredakteure sind stark ausgelastet und haben nur wenig Zeit.

Überlege dir eine Struktur: Für mich funktioniert es gut, zweimal jährlich etwas Gedrucktes mit meinen neuesten Arbeiten an 50–100 Adressen zu versenden und zusätzlich zweimal jährlich einen E-Mail-Newsletter, ebenfalls mit den neuesten Arbeiten. Als nicht zu aufdringlich wird eine Kontaktaufnahme alle 60–90 Tage empfunden. Wenn ich von jemandem nach drei Akquiseaktionen nichts gehört habe, frage ich noch mal persönlich per E-Mail nach. In 70% der Fälle bekomme ich eine Antwort, oft auch einen Auftrag.

Nutze alle Kanäle. Baue dir einen Facebook-Freundeskreis auf. Nimm dir vor, zwei- bis dreimal die Woche etwas zu schreiben. Beachte aber, das Facebook und Twitter soziale Netzwerke sind. Zeige nicht nur deine Arbeiten, sondern biete Mehrwert: Einen tollen Link, eine interessante Begebenheit, etwas Schönes, das du bei Kollegen gefunden hast – egal. Ein gutes Verhältnis ist 60% soziale Aktivität, 40% Werbung.

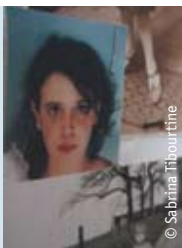
Oft kommen Aufträge, weil man irgendwo eine „Marke“ hinterlassen hat. **Sei also ein Hund, der seinen Weg markiert und hinterlasse überall Spuren** – optimal sind Portfolioseiten, z. B. bei der **Illustratoren Organisation, Behance, design related, illustration mundo, little chimp society, portfoliopool**, um nur einige zu nennen. Wäge gut ab, ob du dafür zahlen willst: Manche Anbieter wie **The Creative Finder** und **Theispot** verlangen viel Geld. Wenn du dir unsicher bist, sprich ein paar der Illustratoren an, die dort für sich werben, ob sich die Investition gelohnt hat.

Frage Designblogs, ob sie dich vorstellen wollen und stelle ihnen (Bild-)Material und einen kurzen Text über dich zur Verfügung. Jetzt kannst du die Hände in den Schoß legen und auf Arbeit warten. Aber nur kurz: Die Aufträge werden kommen – und die nächste Akquiserunde wartet schon.

Sabrina Tibourtine, Illustratorin (IO)

STECKBRIEF

Sabrina Tibourtines Medium ist die Collage. Sie illustriert und animiert seit 2006 größtenteils für Magazine und Zeitungen. Sie wohnt mit ihrer Familie in Köln. Mehr unter www.eine-der-guten.de



© Sabrina Tibourtine

Die neue Reihe bei
Edition bi:libri:

Zweisprachige Erstlesebücher



Eine pfiffige Geschichte über
den ersten Schultag zum Vorlesen
oder selber Lesen.

Pia freut sich seit Monaten auf die Schule, doch als es endlich soweit ist, wird sie plötzlich unsicher. Schließlich hat sie so einiges gehört...

Ulrike Rylance/Karolin Przybill:

Pia kommt in die Schule

Hardcover, durchgehend farbig illustriert,
17,4 x 24,5 cm, 44 Seiten, ab sechs Jahren

9,95 Euro [D]

Der Titel ist in folgenden
Sprachausgaben erhältlich:

Deutsch-Englisch	ISBN 978-3-938735-86-2
Deutsch-Französisch	ISBN 978-3-938735-87-9
Deutsch-Griechisch	ISBN 978-3-938735-88-6
Deutsch-Italienisch	ISBN 978-3-938735-89-3
Deutsch-Russisch	ISBN 978-3-938735-90-9
Deutsch-Spanisch	ISBN 978-3-938735-91-6
Deutsch-Türkisch	ISBN 978-3-938735-92-3

Weitere mehrsprachige
Kinderbücher finden Sie unter

www.edition-bilibri.de

