

16.11.2007 - 13:37 Uhr

Ein gutes PR-Bild enthält keine werblichen Aussagen

Hamburg (ots) -

Gute PR-Bilder zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass man sie nicht als PR-Foto erkennt und keine werblichen Aussagen enthalten. So lautete eine Schlussfolgerung des media coffee zum Thema "Das Pressefoto als PR-Instrument - wie Bilder Botschaften vermitteln" am Donnerstagabend in Hamburg. Knapp 200 Pressesprecher, Agenturvertreter und Bildredakteure besuchten die Veranstaltung der dpa-Tochter news aktuell. Moderiert wurde die Podiumsdiskussion von Cornelia Kunze, CEO Edelman Deutschland.

Die Diskutanten stimmten überein, dass PR-Bilder keine werblichen Inhalte darstellen sollten. Bernd von Jutrczenka, Redaktionsleiter dpa-Bilderdienste, ging in diesem Kontext auf die Anforderungen ein, die Medien an PR-Fotografie stellen: "Ein gutes PR-Bild zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass es als solches nicht erkennbar ist. Ein Bild, auf dem ein Logo oder ein Produktname zu sehr im Vordergrund stehen, setzen wir nur sehr ungern ein. Kurz gesagt: Branding schützt vor Abdruck." Jutrczenka ging außerdem auf die rechtlichen Aspekte von Bildern ein, die den Medien zur redaktionellen Nutzung zur Verfügung gestellt werden. "Pressestellen und PR-Agenturen müssen vor der Verbreitung von PR-Bildern abklären, ob sie über alle Nutzungsrechte am Bildmaterial verfügen." Dies gelte vor allem für Animationen und Zeichnungen, da hier ein besonderer Klärungsbedarf im Bereich der Bildrechte bestehe, so Jutrczenka weiter.

Für Frank Schleicher, Produktmanager Originalbildservice bei news aktuell, gibt es kein universelles Konzept für erfolgreiche PR-Bilder: "Ein fertiges Kochrezept für das perfekte PR-Bild gibt es leider nicht. Pressesprecher sollten jedoch darauf achten, dass ihre Bilder nicht nur ihren Unternehmen, sondern auch Journalisten einen Nutzwert bieten." Außerdem wies Schleicher darauf hin, dass Print- und Onlinemedien immer mehr Bilder benötigten. Gleichzeitig seien viele Medien aber nicht in der Lage, die finanziellen Mittel zum Erwerb der Bildrechte sicherzustellen. Er hob hervor, dass sich die PR diese Situation zu Nutze machen kann: "Genau hier liegt die Chance für PR-Leute, da sie die Medien mit honorarfreiem Bildmaterial beliefern können."

Peter Raffelt, Bildchef bei der Financial Times Deutschland, unterstrich, dass die Medien inzwischen mit einer Datenflut an Bildern konfrontiert seien. "Bei uns laufen täglich 3.000 bis 5.000 Bilder ein, die nur teilweise gescannt werden. Außer in Bildarchiven der Nachrichten- und Fotoagenturen recherchieren wir auch regelmäßig in Datenbanken von Firmen-Websites." Er unterstrich in diesem Zusammenhang, dass Online-Bildarchive von Unternehmen ständig aktualisiert werden sollten. "Das Bildmaterial auf Unternehmens-Websites muss regelmäßig aktualisiert und gepflegt werden. Dann nutzen es Bildredakteure auch im Rahmen ihrer Recherche." Außerdem wies Raffelt darauf hin, dass Bild-Verfälschungen letztendlich immer enttarnt werden. Gleichzeitig seien Foto-Montagen durchaus legitim - vorausgesetzt, sie würden als solche gekennzeichnet.

Ähnlich argumentierte Daniela Puttenat, Leiterin Unternehmenskommunikation bei der REPower Systems AG. "Wir nutzen Foto-Montagen, um zum Beispiel ein zukünftiges Modell einer Windanlage zu präsentieren. Diese Bilder kennzeichnen wir auch als Montage. Allgemein lässt sich sagen, dass diese Fotos gute Chancen auf einen Abdruck in den Medien haben." Puttenat unterstrich außerdem, dass Qualität bei PR-Bildern oberstes Gebot sei. "Ein qualitativ hochwertiges Foto hat immer bessere Chancen, in den Medien

redaktionell aufgenommen zu werden. "

Im Rahmen des media coffee wurden außerdem die Gewinner der diesjährigen obs-Awards bekannt gegeben.

Weitere Informationen zu den obs-Awards 2007:
www.obs-awards.de

Pressekontakt:

Pressekontakt:

news aktuell
Frederik Stiefenhofer
Public Relations Manager
Telefon: 040 / 4113 2772
Fax: 040 / 4113 2876
stiefenhofer@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100549483> abgerufen werden.