

Checkliste und Tipps für eine authentische fotografische Außendarstellung Ihrer Internetpräsenz.



Was bewirken Fotografien auf Ihrer Homepage?

Gute Fotos sind für Sie und Ihr Unternehmen ein Türöffner!

Machen Sie Ihren Arbeitsalltag für Ihre Kunden zum visuellen Erlebnis – greifbar und nah.

Hier gibt es keinen 2. Eindruck – der 1. Eindruck zählt!

Bilder schaffen Vertrauen, fördern die Kauflust und bedienen die Lust der Kunden, auch mal hinter die Kulissen eines Unternehmens zu blicken. Dadurch schaffen Sie Vertrauen.

Bilder übernehmen die psychologische Kundensteuerung.

Gute Businessporträts gehören heutzutage einfach zur Kommunikation dazu. Befeuert durch die physische Abstinenz, werden überall neue Kommunikationskanäle erschlossen und bespielt.

Das börsennotierte Unternehmen braucht die Aufmerksamkeit genauso wie das junge Start-Up. Dafür braucht man Inhalte und Charaktere – Gesichter, die man mit dem Unternehmen verknüpfen möchte.

Der Produktnutzer will heutzutage nicht nur in ein gutes Produkt oder Service investieren, sondern schaut sich auch die Menschen dahinter genau an. Denn in Wirklichkeit investieren wir in menschliche Beziehungen.

Details zum Fotoshooting:

Am eigentlichen Shooting-Tag sollte ggfs. Ihr komplettes Team vor Ort sein. Ebenso Accessoires und Deko, Fachliteratur und Werbeartikel Ihres Unternehmens. Werbeartikel **können** sein: T-Shirts mit Firmenlogo, Kugelschreiber, Flyer, Broschüren. Dadurch können Sie Ihr Unternehmen auf Businessfotos noch persönlicher und wiedererkennbarer machen.

Für gute Businessfotos ist wichtig: eine treffsichere Bildaussage, eine sehr gute Bildqualität und eine Bildsprache, die Ihre Unternehmenswerte perfekt transportiert. Investieren Sie in einen professionellen Fotografen – Stockfotos vermeiden.

Erzählen Sie die Geschichte Ihres Unternehmens – es darf persönlich werden.

Bleiben Sie authentisch, keine Scheinwelten – dadurch werden Erwartungen geschürt, die später nicht bedient werden können.

Ihr Unternehmen so zu präsentieren, wie es wirklich ist und zu zeigen, wer die echten Menschen hinter dem Firmennamen sind. Bilder von Ihnen und Ihren Mitarbeitern sind der wichtigste visuelle Bestandteil Ihrer Unternehmenskommunikation. Wenn Sie Ihren Kunden und Interessenten zeigen möchten, dass Sie Ihre Branche verstehen, dann



sollten das auch Ihre Imagefotos so vermitteln.

Es wird digital Vertrauen aufgebaut, dadurch, dass die Bildsprache Klarheit, Kompetenz und Ehrlichkeit ausstrahlt.

Styling:

Kleidung passend zum Job

Gruppenfoto aktuell (fraglich, falls Mitarbeiter*innen gehen)
Zeitaufwand, evtl. nicht immer aktuell

Evtl. einzelne Gruppierungen

Aufgeräumte Arbeitsplätze

Stylisten/Visagisten

Rechtliches:

Nicht jeder Mitarbeiter*in möchte vor die Kamera. Klären Sie vorher ab, wer bereit ist, bei den Businessfotos mitzuwirken.

Jeder hat ein Recht am eigenen Bild, und dieses wollen wir auch nicht verletzen.

Am Shooting-Tag selbst müssen alle schriftlichen Einverständniserklärungen der zu fotografierenden Personen vorliegen.

Vorab mit dem Fotografen das gewerbliche Nutzungsrecht besprechen. Am besten benötigen Sie es räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkt. Dieses Recht müssen Sie sich schriftlich vom Fotografen übertragen lassen. Dies wird vom Fotografen selbstverständlich auch berechnet.

Welcher Fotograf?

Eine(n) Fotografen*in, der/die sich schon vorab genügend Zeit nimmt, um alle wichtigen Details, den konkreten Bedarf und die visuellen Anforderungen zu analysieren.

Gute Businessfotos entstehen dann, wenn das nötige Vertrauen zwischen Fotograf*in und dem zu fotografierenden Unternehmen da ist.

Hat Ihr Unternehmen eigene Räumlichkeiten? Dann bietet es sich an, das Business-Fotoshooting dort umzusetzen. Das wirkt für den Betrachter authentischer als in einem Fotostudio.

Bitte beachten Sie, dass auf Social-Media Kanälen andere Regeln gelten und Schwerpunkte liegen. Gerade was das Thema Storytelling in Form von Bildern angeht. Hier fotografieren die Unternehmen oft selbst.