



Bilder als effektives PR-Tool

Gute Kommunikationsmaßnahmen bestehen nicht aus Text allein. Eine der beliebtesten Ergänzungen sind PR- oder Pressebilder, die bei richtiger Anwendung große Aufmerksamkeit erzeugen. Das Sprichwort „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ kommt in den Sinn. Doch wie sieht die richtige Anwendung aus? Wir geben euch einen Überblick zur effektiven Nutzung von Bildern in der PR- und Pressearbeit.

Bilder...

- ... beherrschen sowohl analoge als auch Online-Medien
- ... verankern sich im (kollektiven) Gedächtnis
- ... können eine emotionale Ebene schaffen

Tipps zur Nutzung von Bildern in der Kommunikation

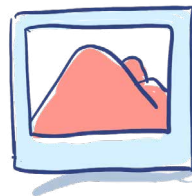
- Bilder können unabhängig von der jeweiligen Sprache verstanden werden, wenn in der Konzeption darauf geachtet wird: Verzichtet entweder gesamtheitlich auf Text im Bild oder arbeitet nur mit möglichst wenig Text, vielleicht sogar auf Englisch.
- Bilder, die im Gedächtnis bleiben, rufen bei uns sehr häufig starke Emotionen hervor. Ob Freude, Trauer oder Mitgefühl: Bilder, die uns bewegen, bleiben uns lange im Gedächtnis.
- Was ist mit dem Logo? Euer Logo platziert ihr – wenn es auf dem Bild erscheinen soll – ganz natürlich in das Bildgeschehen oder an einer dezenten Stelle am Bildrand. Eine zu dominante Platzierung von Logos wirkt negativ.

Tipps: Achtet immer darauf, dass die Aussage des Bildes auch die Botschaft und Ziele eurer Kommunikation unterstützt. In einzelnen Fällen ist es im Zweifel besser, auf ein Bild zu verzichten, wenn vorhandenes Bildmaterial eure Botschaft strategisch nicht weiterführt oder ihr sogar widerspricht.

- Bildrechte sind ein wichtiger Faktor, den ihr immer mitdenken solltet. Sofern ihr euer Bild nicht selbst produziert, solltet ihr sicherstellen, dass ihr das Bild für den entsprechenden Zweck verwenden dürft.
- Ein Foto ist schnell geschossen – fast genauso schnell schleichen sich dabei kleine „Unschönheiten“ wie benutztes Geschirr, Kalender (die auf Aktualität hinweisen) oder ähnliches aufs Bild. Wollt ihr ein gutes Bild machen, achtet auf saubere Hintergründe und sichtet die Ergebnisse im Vier-Augen-Prinzip.
- Achtet darauf, bereits bei der Konzeption eines Bilds den späteren Kommunikations- bzw. Ausspielkanal und seine Gegebenheiten mitzudenken. Während das eine Bild für Social Media gut geeignet ist, ergibt für die Pressemitteilung vielleicht ein anderes mehr Sinn.

Kreative Möglichkeiten dank verschiedener Bild-Varianten

Wenn wir von Bildern für die Kommunikation sprechen, kann damit vieles gemeint sein. Folgende Beispiele geben euch einen guten Überblick über die Vielfalt, mit der Bilder in der Kommunikation eingesetzt werden können:

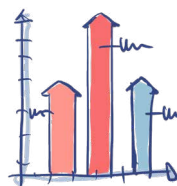


Foto

Das naheliegendste Format ist zugleich das komplizierteste. Das Setting muss genauso stimmen wie Budget und Zielsetzung. Nachbearbeitung und textliche Unterstützung des Motives müssen geklärt werden.

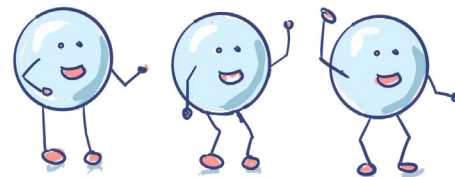
Grafiken/Scribbles:

Von diesen findet ihr in diesem Artikel auch einige. Sie können eine auflockernde Wirkung in eurem Kommunikations-Mix haben, ohne an Professionalität einzubüßen.



Infografiken

Daten bzw. deren Auswertungen können durch entsprechende Aufarbeitung zum einen schneller erfassbar und zum anderen für ein breiteres Publikum nahbar gemacht werden.



GIFs

In erster Linie im Social-Media-Kontext bekannt, können diese kleinen Bewegtbilder vor allem im humoristischen Sinne Text-Postings unterstützen. Achtet hier insbesondere auf eventuelle Marken- und Persönlichkeitsrechte!