

„Die Chemie muss stimmen“

Wolfram Heidenreich ist Geschäftsführer der Buttgereit und Heidenreich GmbH. Im Interview spricht der Chef der Halterner Agentur für Kommunikationsdesign über die Wahl des richtigen Fotografen und die Kosten, die auf Unternehmen für gute Bilder zukommen.

? Herr Heidenreich, wie gehe ich vor, wenn ich mein Unternehmen von einem Fotografen ins rechte Licht setzen lassen möchte?

! Als erstes sollte man mit wachen Augen durch die Welt gehen und sammeln, was einem gefällt. Damit man etwas in der Hand hat, wenn man dem Fotografen erklären möchte, was man eigentlich will. Hierzu kann man sich bei anderen Unternehmen informieren, aber auch gute Fotos aus Magazinen sammeln, um für sich einen Stil zu finden. Dieses Material kann dann Gesprächsbasis sein.



Wolfram Heidenreich
Foto: privat

spielen. Sie müssen damit die Geschichte, die sie vermitteln möchten, möglichst schon erzählen. Einen Prospekt blättert jeder durch. An guten Bildern bleibt man hängen, ob der Text dagegen gelesen wird, ist eher fraglich.

? Nehmen wir an, ich habe einen Fotografen gefunden. Wie sollte ein Briefing aussehen?

! Ich sollte dem Fotografen klar machen, was die Bilder bewirken sollen.

? Das heißt, dass ich mir erst einmal klar machen muss, was ich eigentlich möchte.

! Ja, aber ich muss mir auch die Ziele klar machen: Was will ich mit den Fotos erreichen. Hier wird hoffentlich auch der Fotograf ein guter Berater sein und mitdenken.

? Wie findet man denn einen guten Fotografen?

! Das Internet ist sicher eine Möglichkeit. Man kann sich aber auch in einschlägigen Branchenführern erkundigen. Ein guter Tipp sind auch Netzwerke. Wer hat dort schon einmal gute Erfahrungen mit einem Fotografen gemacht? Letztlich ist es aber auch wichtig, dass die Chemie zwischen Unternehmer und Fotograf stimmt. Und das bekomme ich nur über ein Gespräch heraus.

? Wie wichtig sind gute Bilder für die Außerdarstellung eines Unternehmens?

! Das Bild ist nach wie vor der Informationsträger, den der Betrachter als erstes wahrnimmt. Deshalb kann ich mit einem Bild und der dazu gehörigen Bildlegende eine Menge erreichen – oder auch ver-

len. Manchmal sind auch ganz konkrete Anweisungen nötig, etwa wenn ich einen bestimmten Mitarbeiter oder ein Produkt fotografieren lassen möchte. Es kann ansonsten auch reizvoll sein, den Fotografen selbst etwas entwickeln zu lassen.

? Wie viel Geld muss ein Unternehmen in die Hand nehmen, um gute Bilder zu bekommen?

! In der Regel kann man das an Tages-sätzen festmachen. Jemand, der über die entsprechende Erfahrung und Qualität verfügt, wird voraussichtlich je nach Aufgabe zwischen 800 und 2000 Euro pro Tag berechnen. Aber es gibt auch Fotografen, die deutlich darüber liegen. Das hängt auch vom Renommee des Fotografen und vom Aufwand ab.

? Habe ich damit auch das Recht an den Bildern erworben und kann sie überall dort einsetzen, wo ich es möchte?

! Das sollte man klären, bevor der Fotograf seine Arbeit aufnimmt. Sonst muss man sich hinterher die Genehmigung einholen. Am einfachsten ist es sicher, wenn alle Bilder mit dem Tagessatz für jegliche Verwendung freigegeben werden.

Das Interview führte Jürgen Bröker



Thomas Bolz macht Autos perfekt und will davon perfekte Bilder.
Foto: Werntges

foto ist beeindruckend. Es zeigt die renovierte Werkstatt in spektakulärem Licht. Geschossen hat es der Fotograf Andrea Werntges zur so genannten „blauen Stunde“. So nennt man die Zeit zwischen Sonnenuntergang und völliger Dunkelheit. „Wir liefern professionelle Arbeit und deshalb wollen wir uns auch professionell darstellen“, sagt Bolz. Perfektion ist für ihn wichtig. Bei seiner täglichen Arbeit, aber eben auch in anderen Bereichen. Deshalb sollten auch die Bilder perfekt sein. „Mit einer einfachen Digitalkamera bekommt man das selbst nicht hin“, sagt er. Die Bilder, mit denen er sein Unternehmen im weltweiten Netz präsentiert sind echte Blickfänge.

Bolz und Werntges kennen sich seit vielen Jahren. Deshalb lag eine Zusammenarbeit nahe. „Ich bin für ein paar Stunden rausgefahren und habe mir angeschaut, was da überhaupt machen“, sagt Werntges. Er hat alles fotografiert. Die verschiedenen Arbeiten, die Mitarbeiter, die Autos, die Farben, die Arbeitsgeräte. Ein paar Stunden und er hatte alles im Kasten. „Ich möchte Emotionen mit den Bildern wecken“, sagt er. Deshalb reduziert er oft auf Ausschnitte auf das Wesentliche. Hochwertige Autos sind nicht als Ganzes zu sehen, sondern der Betrachter sieht nur ein Frontlicht und einen Teil des glänzenden Kühlergrills. Trotzdem entsteht im Kopf sofort ein Gesamtbild.