



Das Pressefoto oder „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte“

Egal wie gut ein Presstext geschrieben ist, abgerundet wird er immer durch ein gutes Pressefoto.

Auch Bilder müssen informieren ...

Redakteure erkennen schnell, ob das Foto einen Bezug zum Thema herstellt und ob es professionell erstellt worden ist. Besonders wichtig ist hier, dass das Bild eine Aussage hat. Natürlich lässt sich mit einem Bild nicht das ganze Ereignis darstellen. Doch Momentaufnahmen sind wichtig. Beschränken Sie sich deshalb beim Fotografieren auf den Kern des Ereignisses oder der Aussage.

Hierzu ist es wichtig zu wissen, dass nur jedes zehnte Foto, welches in der Zeitung erscheint, ein „Schnappschuss“, also eine Aufnahme aus einer Situation heraus, ist. Alle anderen Fotos sind für die Leser gestellt, d. h. dass die Situation oder das Ereignis nachgestellt wird. Der Fotograf wird hier zum Regisseur und stellt die Teilnehmer und Akteure so, dass sein Bild genau die Aussage erhält, die er darstellen möchte.

So „komponiert“ der Fotograf ein Foto und macht sich Gedanken bevor er auf den Auslöser drückt.

Qualität ist wichtig

Auch bei der Qualität der Pressefotos gibt es einige Punkte zu beachten:

- Pressefotos sollten immer in Farbe eingereicht werden.
- Jedes Foto sollte mit einer Bildunterschrift versehen sein, d. h. „Wer ist auf dem Bild zu sehen?“ (von links nach rechts – Vor- und Nachname, teilweise auch Funktion), „Welches Ereignis, welche Aktion ist zu sehen?“
- Fotos nicht mit Stempeln oder Kugelschreibern beschriften.
- Auf Büroklammern verzichten da diese Abdrücke auf dem Bild erzeugen, im schlimmsten Fall sogar rosten.
- Bilder möglichst mit ein wenig Kleber auf ein Blatt mit der jeweiligen Fotozeile kleben, oder auf der Rückseite ein bedrucktes Etikett mit den Angaben anbringen.
- Papierabzüge sollten eine Größe von 13 x 18 cm (hochglanz) haben. Viele Magazine bevorzugen Diapositive.
- Digitale Bilder sollten mit einer hohen Pixel-Zahl fotografiert werden.