



ProRapport



VICTOR

VÄRLDSKOLL



Produktion: fjellis.com - Text: Lena Åberg.

Victor Brott är en fotograf som vill ha full kontroll över sina bilder och hur de används.

Han kom till Sverige från Kanada i början på 70-talet. Sedan mitten på 80-talet, då han blev sin egen, har han målmedvetet arbetat med att bygga relationer.

Idag är Victor hälftenägare i företaget Global Reporting som har 12 anställda. De arbetar dels med företagsjobb och dels med internationella biståndprojekt. Deras devis är "Global reporting. Global smiles" och

under sina resor har han samlat på sig bilder av leende människor från närmare 80 länder. En fantastisk kollektion som visar på stora olikheter, men framför allt hur lika människor över hela världen är när de ler.

LYFT FRAM DET POSITIVA

"Jag vill visa på det positiva i tredje världen. Det är så enkelt att bara rapportera om elände, svält och krig, men jag vill lyfta fram den enorma styrkan och kraften som finns. Livet går vidare trots ofattbara katastrofer. Jag vill lyfta fram hoppet och visa på helheten."

Denna vilja har lett till många uppdrag för bl.a. FN, Sida, Plan International och Kooperation Utan Gränser. I bildarkivet finns idag över 100.000 bilder från bokstavligen talat världens alla hörn.

ATT SKAPA FÖRTROENDEN

Global Reportings andra ben är företagsjobben, där man främst arbetar med internationella stor-

företag. I deras idé ligger att alla ska känna till och kunna påverka varandras arbetsuppgifter. Layoutarna ska kunna bildarkivet, journalisterna ska vara intresserade av form och bild etc. Victor Brott tycker inte om att placeras i baksätet och få order om hur en bild ska tas. I sitt företag har han full kontroll över hela processen, från idé till färdig slutprodukt.

"Vi väljer kunder efter deras bildmässighet. Det gäller att hitta kunder som gillar och tror på bil-

arbete, men till slut ger det resultat. Har du väl skapat förtroendet kan du göra mycket roligare och bättre jobb för företaget."

Till näringslivskunder de senaste åren hör bl.a. BT Industries, Ericsson, BP, Handelsbanken, ESSELTE, Micronic, Industrifonden och turistministerierna i Norge, Danmark och Australien.

Under 20 års tid har Victor varit med och gjort över 200 årsredovisningar, så han vet vad han talar om.

DET ÄR RESULTATET SOM RÄKNAS

Victor har en holistisk syn på sina uppdrag och frågar alltid: Vad är syftet? Vad vill vi uppnå? Han har lärt sig att inte ge sig, att motivera och stimulera både kunder och medarbetare till att sträva mot samma bestämda mål.

INSPIRATIONEN FINNER HAN I SIN DAGLIGA GÄRNING:

"Vrider man kameran två grader åt norr så finns där en helt annan verklighet. När jag

föreläser för handelsstudenter eller marknadsfolk brukar jag ibland ge dem i uppdrag att ta 36 bilder på sig själva. De första 10-15 bilderna är enkla, men sedan tvingas man till att tänka på ett nytt sätt. Att utmana sin kreativitet."

ETT LÅNGVARIGT SAMARBETE

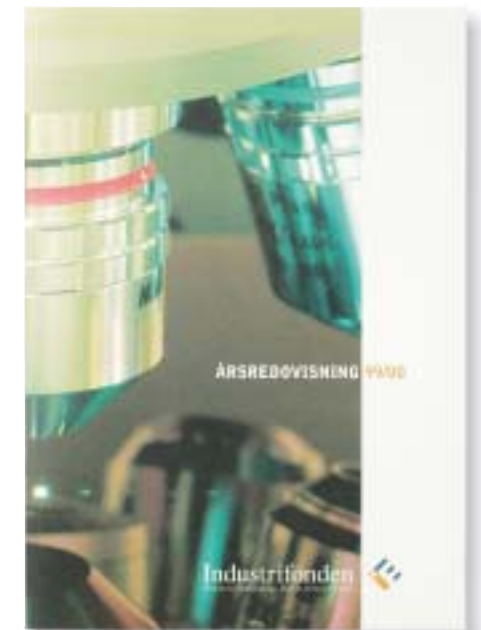
"ProLabbet och jag har följt varandra under drygt 20 år. Alla våra filmer tar de hand om. Från tropiska



Norden kopplas ihop med kontinenten: Victor fick i uppdrag att på lämplig plats i Europa hitta en stark symbol för samgående mellan svenska ASG och tyska Danzas. Vald plats: Karl XII:s bro i Paris, en tidig lördag morgon.



Assi Domän lyfter fram synligt, kreativ användning av trä för möbler och inredningar i sin årsredovisning, med arkitekt Erik Stenberg som tankeväckande modell.



VICTORS RÅD FÖR FRAMGÅNGSRIKA CORPORATEJOBBS:

1. Tala med rätt person, på rätt nivå. (marknads- eller informationschefen)
2. Ta reda på hur de tänker, läs in dig på företaget och deras värld.
3. Ta gärna några bilder från deras verksamhetsområde på speck, så att du kan visa att du förstår deras business.
4. Förankra dig i första hand med företaget, inte med reklambyrån. Skapar du ett förtroende hos ledningen, blir du kvar även om reklambyrån åker ut.
5. Den bästa vägen in är att ta bra bilder på VD:n.
6. Låt aldrig ett företag svara för mer än 10% av din omsättning, då skapas ett farligt beroendeförhållande.
7. Gör skriftligen en tydlig budget med kunden inför varje uppdrag, och håll budgeten.
8. Väga ta betalt för din faktiska arbetstid, du idkar hantverk – inte välgörenhet.
9. Även om du har fullt upp, se till att bygga nya broar. Det tar tid att få in en fot i dörren, och lång tid att bygga förtroenden.

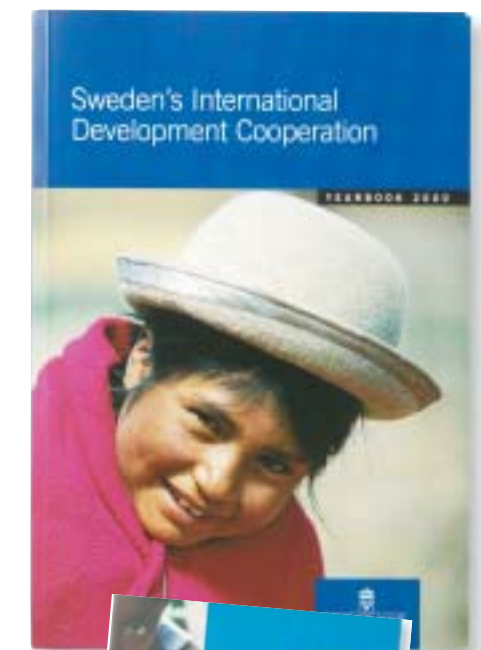
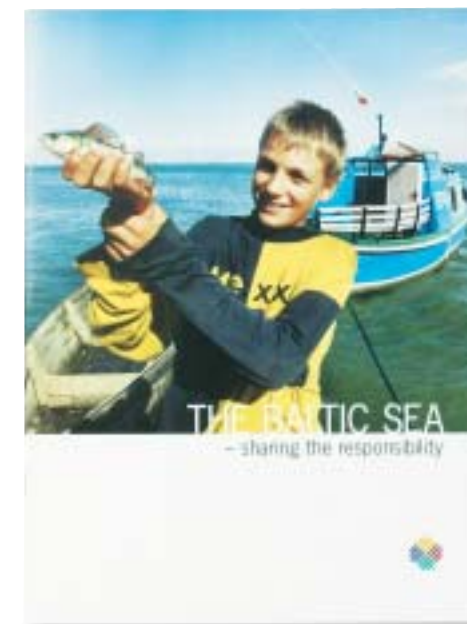
länder skickar vi rullarna med kurir för att hålla högsta kvaliteten.

Jag är mycket noga med exponeringen och runt 85% av mina A4-kopior kan köras direkt i printern vilket spar stora pengar åt mina kunder. ProLabbets jourservice har löst otaliga knepiga situationer på de mest udda tider."

DEN DIGITALA FRAMTIDEN

Allt mer av jobben kommer i framtiden att presenteras på DVD och bildbanken ligger färdig i digitalt skick under nästa år.

"Den digitala revolutionen ger nya möjligheter men förändrar också villkoren på många sätt.



När det gäller bildrättigheter t ex är det bara att inse att folk snor bilder, att de läggs ut på nätet och försvinner spårlost och så vidare. Där sker hela tiden övertramp, inte minst bland mycket vana bildköpare. Därför tror jag det är bättre att sälja av bildrättigheten till företaget direkt, i stället för att sitta och förhandla om varje enskild användning. Det gäller bara att se till att få rimligt betalt. Vi tillämpar ett flexibelt engångspåslag på 50-250%, beroende på företagets storlek och verksamhet.

Om företaget tänker långsiktigt och tillämpar en årsvis marknadsplan är det lätt att visa att företaget är hemma ekonomiskt om bilden ska användas på deras webb och Intranet och därefter gör en tydlig vinst då man räknar in broschyrer, press-releaser etc."



FAKTA VICTOR BROTT

Adress: Global Reporting Sweden AB, Stora Nygatan 26, Box 2014, 10311 Stockholm

Telefon: 08-791 10 00

Mobil: 070-547 88 50

e-post: victor@globalreporting.net

Hemsida: www.golobalreporting.net

