



**BUSINESSPORTRAITS FÜR DIE PRESSEARBEIT
VORBEREITUNGEN AUF EINEN BLICK**

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ANSPRECHENDEN BUSINESSPORTRAIT

Selbst wenn bei Ihnen in den nächsten Wochen keine große Unternehmenspublikation geplant ist, lohnt es sich, das Thema pressetaugliche Businessportraits ins Auge zu fassen. Deren Produktion bedarf nämlich einiges an gedanklicher und organisatorischer Vorbereitung. Lieber geplant erstellt, als im spontanen Notfall schnell geknipst. Vom Typ aus der Buchhaltung. Mit der Handykamera. Diese vier Schritte sollte man durchdenken:

Schritt 1: Inspiration

Wie sieht denn eigentlich ein gutes Businessportrait aus? Nachahmenswerte Beispiele aus unserem Presseservice sind:



Der Hintergrund erzählt eine „atmosphärische Geschichte“ über Michael Hartwig (zanox), lenkt aber durch die Unschärfe nicht ab. Auch das Posing passt: repräsentativ, natürlich, entspannt.



Clean, auf das Wesentliche reduziert und gut ausgeleuchtet. Janett Davidt (AdClear) wirkt sympathisch und seriös zugleich.



Der außergewöhnliche Look passt zu Thomas Vatter und Robin Simon (fellody) und zu ihrem Produkt. Eins ist sicher: solche Bilder bleiben im Gedächtnis und fallen Lesern direkt ins Auge. Allerdings darf bezweifelt werden, dass Wirtschaftsredaktionen das Bild gerne einsetzen, wenn es schon woanders publiziert wurde, da es zu sehr nach einem exklusiven „Shooting“ aussieht. Eine oder mehr (seriöse) Alternativen empfehlen sich.

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ANSPRECHENDEN BUSINESSPORTRAIT

Außerdem sollte vorab feststehen, für welches Medium die Bilder produziert werden und welche formalen Ansprüche (Auflösung, Seitenverhältnis, etc.) sich daraus ergeben. Alle Vorgaben für den universellen Einsatz der Bilder finden Sie im hier angehängten Briefing für den Fotografen.

Schritt 3: Der Fotograf

Unsere Empfehlung: Finger weg von Do It Yourself-Bildern! Hier muss ein Profi ans Werk. Alles andere mag vielleicht vordergründig Zeit und Geld sparen, aber am Ende tut man sich keinen Gefallen.

Mindestvoraussetzungen wie korrekter Schärfeverlauf, Belichtung, u.s.w. sollten ohne Kompromiss bei jedem Businessportrait erfüllt sein. Weitere No-Gos: unpassender Hintergrund, unvorteilhafte Pose oder Beleuchtung und grobe Farbverschiebung, besonders beim Hautton. Zudem gehört eine große Portion Erfahrung und handwerkliches (meint hier auch: zwischenmenschliches) Geschick dazu, eine Person ins rechte Licht zu rücken. Manchem fällt es anfangs schwer, ganz natürlich zu agieren, wenn alle Augen und ein riesiges Objektiv auf ihn gerichtet sind. Ein guter Fotograf weiß, welche Stimmung er beim Shooting schaffen muss, damit der Fotografierte seine Anspannung schnell ablegen kann – essentiell für ein ansprechendes Bild.

Dem eigenen Netzwerk lässt sich sicherlich die ein oder andere Empfehlungen für einen lokalen Fotografen entlocken. Ansonsten hilft Google weiter. Arbeitsproben auf der Homepage der Kandidaten sind dabei eine wichtige Zutat der Entscheidungsfindung.

Schritt 4: Shootingvorbereitungen

Jetzt gilt es, sich genügend Zeit für die Vorbereitungen zu nehmen. Dazu gehört ein ausführliches Briefing, das auf den vorab festgelegten Ansprüchen (CI und Verwendungszweck) basiert. Außerdem sollte man folgende Fragen beantworten:

Welche Vorgaben für das Styling gibt es?

Es bietet sich an, eine optische Verbindung zwischen den Bildern der Mitarbeiter zu schaffen. Das erreicht man zum Beispiel durch ähnliche Hintergründe und/oder Kleidung, damit einheitliches Auftreten im Sinne der CI garantiert bleibt.

Exkurs: Das perfekte Outfit

Stil

- V-Ausschnitt ist generell schmeichelhaft
- unter Blaser/Jackets ein Oberteil ohne Kragen tragen
- Schmuck typabhängig, aber generell eher dezent
- Regelung finden: Was passiert mit sichtbaren Piercings/Tattoos?

Farben

- Hauttöne wie creme, beige, pfirsich oder gelb sind ungünstig
- blau, grün, lila und weinrot (Mitteltöne) sind generell schmeichelhaft
- nach Möglichkeit kein reines Schwarz oder Weiß

Bitte vermeiden

- ärmellose Shirts (die nackten Arme lenken vom Gesicht ab)
- Rollkragenpullover (Kopf „schwimmt“ ohne Hals)
- tiefer Ausschnitt
- wilde Muster oder Aufdrucke

Wir empfehlen generell professionelles Hairstyling und Make Up. Damit Haut, Frisur und Zeitplan nicht unnötig strapaziert werden, erscheinen alle Mitarbeiter am besten ungeschminkt und ohne klebende Stylingprodukte im Haar. Vorgaben für die Art des Stylings (leichtes Tages-MakeUp, unaufgeregte Frisur) sollten vorab mit dem Dienstleister abgesprochen werden.

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ANSPRECHENDEN BUSINESSPORTRAIT

Was sagt der Zeitplan?

Gerade wenn mehrere Personen zu einem gemeinsamen Termin abge-lichtet werden sollen, ist Planung das A und O. Unnötige Wartezeiten oder Shooten unter Zeitdruck können so vermieden werden. Einen Muster-Zeitplan zum Ausfüllen finden Sie ebenfalls in diesem Ratgeber. Informieren Sie alle Teilnehmer auch über den Ablaufplan im Vorfeld, sodass jeder weiß, was ihn wann erwartet.

Wie können sich die Kollegen gezielt vorbereiten?

Business-Shootings gehören aus diversen Gründen oft nicht zu den beliebtesten Terminen im Berufsleben. Wer dem Erlebnis trotzdem positiv entgegenübertritt, hat gute Chancen auf einen kurzweiligen Aufenthalt vor der Kamera und erhält zudem sichtbar authentischere Bilder.

Bei Unsicherheit in den ersten Minuten, konzentrieren Sie sich auf einen festen Stand, mit beiden Füßen auf dem Boden. Verlagern Sie das Gewicht dabei leicht auf den hinteren Fuß, das fördert eine schmeichelhafte Körperhaltung. Und wohin nur mit den Händen? Verschränken Sie diese locker (!) vor dem Oberkörper, um Selbstvertrauen und Stärke auszu-strahlen. Oder lassen Sie ruhig eine Hand lässig in der Hosentasche verschwinden, wenn es der Bildausschnitt zulässt. Wenn Sie sich zu steif anfühlt, schlagen Sie dem Fotografen eine Pose im Sitzen vor.

Um ein Doppelkinn zu vermeiden, schieben Sie Ihr Kinn zuerst leicht nach unten, und dann noch etwas nach vorn. Zugegeben, das fühlt sich komisch an, sieht aber wirklich toll auf Fotos aus. Ein gerader Rücken (dabei aber die Schultern nicht hochziehen!) unterstützt korrekte Körper-spannung. Besonders bei Damen sehr beliebt, aber leider unvorteilhaft: Legen Sie den Kopf nicht seitlich schief. Weitere hilfreiche Posing-Tipps gibt sicher auch der Fotograf direkt vor Ort.



Diese Tricks verhelfen zu schöner Haut und verhindern, dass das Ge-sicht aufquillt:

- an den Tagen vor dem Shooting übermäßigen Genuss von Alkohol und salzigen / fettigen Speisen vermeiden
- am Vortag viel Wasser trinken und ausreichend schlafen

Sollten Sie am Morgen des Shootingtages trotzdem mit verquollenen Augen aufwachen: schnell zwei Löffel für ein paar Minuten in den Gefrierschrank und danach auf die Augen legen – und Sie sehen wieder frisch und wach aus. Jetzt ein leichtes Frühstück und Sie sind startklar.

Bitte ergänzen: Briefing für den Fotografen - Portraits für die Pressearbeit
 Auszufüllen vom Unternehmen, danach dem Fotografen übergeben, Vorüberlegungen im Unternehmen: Setzen Sie sich intensiv mit der Corporate Identity auseinander. Schließlich sind Mitarbeiterfotos ein Teil der Unternehmenskom-

munikation und stehen damit natürlich auch unter dem Einfluss dieser Vorgaben. Welche Kernkompetenzen des Unternehmens sollen sichtbar werden und wie erreicht man das? Ziehen Sie zur Beantwortung dieser Frage unbedingt Ihren PR- und/oder Foto-Partner zu Rate.

Über uns

Unternehmen:	Anzahl der Mitarbeiter, die fotografiert werden sollen:
Webseite:	Position(en):
Unsere Kernkompetenzen:	
Ansprechpartner für den Fotografen (inkl. Kontaktinformationen):	
Weitere Informationen:	

Das Shooting

Datum, Zeitfenster:	Ort* <input type="checkbox"/> on Location (Büro) <input type="checkbox"/> Studio <input type="checkbox"/> nach Ermessen des Fotografen
Visagist/in gebucht?* <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja, für Stunden	Adresse Location:
Ansprechpartner für den Fotografen am Tag des Shootings:	
Weitere Informationen:	

Die Bilder

Nutzungsart (bitte auswählen)*	daraus resultierende Vorgaben für Fotograf
<input type="checkbox"/> Bilder werden für eine bestimmte Publikation angefertigt	Die Fotos werden als bei/in..... verwendet. Auflösung mind.dpi, Größe mind. x..... Pixel, besondere Anforderungen (Farbig/Schwarz-Weiß, Hintergrund, Stil, Wirkung):

* zutreffendes bitte ankreuzen

Bitte ergänzen: Briefing für den Fotografen - Portraits für die Pressearbeit

Nutzungsart (bitte auswählen)*	daraus resultierende Vorgaben für Fotograf
<input type="checkbox"/> Bilder sollen universell eingesetzt werden	<ul style="list-style-type: none"> • Auf den Fotos soll zu sehen sein, wer wir sind. Wir sehen uns eher* <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> kreativ, aufstrebend, modern <input type="checkbox"/> mit Tradition, seriös, selbstbewusst <input type="checkbox"/> frech, künstlerisch, anders <input type="checkbox"/> freundlich, serviceorientiert, nahbar <input type="checkbox"/> • alle Bilder als .jpg, in Farbe und mit mind. 300 dpi • bei presserelevanten Mitarbeitern (Geschäftsführung, Pressesprecher, Event-Speaker) mind. 2 Portraits: <ul style="list-style-type: none"> - 1x Hochformat - 1x Querformat - zusätzlich auch quadratischer Bildausschnitt möglich • Homogenität innerhalb der Serie (Mitarbeiter präsentieren sich als Team) • pro Person mind. 1 klassisches Setting: <ul style="list-style-type: none"> - ruhiger, einfarbiger Hintergrund - üblicher Portrait-Bildausschnitt - ausgewogene Beleuchtung - Gesichtsausdruck: neutral, besser leichtes Lächeln, aber auf keinen Fall verbissen - offene und selbstbewusste Körperhaltung - gerade Linien, keine experimentellen Elemente • klassisches Setting ist unbedingt obligatorisch, weitere Motive nur zusätzlich und nach Bedarf erwünscht*: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> dokumentarischer Ansatz (im Gespräch, ungestellte Situationen im Arbeitsumfeld) <input type="checkbox"/> künstlerisch, experimenteller Ansatz (ungewöhnliche Bildauschnitte, Posing, Licht-setting, Locations, gern auch Charakterportraits) <input type="checkbox"/> anderes, und zwar • Anmerkungen:

* zutreffendes bitte ankreuzen

