



„Wer ist wer?“ ist ein Spiel, das Redaktionen nicht so gerne mögen. Pressefotos brauchen deshalb Beschriftungen. Und zwar immer. Denn auch wenn Ihnen die abgebildeten Personen und Orte vertraut sind, werden sie Fremde nicht zuordnen können.

Nutzen Sie eindeutige Bildbeschriftungen...

- **...bei Personen:** Benennen Sie abgebildete Personen immer mit Vor-, Nachnamen und der Funktion im Unternehmen. Bei mehreren Personen benennen Sie die, die eine Sonderrolle hatten (z. B. die Gratulanten, Festredner, Unternehmensvertreter)
- **...bei Gegenständen:** Beschreiben Sie, was auf dem Bild zu sehen ist und, wo das Bild entstand. So ziehen Sie die Bildbetrachter ins Geschehen.

So versenden Sie Fotos:

- Als jpg-Format im Mailanhang und in einer Größe von mindestens 300 dpi. Kopieren Sie Ihre Fotos nie in Worddokumente, da die Auflösung für Zeitungen nicht ausreichend ist.

**Gehen Sie für Fotos immer nah an die Fotomotive heran. Bringen Sie Spannung in die Bilder. Etwa, in dem die Menschen nicht nur aufgereiht stehen, sondern eine Arbeit ausführen etc. Personen wirken übrigens dynamischer, wenn sie die Arme anwinkeln.**

### Literaturhinweise:

- Praxisleitfaden für zeitgemäße Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), DIHK-Publikationen-Service, 104 S., 16.50 Euro, [www.dihk.de/publikationen](http://www.dihk.de/publikationen)
- Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine: Katrin Bischl, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 148 S., 22.90 Euro, ISBN 978-3531176239
- Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Der kleine PR-Coach: Daniela Puttenat, Springer, 156 S., 39.95 Euro, ISBN 978-3834926111

### IHK-Veröffentlichungen zum Thema:

- Nutzen Sie unsere Flyer zum Thema Pressearbeit u. a. zur Pressemitteilung. Die Flyer sind kostenfrei abrufbar unter [www.osnabrueck.ihk24.de/presse](http://www.osnabrueck.ihk24.de/presse)
- Das Pressefoto: IHK Nordschwarzwald, [www.nordschwarzwald.ihk24.de](http://www.nordschwarzwald.ihk24.de) (Dok.Nr: 84494)
- Das Pressefoto: IHK Nord Westfalen, [www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de) (Seiten-Nr: P00382)
- Public Relations Online/Leitfaden: IHK Essen, [www.essen.ihk24.de](http://www.essen.ihk24.de) (Dok.Nr.. 28282)

**IHK Osnabrück -  
Emsland -  
Grafschaft Bentheim**  
Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück

**Beate Böbl**  
Tel.: 0541 353-145  
Fax: 0541 353-99145  
[boessl@osnabrueck.ihk.de](mailto:boessl@osnabrueck.ihk.de)  
[www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de)



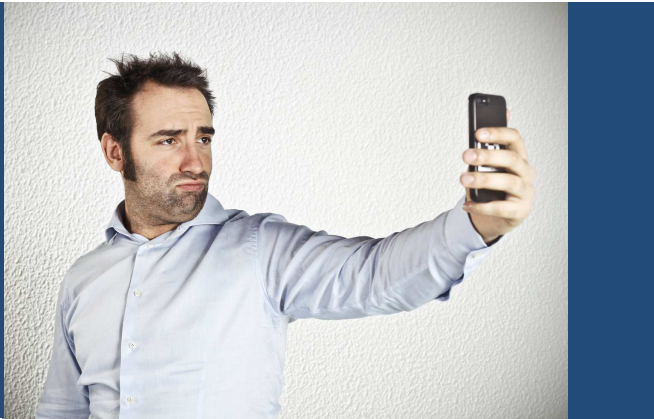
## Das Pressefoto

Damit Ihre Aufnahmen sich sehen lassen können!

## Die Motive

## Der Blickwinkel

## Das Rechtliche



Texte werden durch Fotos lebendig. Doch fragt eine Redaktion nach Firmenfotos, gibt es oft diese Motive zur Auswahl: Ein Handyfoto vom Chef vor einer Raufasertapete, ein veraltetes Jubiläumsfoto mit 70-köpfiger Belegschaft oder eine Außenaufnahme vom Gebäude bei Regen. Nutzbar? Sind die leider nicht. Besser also, Sie sind vorbereitet.

Angenommen, eine Redaktion befragt Ihr Unternehmen spontan zu einem aktuellen Thema – oder eine Ihrer Pressemeldungen stößt auf Interesse: Gut möglich, man bittet Sie um ein Foto. Für Fälle wie diese sollten sie „frische“ Motive parat haben.

**Diese Bilder sollten immer griffbereit sein:**

- Aktuelle Profi-Porträtfotos der Geschäftsführung.
- Zwei, drei lebhaft, qualitativ hochwertige Motive, die typisch sind Sie – z. B. ein Foto aus der Produktion, aus dem Büro, von einer Firmenmesse etc.

Investieren Sie in gute Fotos. Lassen Sie regelmäßige Aufnahmen von Personen sowie aus dem Betrieb machen. Sie können diese für die Homepage, aber auch für Presseanfragen nutzen – und werden sich später freuen, wenn Sie Material für eine Jubiläumsschrift suchen.

Alte Fotos lassen Ihre Firma alt aussehen. Steuern Sie gegen. Und wenn ein (Presse-)Fotograf zu Ihnen kommt, überlegen Sie sich vorab dies:

- Wo genau im Betrieb sollen die Aufnahmen gemacht werden? Welcher Hintergrund ist attraktiv? Was aus der Produktion darf zu erkennen sein?
- Welche Personen sollen mit auf das Foto? Informieren Sie diese frühzeitig und holen Sie eventuell schriftlich das Einverständnis zur Fotonutzung ein.

Oft wird vergessen, Fotos zu machen, weil Dinge für Sie selbstverständlich sind, die für die Medien sehr besonders sind. Etwa diese:

- Eine seltene Spezialanfertigung für Malaysia ist fertig und verlässt ihr Unternehmen.
- Ihr Betrieb montiert seinen traditionsreichen Schriftzug von der Fassade ab und bringt einen neuen an.
- Ihr Betrieb tauscht eine Maschine aus oder verändert sich stark durch Umbauarbeiten: Dokumentieren Sie das Vor- und Nachher in Bildern.
- Sie haben eine ausländische Delegation zu Gast, die sich über Ihre Innovationen informiert.

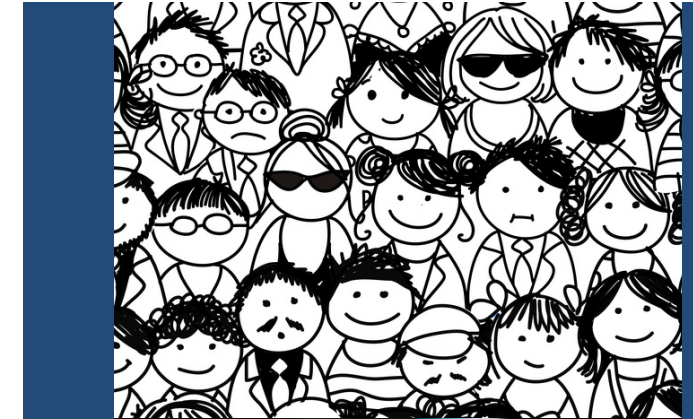
**Worauf können Sie achten:**

- **Gruppenfotos:** Sind manchmal ein Muss (bei Ehrungen, Jubiläen oder Gruppenbesuchen).

**Tipp:** Zeitungen verkleinern die Bilder aus Platzgründen oft. Die Gesichter werden dann winzig wie Stecknadelspitzen. Oft entfallen die Fotos dann ganz. Machen Sie deshalb immer zusätzlich Fotos mit weniger Personen: Etwa eines, auf dem jemand drei, vier Teilnehmern der Gruppe etwas erklärt. Oder jemand einer Einzelperson eine Urkunde überreicht.

- **Werbung, Logos, Schriftzüge:** Für Sie sind sie wichtig. Für die Presse aber ist ein dominanter Schriftzug auf einer Maschine oder am Hemdkragen wie eine Werbung. Werbung gehört jedoch in den Anzeigenteil.

**Tipp:** Inszenieren Sie Pressefotos nicht als Werbeaufnahmen mit expliziter Produktdarstellung. Damit erhöhen Sie die Abdruckchancen erheblich.



Bilder leben von Personen. Doch darf jeder fotografiert werden? Sicherlich nicht, wobei die Details auch für Juristen komplex sind, da es Urteilspraxis vor allem zu Promis gibt, aber Betriebsfeste und Ehrungen in dieser Hinsicht selten rechtlich eskalieren.

Um Problemen vorzubeugen ist dies ratsam:

- Machen Sie keine Überraschungsfotos und sorgen Sie dafür, dass der Fotograf erkennbar ist und die Fotografierten über die Bilder und die geplante Veröffentlichung informiert werden. Wer nicht möchte, wird auch nicht fotografiert. Wer in die Kamera lächelt, kann sich später eher nicht beschweren.
- Besucht eine Kindergruppe Ihr Haus: Geben Sie keine Fotos heraus, ohne die schriftliche Einwilligung der Erziehungsberechtigten.
- Sortieren Sie Fotos aus, die missfallen könnten: Verzerrte Gesichter, extremes Lachen, Alkoholstimmung, Tuscheleien, schief sitzende Krawatten...

Klären Sie mit dem Fotografen vorab die Rechte. Fragen Sie, ob und wo Sie Fotos verwenden dürfen. Sprechen Sie insbesondere die Internetnutzung und die Weitergabe an Dritte (z. B. Danksagungen bei Jubiläen) an. Machen Sie bei Fotos immer Quellenangaben.