

Das Foto als Botschafter

Fotos sind seit eh und je ein Anziehungspunkt für Menschen. Besonders, wenn die Bilder lebendig sind. Das nutzt natürlich auch die Werbung. Doch welche Rolle spielen heute eigentlich die Bilder? Wirtschaft aktuell sprach mit Reinhard G. Nießing, selbstständiger Berufsfotograf und Gründer von RGN Fotografie aus Raesfeld.

Wirtschaft aktuell: Herr Nießing, wie hat sich aus Ihrer Sicht die Bedeutung der Bilder in dieser Zeit verändert?

Reinhard Nießing: Früher wie heute sind gute Fotos überzeugende Belege für ein Produkt, veranschaulichen einen Fertigungsprozess, dokumentieren eine erbrachte Leistung, einen Zustand oder sind werbewirksame Beispiele für eine gute Arbeit. Allerdings setzen die Kunden heute quasi voraus, dass der Anbieter oder Leistungsträger sein Produkt mit Hilfe visueller Bilder präsentieren und somit die Qualität überzeugend darstellen kann.

WA: Räumen Unternehmer Bildern heute einen größeren Stellenwert ein als früher?

Nießing: War es früher einmal das Firmenalbum, die Arbeitsmappe oder der Hausprospekt, so ist das Schaufenster unserer Zeit das weltweite Netz des www. Hier bieten Unternehmer ihre Produkte an und zeigen durch gute Fotos ihre Transparenz und Kompetenz, befördern ein positives Image. Professionelles Marketing wird den Umsatz steigern und zur Gewinnmaximierung einen Beitrag leisten.

WA: Was muss ein gutes Foto leisten?

Nießing: Nach wie vor gelten die alten Weisheiten: „Ein gutes Foto sagt mehr als tausend Worte“ und „Bilder sprechen Bände“. Tatsächlich können überzeugende Fotos dokumentieren, sensibilisieren, transportieren, inspirieren, dramatisieren, moralisieren, emotionalisieren, provozieren und kommunizieren, um nur einige Beispiele zu nennen. Ein klasse Foto soll Menschen animieren, sich mit einer Sache zu beschäftigen und sogar auseinanderzusetzen, um dadurch eine Verbindung zwischen Sender und Empfänger herzustellen und bestenfalls die Identifikation mit der Sache oder dem Produkt auszulösen.

WA: Was bringt ein gutes Bild letztlich dem Unternehmen?

Nießing: Es ist eine Botschaft und es schafft eine Marke. Es beflügelt die Identität und die Philosophie des Unternehmens, sorgt für eine hohe Akzeptanz und eine gute Reputation. „Klappern gehört zum Handwerk.“



Reinhard G. Nießing in Aktion auf einer Großbaustelle.



Licht- und Schattenspiele erzeugen oft eine faszinierende Stimmung. Das Foto zeigt Rauchgasrohre einer Rauchgasentschwefelungs-Anlage in einem Kraftwerk.