

Die Macht der Bilder – Bildsprache und -wirkung



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Die Bildsprache...

- ist Teil des Corporate Design
- schafft Gesamtstimmungen
- kommuniziert auf emotionaler Ebene
- unterstützt oder widerlegt gewünschte Aussagen
- muss von der Zielgruppe verstanden werden
- soll Neugierig machen auf die Inhalte



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Sie geben ein gutes Bild ab



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn darauf wirkliches Leben stattfindet



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

... , wenn es zum Mitfühlen einlädt



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn es eine Geschichte erzählt



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn eine durchgängige Idee zu erkennen ist



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn der Bildausschnitt zur Bildgröße passt



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn Perspektive und Aufbau Spannung erzeugen



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn Bewegung zu sehen ist



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

..., wenn es seine Betrachter anschaut



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Welche Bildinhalte sprechen uns an?

Groß	vor	Klein
Farbe	vor	Schwarzweiß
"Warme" Farben	vor	„kalten“ Farben
Menschen	vor	Produkten
Einzelmensch	vor	vielen Menschen
Porträt	vor	ganzem Menschen
Auge	vor	Porträt
Sex!	vor	Auge



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Das Bildkonzept ...

- ...beschreibt idealerweise eine übergreifende Grundidee für die Art und Stimmung der verwendeten Bilder (z.B. Gesichter immer im Anschnitt oder warme, erdige Töne)
- ... gibt Hinweise für die Bildrecherche, bzw. fürs Fotografieren
- ... legt fest, welche Bilder für welche Bereiche und Kapitel eingesetzt werden (z.B. metaphernartige Bilder in der Kapiteleinführung, authentische Bilder im Innenteil, ...)

[→→ Beispiel Erzieherkampagne](#)



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Mögliche Bildquellen

- **Von einem Fotografen erstellte Fotos:** Die Kosten teilen sich meist in Erstellungs- und Nutzungsgebühren.
- **Bildagenturen:** Beahlt wird hier nach Auflösung, Art der Nutzung und der Medien, Verbreitungsgebiet und Auflage.
- **Bilder-CD-ROMs:** Diese bieten meist themenspezifische Bilder in hoher Auflösung. Die Lizenzierung erfolgt über die Kaufsumme.
- **Lizenzkostenfreie Bilddatenbanken im Internet:** Diese vermitteln Bilder – oft von Privatpersonen –, die mit Nennung der Urheberschaft genutzt werden dürfen.



Quellen für „lizenzkostenfreie“ Bilder

<http://www.fotolia.de>

<http://www.istockphoto.com>

<http://www.photocase.de>

<http://www.jupiterimages.de>



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung

Und jetzt:
Bitte lächeln!



see.feld

Werkstatt für Dialog und Entwicklung