

PR@WORK

MODUL 5

HANDOUT:
FOTOS

PR@WORK

TECHNISCHE ANFORDERUNGEN AN EIN PRESSE-FOTO

- + Passende Auflösung
 - + mindestens 300 dpi
- + Gängiges und passendes Datei-Format für die Redaktion
 - + Bevorzugt: jpg
- + (wenn Papierbilder: "Hochglanz" für Scan)

- + Hoch- und Querformate
- + Platz rund um das Motiv wenn möglich
- + Gute Ausleuchtung
- + Keine unpassenden Unschärfen
- + Keine "unprofessionellen" Blitzlicht-Reflexe

PR@WORK

INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN EIN PRESSE-FOTO

- + Aussagekräftiges Foto, das
 - + das Wesentliche des Inhaltes der PI kommuniziert
 - + (einzelne) Inhalte der PI veranschaulicht
 - + bei Veranstaltungen: die wichtigsten Teilnehmer zeigt

- + Vermittelt das Wesentliche durch
 - + klare Bildsprache
 - + gute Bildaufteilung
 - + Vermittlung von Emotionen - wo passend

PR@WORK

FOTOGRAFIEREN BEI VERANSTALTUNGEN

- + Die Gäste klar darauf hinweisen, dass fotografiert wird
- + **WICHTIG:** Zustimmung des Fotografierten muss vorhanden sein, sonst keine Verwendung des Fotos für die Presse-Arbeit!
- + Recht am eigenen Bild = Persönlichkeitsrecht!
Jeder Mensch darf grundsätzlich selbst darüber bestimmen, ob überhaupt und in welchem Kontext Bilder von ihm veröffentlicht werden (Ausnahme: Personen der Zeitgeschichte)
- + Wer nicht damit einverstanden ist, fotografiert zu werden, muss dies (am Besten schriftlich) mitteilen - Liste bereit halten zum Eintragen
- + Fotograf auf diejenigen hinweisen, die nicht fotografiert werden möchten

PR@WORK

PROFESSIONELLE FOTOGRAFEN BEAUFTRAGEN UND BRIEFEN

- + Angaben zum Anlass und der voraussichtlichen Dauer des Einsatzes sowie Ort, Anfahrt und Parkmöglichkeiten
- + Inhaltliche Wünsche kommunizieren:
 - + Wer und was soll auf den Fotos zu sehen sein bzw. was soll mit diesen kommuniziert werden?
- + Rechte klären:
 - + Wozu werden die Fotos verwendet?
 - Zum Presse-Versand
 - Für die Website
 - Für Social Media
 - Für Print-Werke (Flyer, Broschüre, Katalog, Buch, Geschäftsbericht, etc.)
 - + Welche Bildrechte werden benötigt?
Werden alle Bildrechte übertragen? (Normalfall)
- + ggf. VIP-Gäste bzw. nicht zu fotografierende Personen vor Ort zeigen

PR@WORK

WICHTIG FÜR REDAKTIONEN

- + Nur Fotos mit uneingeschränkten Nutzungsrechten an Redaktionen geben
- + ggf. Verwendungsmöglichkeit in der Aussendungsmail: "Abdruck honorarfrei - Beleg erbeten"
- + Quellenangabe mit angeben (Fotograf und/oder Unternehmen - je nach getroffener Vereinbarung)
- + Nähere Angaben als Teil der Fotografie (Meta-Text)

PR@WORK

AUSFÜLLEN DES META-TEXTES

- + Bei Adobe Photoshop unter "Datei" - "Dateiinformation"
- + Im IPTC*-Feld eintragen (lassen):
 - + Kurze, prägnante Beschreibung des Motivs (Chapter)
(Inhalt des Fotos sollte alleine dadurch erfassbar sein)
 - + Ort
 - + Zeit
 - + Rechte-Inhaber
 - + Fotograf
- + Vorteile:
 - + Textinformation wird untrennbar mit Foto verbunden
 - + Erhöht (wiederholte) Abdruckwahrscheinlichkeit

** International Press Telecommunications Council - gemeinsam mit Newspaper Association of America entwickelter Standard*

PR@WORK

SCHREIBEN VON BILDUNTERSCHRIFTEN

- + Wesentliches aus dem Foto kurz und prägnant kommunizieren
- + Zusätzliche Informationen zum Text liefern, die direkt durch das Foto verdeutlicht werden
- + Bildunterschrift = Link zwischen Foto und Text
- + Auf etwaige Bild-Text-Schere achten!
- + Max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + Personen namentlich und mit Funktion und Unternehmen benennen - insbesondere bei Gruppenfotos von Vortragenden, Gästen, etc.
- + Auf gute Beispiele achten als Inspiration

PR@WORK

CHECKLISTE

- Fotograf gebrieft
- Bildrechte geklärt
- Gäste vorab auf Fotografieren für Presse-Arbeit hingewiesen
- Fotograf vor Ort relevante Gäste gezeigt (VIPs, nicht zu fotografierende Gäste)
- Bildmaterial gesichtet und zwei, drei Fotos für die Presse-Aussendung ausgewählt (Bei Kollektionsvorstellungen o. ä. max. sechs Fotos)
- Meta-Texte ausgefüllt
- Bildunterschriften verfasst