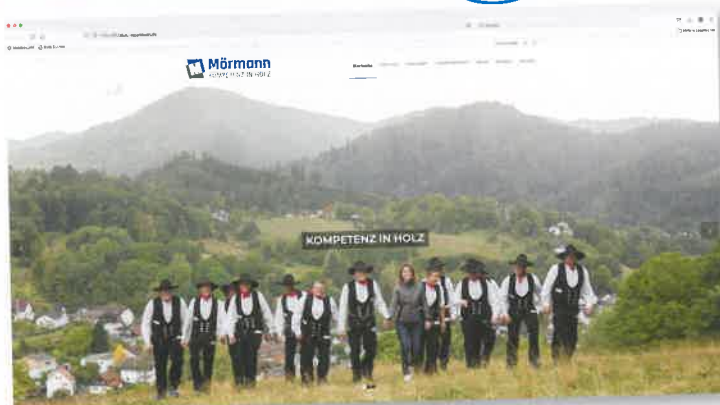




Gute Bilder – wie geht das?



Familiär, gut gelaunt und regional verankert: Mit diesem ungewöhnlichen Teamfoto bringt Holzbau Mörmann den Kern seiner betrieblichen DNA gekonnt rüber

→ UNTERNEHMENSAUFTRITT

Bilder haben Gewicht, ob in Online- oder Offline-Medien. Jeder Betrieb kann sich treffend und attraktiv mit guten Fotos sichtbar machen, um Kunden und neue Mitarbeiter von sich zu überzeugen. Das sind die wesentlichen Schritte für wirklich einzigartig wirksame Fotos.

Lohnt es sich, in Profi-Fotos von Mitarbeitern und Chef, von farbigen Stimmungsbildern und von Referenzobjekten für Broschüren, die Internetseite und die Pressearbeit mit einer einzigartigen Bildsprache zu investieren? Ein klares Ja, denn wir leben in einer Zeit, die immer bildbetonter wird. Kurz gesagt: Kein Mensch liest mehr lange, aber jeder guckt.

Jede Firmenbroschüre, jede Internetseite, jeder Social Media Beitrag, jede Pressemitteilung und jede Anzeige tun also gut daran, dem Hunger der möglichen neuen Kunden und vor allem auch zukünftiger Mitarbeiter nach Bildern nachzukommen. Idealerweise wird damit der Betrieb als Marke gut sichtbar und wiedererkennbar.

Der berühmte Schnappschuss genügt nicht Das betrifft zum einen Fotos von Leistungen, die ja Lust machen sollen auf tolle Gestaltung und darauf, einen Malerbetrieb zu beauftragen. Dazu gehören Fotos von eigenen Referenzobjekten ebenso wie schön inszenierte Detailfotos von besonderen Räumen und Fassaden. Zum zweiten will der Leser oder Internetnutzer gern wissen, mit wem er es persönlich beim jeweiligen Betrieb zu tun hat. Fotos von Chef und Mitarbeitern gehören zum guten Ton. Schließlich entsteht Vertrauen, wenn man sein Gegenüber »auf den ersten Blick« als professionell und sympathisch einstuft. Doch allzu oft sieht man in Broschüren, im Netz oder auch bei redaktioneller Berichterstattung über Betriebe Fotos aus der Firma, die gut gemeint, aber nicht gut gemacht sind.

Ein Schnappschuss mag fürs firmeninterne Schwarze Brett taugen – doch nicht unbedingt, um nach außen ein maximal gutes Image und das eigene Firmenprofil zu vermitteln. Investieren Sie deshalb in die Qualität und Aussagekraft Ihrer Firmenfotos, um einen erstklassigen ersten Eindruck beim Betrachter zu erzeugen. In vier Schritten gelangen Sie zu Fotos, die Sie wirklich repräsentieren und mit denen Sie sich von Ihren Mitbewerbern unterscheiden.

Schritt 1 Was macht uns aus? Ein gutes Bild kann nur entstehen, wenn sich einer im Vorfeld darüber Gedanken gemacht hat, was es aussagen soll. Und dieser eine sind Sie als Inhaber des Betriebs. Werden Sie sich – gern auch mit externer Beratung – darüber klar, was Sie persönlich und Ihren Betrieb auszeichnet. Ist es das besonders menschlich-familiäre Klima, Ihre spezielle technische Kompetenz oder Ihre Liebe zum traditionellen Handwerk? Welche Motive treiben Sie bei Ihrer Arbeit an und mit welchen Kunden und Mitarbeitern kommen Sie besonders gut klar? All diese und weitere Punkte machen Ihr Profil aus, mit dem Sie sich am Markt positionieren.

Matthias Eigel Kaleidoskop Marketing Service

«Einfach mal einen Fotografen anrufen und sagen: »Mach mal schöne Bilder!« funktioniert nicht. Richtig gute Bilder entstehen nur, wenn die Stärken des Betriebs klar sind und in eine passende Bildsprache übersetzt werden.»



Schritt 2 Das Profil in Bildsprache übersetzen

Sie werden staunen, wie einfach es Ihnen mit dieser Positionierung fällt, die Vorgaben für Ihre Sichtbarkeit zu entwickeln. Auf einmal wird dem Betrieb, der seine absolute Stärke im verbindlichen Miteinander und im hohen kreativen Qualitätsanspruch hat, klar, dass seine bisherige sehr technische bildliche Darstellung ohne Personen in keinsten Weise seine Besonderheit repräsentiert. Dagegen sind Fotos, auf denen es menschelt, auf denen authentisch Team Spirit überkommt und in denen in Nahaufnahmen ein Maler detailverliebt den Pinsel ansetzt, dem Profil dieses Betriebs gerecht.

Mehr noch: Sie zeigen im wahrsten Sinne auf einen Blick den betrieblichen Kern und ziehen dadurch Kunden und Mitarbeiter an, die dieselben Werte schätzen. Diese Übersetzung der betrieblichen Stärken in eine Bildsprache ist die wichtigste Handlungsanweisung für den professionellen Fotografen, der die Bilder dann in hochwertiger Bildqualität einfängt. »

Porträts, aber gekonnt: Eine sympathische und zum Betrieb passende Art, sich als Unternehmerpaar zu präsentieren





Authentisch und aus dem Leben gegriffen: Arbeitsfotos wie diese haben Aussagekraft



GEZIelt ZU TREFFENDEN BILDERN

Gute Fotos sollen her, aber es fehlt die Zeit, sich alle Gedanken selbst zu machen und auch noch die ganze Organisation zu stemmen? Kaleidoskop Marketing-Service begleitet Handwerksbetriebe auch hier in jedem Schritt und nimmt viel Arbeit ab. Betriebliche Profilentwicklung, Bildsprache-Entwicklung und die Regie bei Organisation und Durchführung des Fotoshootings inklusive Fotografenbuchung liefert die Agentur aus einer Hand. www.kaleidoskop.de

nimmt und bei der Planung unterstützt. Rechnen Sie zudem damit, dass für ein umfassendes Fotoshooting im Betrieb rund ein Tag notwendig ist. Für Referenzbilder von Objekten oder Baustellenfotos benötigt der Fotograf weniger Zeit.

Schritt 3 Die Motive festlegen

Vor dem Fotoshooting ist noch weitere Detailarbeit angezeigt, um den Tag mit dem Fotografen gut planen zu können. Legen Sie fest, welche Motive – vom Teambild über Porträts der Mitarbeiter und Führungskräfte – im Betrieb an welchen Locations aufgenommen werden sollen. Natürlich sollten alle im Betrieb über das Fotoshooting informiert werden, frische Arbeitskleidung bereit liegen und vom Büro bis zur Werkstatt alles blitzblank gewiebert sein. Auch bei diesen Vorbereitungen entlastet externe Hilfe von einer Werbeagentur deutlich, die die Regie über-

Schritt 4 Die starken Fotos konsequent einsetzen

Das Fotoshooting ist bestens gelaufen, die guten Bilder sind im Kasten – und dann müssen sie raus an die Öffentlichkeit. Setzen Sie Ihre profifirstarken neuen Fotos durchgängig in allen Werbe- und Kommunikationsmedien ein, ob online oder analog, von der Website bis zur Weihnachtskarte oder auch bei Ihrer Fahrzeugbeschriftung. Nur so entsteht ein stimmiges Gesamtbild Ihres Betriebs in der Wahrnehmung von Kunden und Menschen, die zukünftig bei Ihnen arbeiten möchten. Denn gute Bilder sind eines der wichtigsten Mittel, um sich auch im Handwerk als attraktive Marke zu etablieren.

Baustellen können auch attraktive Locations für ungewöhnliche Fotos sein



Und was kostet das? Etwas so wirksames wie gute Fotos, die die Besonderheit eines Betriebs sichtbar machen, gibt es natürlich nicht zum Nulltarif. Für ein ganztägiges Fotoshooting berechnen fähige Bildhandwerker (und das sind Fotografen!) zwischen 1.500 und 1.800 Euro Honorar. Je nach Aufwand kommen für Organisation und Bildnachbearbeitung noch einmal ein bis zwei Tagessätze in derselben Höhe dazu. In Summe jedoch wiegt der Nutzen den Preis mehr als auf. Endlich hat man mit solch gut geplanten, treffenden und qualitativ bestechenden Bildern ein hoch effektives Instrument in der Hand, um die bevorzugte Kundschaft und die passenden Bewerber zielsicher anzusprechen!

Matthias Eigel