

Flickr

Stand: 17.03.2023

Bei Flickr handelt es sich um einen speziellen Onlinedienst. Anders als andere soziale Netzwerke ist es **eine kommerzielle Plattform**. Sie bietet die Möglichkeit, Bilder hochzuladen und mit der Community zu teilen. Deren Mitglieder können sie dann kommentieren, bewerten und sogar weiterempfehlen – doch das ist nicht alles. Das Besondere an Flickr ist, dass es eine Quelle für legal bezogenes Bild- und Videomaterial darstellt.

Flickr als soziales Netzwerk

Der Onlinedienst ist keine Social-Media-Plattform im klassischen Sinn. Denn der Fokus liegt nicht auf der Interaktion zwischen den Nutzern, sondern **auf dem Upload und dem Organisieren von Fotos**. Hierin unterscheidet es sich beispielsweise von [Instagram](#), bei dem es hauptsächlich darum geht, Bilder schnell und einfach zu verbreiten. Flickr ist da anders. Zwar dreht es sich hier auch darum, die eigene Fotografie zu teilen, aber im Zentrum steht deren Qualität. Den Nutzern ist es wichtig, ihre Bilder unverändert und verlustfrei hochzuladen, zu speichern, zu organisieren und schlussendlich zu teilen.

Geschichte und Entwicklung

Der Beginn der Plattform liegt im Jahr 2002. Zunächst nur als ein Aspekt eines Online-Spiels gestartet, kam das Feature so gut bei den Spielern an, dass es separiert wurde. Am 10. Februar 2004 wurde die Entwicklung des Games eingestellt und Flickr stattdessen **von Ludicorp Research & Development Ltd. veröffentlicht**. Ein Jahr später wurden das Unternehmen und das soziale Netzwerk von Yahoo aufgekauft.

Seither hat sich die Plattform stetig weiterentwickelt: 2007 wurde sie in verschiedene Sprachen überführt, darunter Deutsch. Bis 2011 wurden jährlich 1 Mrd. Fotos hochgeladen. Ende 2012 waren sogar 2 Mrd. weitere hinzugekommen, sodass die Gesamtzahl auf 8 Mrd. angestiegen war. 2013 erhielt jeder Nutzer 1 Terabyte Speicher, High Definition wurde verfügbar für Bilder und Videos bis zu 3 min Länge. 2018 schließlich verkaufte Yahoo den Dienst an SmugMug, welche **1000 als Höchstzahl an hochgeladenen Dateien für kostenlose Accounts** einführte. Außerdem werden diese seither mit Werbung bespielt. Ab Februar 2019 wurde jedes Bild, was die vorgegebene Anzahl übersteigt, gelöscht. Dabei wurde mit den ältesten Bildern begonnen. Wer mehr hochladen und den Dienst werbefrei nutzen möchte, muss eine jährlich anfallende Gebühr von 49,99 US-Dollar entrichten.

Funktionen und Besonderheiten von Flickr

Das soziale Netzwerk selbst rühmt sich damit, zwei Hauptziele zu verfolgen: Fotos mit Menschen zu teilen und ihre Dateien zu organisieren. Doch das geschieht in feinen Abstufungen, sodass Nutzer sehr gezielt einstellen können, was mit ihren Bildern geschieht. Es können mit dem Handy aufgenommene Fotos in einen [Blog](#) geladen oder gezielt bearbeitete **Meisterwerke mit der Welt geteilt werden**. Wer nur Familien und Freunden den Zugriff auf ein paar wenige Fotos erlauben möchte, kann die Sichtbarkeitseinstellungen anpassen. Dabei gibt es verschiedene Arten, auf das System zuzugreifen:

mobil, über den Browser am Rechner und über externe Software. Abrufbar sind die hochgeladenen Bilder auf ebenso vielen Wegen – per RSS-Feeds, E-Mails und externe Blogs. Für eine bessere Übersicht können die eigenen Bilder in Alben und diese wiederum in Sammlungen organisiert werden.

Flickr und die Lizenzen und Rechte

Wer ein Bild auf der Social-Media-Plattform hochlädt, kann entscheiden, wie damit verfahren werden soll. Das betrifft nicht nur die Frage, wer es sehen kann – nur der Nutzer selbst, inklusive Freunde und Familie oder jeder. In den Einstellungen kann darüber hinaus festgelegt werden, **unter welcher Lizenz es veröffentlicht werden soll**. Das bedeutet im Prinzip, dass der Nutzer für jedes Bild entscheidet, welche Rechte er abzutreten bereit ist. „Alle Rechte vorbehalten“ meint, dass alle beim Urheber bleiben. Wer jedoch die Creative-Commons-Lizenz wählt, gibt das Bild für bestimmte Nutzungsarten frei: kommerzielle Nutzung, Änderungen durchführen, ohne Urheberrechtseinschränkungen und eine Freigabe für US-Regierungsarbeiten.

Der Community-Aspekt von Flickr

Damit andere die Fotos sehen können, müssen sie direkt auf das Profil eines Nutzers gehen. Um keine Neuheiten zu verpassen, kann jeder anderen Accounts folgen, doch dafür müssen sie erst einmal bekannt sein. Um daher eine größere Sichtbarkeit zu kreieren, ist es hilfreich, **die Möglichkeit der Gruppen zu nutzen**. Dabei handelt es sich um thematisch sortierte Zusammenschlüsse. Jeder Nutzer kann eine anlegen oder bestehenden beitreten und seine Bilder dort teilen. Die Mitglieder einer Gruppe können dann mit den entsprechenden Bildern interagieren.

Möglichkeiten im Online-Marketing

Flickr bietet ähnlich wie vergleichbare Plattformen einen interessanten Nutzen für Unternehmen im Bereich des [Online-Marketings](#). Social Media ist ein wunderbarer Weg, in Kontakt mit der Zielgruppe zu treten und **sich Sichtbarkeit zu verschaffen**. Obwohl auf der Plattform im Vergleich wenig Publikum zur Verfügung steht, sind dadurch auch die Chancen höher, nicht ungesehen unterzugehen. Der Onlinedienst stellt sogar selbst Anregungen bereit, worauf Unternehmen achten sollten. Bei der Umsetzung der Maßnahmen hilft eine [professionelle Agentur](#), den Überblick zu bewahren.

Weblinks

[Social-Media-Marketing – Möglichkeiten und Effekte](#)

[Yahoo – eine ausgestorbene Suchmaschine](#)

[Reichweite – wie sie erreicht wird](#)