

Professionelle Fotos für Ihr Unternehmen

Sei es für den Internetauftritt, für einen Prospekt oder für ein Plakat: Die Beachtung der Publikation steht und fällt oftmals mit der Wirkung der Fotos. Im Beitrag finden Sie nützliche Hinweise für die gewünschte Wirkung.

Jedes Unternehmen benötigt gute Fotos: für Geschäftspublikationen, die Pressearbeit, die eigene Website oder Anzeigenkampagnen. Bilder sagen «mehr als tausend Worte», raffen zusammen, was sich nicht auf Begriffe bringen lässt. Soll die Kommunikation Emotionen wecken, dürfen Gesichter nicht fehlen. Gesichter erregen Aufmerksamkeit und schaffen Vertrauen. Beachten Sie daher die folgenden Regeln für gute Unternehmensfotos.

Verwenden Sie niemals Stockfotos

Um das eigene Unternehmen darzustellen, sollten Sie keine Stockfotos verwenden. Auf den Foto-Pool einer Agentur zurückzugreifen, mag bequemer und kostengünstiger sein, als einen Fotografen zu engagieren, doch sind die dort verfügbaren Fotos überwiegend beliebig und austauschbar: vielfach variierte Aufnahmen von fröhlichen, anzugtragenden Menschen am Schreibtisch oder in Konferenzräumen. Zeigen Sie stattdessen, wie es in Ihrem Unternehmen aussieht und wer die

echten Menschen hinter dem Firmennamen sind.

Gute Unternehmensfotos brauchen einen Profi

Fotografen sehen mehr von der Welt als andere, vor allem sehen sie die Einzelheiten, besitzen einen Blick für Kontraste und ein Gespür für Zusammenhänge. Was sich nicht auf Begriffe bringen lässt, raffen sie in einem Bild zusammen: auch die Sprünge und Würfe, die Spannungen und Widersprüche. Solides Handwerk lässt nichts weg und erfindet nichts hinzu.

So finden Sie den richtigen Fotografen

Für Stil und Aussagekraft der Fotos ist in erster Linie der Fotograf verantwortlich. Fotografen, die etwas auf sich halten, sind mit einer Webpräsenz online vertreten. Ob der Stil des Fotografen zu Ihrem Unternehmen passt, erkennen Sie anhand der dort einzusehenden Referenzen und Portfolios. Vor allem aber muss der Profi

Sie mit seinen Ideen und seinem Können überzeugen: Einen guten Fotografen erkennen Sie daran, dass er Sie im Vorfeld passgenau berät.

Gute Unternehmensfotos brauchen Zeit

Setzen Sie einen Termin für das Shooting an, der durchaus einen Arbeitstag in Anspruch nehmen darf. Sprechen Sie im Vorfeld mit dem Fotografen über Ziele, Inhalte und Stil der Fotos. Authentische Ergebnisse erhalten Sie, wenn die Bilder nicht gestellt, sondern «bei der Arbeit» gemacht werden. Gruppenfotos bis hin zur gesamten Belegschaft empfehlen sich in der Regel nicht: Es ist kaum jemand darauf zu erkennen, und sie sind schnell nicht mehr aktuell.

Gute Unternehmensfotos haben ihren Preis

Fotos – insbesondere von Ihnen und Ihren Mitarbeitern – sind ein, wenn nicht sogar der wichtigste visuelle Bestandteil Ihrer Unternehmenskommunikation. Mit «do it yourself» oder Stock sparen Sie hier am falschen Ende. Wenn Sie zeigen wollen, dass Sie und Ihr Unternehmen

Des photos professionnelles pour votre entreprise

Que ce soit pour votre site Internet, un prospectus ou une affiche, l'attention que suscite la publication dépend souvent de l'effet que produisent les photos. Dans cet article, vous trouverez des informations utiles pour obtenir l'effet souhaité.

Chaque entreprise a besoin de bonnes photos : pour les publications d'entreprise, les relations avec la presse, son site Internet ou ses campagnes d'affichage. Les images en disent plus que des milliers de mots et résument ce qu'on ne peut pas exprimer par le langage. Si la communication doit susciter des émotions, il faut utiliser des visages, car ils attirent l'attention et créent la confiance. Observez les règles suivantes pour que vos photos d'entreprise soient réussies.

N'utilisez jamais de photos de banques d'images

Pour représenter votre entreprise, vous ne devriez pas utiliser de photos tirées de banques d'images. Recou-

rir à la collection de photos d'une agence peut sembler plus simple et moins coûteux que d'engager un photographe, mais les photos disponibles sont souvent quelconques et interchangeables : des prises variées de personnes joyeuses en costume à leur bureau ou dans des salles de conférences. Au lieu de cela, montrez à quoi ressemble votre entreprise et qui sont les vraies personnes derrière le nom de votre société.

De bonnes photos d'entreprises doivent être prises par un professionnel

Les photographes ont une vision plus étendue du monde que les autres. Ils perçoivent notamment les détails, ont l'œil pour les contrastes

et savent créer des liens entre les différents éléments. Une image vous permet d'exprimer ce que vous ne sauriez dire : les mouvements, les tensions et les contradictions. Un photographe professionnel n'omet rien et ne rajoute rien.

Conseils pour trouver le bon photographe

Le photographe est le principal responsable du style et de la pertinence des photos. Un bon photographe est présent en ligne. Vous pouvez savoir si son style correspond à celui de votre entreprise en consultant ses références et son portfolio. Mais un professionnel doit surtout savoir vous convaincre par ses idées et son savoir-faire : un bon photographe vous

conseillera très bien avant d'effectuer vos photos.

Avoir de bonnes photos d'entreprise prend du temps

Fixez une date pour le shooting, qui peut prendre une journée complète. Au préalable, abordez avec le photographe vos buts, les contenus et le style souhaité pour les photos. Vous obtiendrez des résultats authentiques si les photos sont prises non pas en prenant la pose, mais « au travail ». Il est généralement déconseillé de prendre des photos de l'ensemble du personnel : on ne reconnaît plus personne et elles sont vite obsolètes.

Attention aux aspects juridiques
Certains collaborateurs ne sou-



Wer als Einzelner oder in einer kleinen Gruppe im Mittelpunkt eines Fotos steht, muss vor der Veröffentlichung des Bildes sein Einverständnis dazu erklärt haben. Beachten Sie bei Fotos von Werkstatt- oder Montagearbeiten, dass die Personen zulässige Schutzausrüstung tragen.

Les personnes figurant sur une photo seules ou en petit groupe doivent avoir donné leur autorisation avant la diffusion de l'image. Sur les photos de travaux d'usinage ou de montage, veillez à ce que les personnes portent bien l'équipement de protection réglementaire.

Ihr Handwerk verstehen, müssen auch Ihre Bilder diese Professionalität vermitteln.

Beachten Sie Rechtliches

Nicht jeder Mitarbeiter möchte vor die Kamera. Klären Sie vorher, wer bereit ist, bei den Aufnahmen mitzuwirken. Denn jeder hat ein Recht am eigenen Bild. Wer als Einzelner oder in einer kleinen Gruppe im Mittelpunkt eines Fotos

steht, muss vor der Veröffentlichung des Bildes sein Einverständnis dazu erklärt haben – im Zweifel schriftlich. Auch müssen Sie sich vom Fotografen die Nutzungsrechte an den Bildern einräumen lassen, am besten «räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkt». Vorformulierte Verträge, so genannte «Model Releases», geben einen Anhaltspunkt, wie so ein Vertrag aussehen kann. Quelle: Glaswissen.info ■



Um das eigene Unternehmen darzustellen sollten Sie keine Stockfotos verwenden.

Banques d'images : pour représenter votre entreprise, évitez d'utiliser de photos tirées de banques d'images.

Stockfotografie

Stockfotografie ist ein Bereich der Fotografie, bei dem Bilder auf Vorrat («to have in stock» – «auf Lager haben») produziert werden. Das Gegenteil der Stockfotografie ist demnach die Auftragsfotografie. Die vorproduzierten Aufnahmen werden meist über Bildagenturen vertrieben und verkauft. Quelle: Wikipedia

hantent pas forcément être pris en photo. Renseignez-vous au préalable pour savoir qui souhaite participer aux prises de vue : chacun bénéficie de son droit à l'image. Les personnes figurant sur une photo seules ou en petit groupe doivent avoir donné leur autorisation avant la diffusion de l'image, en cas de

doute par écrit. Il faut aussi que le photographe vous attribue les droits d'exploitation des images, dans l'idéal « illimités dans l'espace, le temps et en termes de contenu ». Les contrats avec des formules déjà prêtes (« model releases ») vous donnent un exemple de la structure d'un tel contrat.

Les bonnes photos d'entreprise ont un prix

Les photos, en particulier celles de vous-même et de vos collaborateurs, sont l'un des éléments visuels les plus importants de votre communication d'entreprise, voire le plus important. Recourir au « do it yourself » ou à des banques

d'images, c'est économiser au mauvais endroit. Si vous voulez montrer que vous et votre entreprise êtes des professionnels, vous devez transmettre cet aspect au travers de vos photos. ■