

# CHECKLISTE FOTO-SHOOTING

## Profi-Tipps für gute Team- und Praxisfotos

### Allgemeine Tipps

Wählen Sie einen guten Fotografen aus, dessen Stil Ihnen zusagt. Lassen Sie sich Beispiele seiner Arbeit zeigen (bzw. schauen Sie auf seiner Website nach), oder fragen Sie Bekannte nach Empfehlungen.

Rechnen Sie mit Kosten zwischen eintausend und zweitausend Euro.

Planen Sie für das Foto-Shooting mindestens einen halben Tag ein. Dafür bieten sich ein Freitagnachmittag oder ein Samstag an.

Sorgen Sie für eine Blumen-Dekoration an der Rezeption und lassen Sie ggf. die Rezeption, Wartezimmer und Sprechzimmer aufräumen ;-).

Bestellen Sie Ihr komplettes Team zum Foto-Termin ein. Ihre Mitarbeiterinnen sollten sich für das Shooting so schminken als ob sie ausgehen würden.

Bestellen Sie zwei bis vier Musterpatienten ein: Ein bis zwei Kinder, einen Mann, eine Frau. Jeweils mit passablem Äußeren. Die brauchen Sie für Wartezimmer-Aufnahmen, für gestellte Fotos wie „Begrüßung in der Praxis“ oder „Beratung“.

Stellen Sie ein paar Flaschen Sekt kalt! Ein kleiner Umtrunk vor dem Shooting macht locker! Sorgen Sie für ein kleines Büffet (Butterbrezeln, Häppchen, Kaffee). Das Shooting dauert stundenlang und macht hungrig und müde.

Lassen Sie jedes Teammitglied einzeln fotografieren. Fotos des gesamten Teams verlieren schnell an Aktualität wegen Kündigung, Schwangerschaft, Neueinstellung usw.

Achten Sie darauf, dass alle Teammitglieder immer vor demselben Hintergrund fotografiert werden. Wenn Sie verschiedene Hintergründe haben, wirkt das später auf der Website sehr unruhig.

Der Hintergrund sollte möglichst neutral sein, damit die fotografierten Personen sich klar davon abheben.

Profi-Fotografen haben zu diesem Zweck mobile Hintergründe.

Wenn spätere Neuzugänge im Team fotografiert werden, sollte das wieder vor demselben Hintergrund geschehen.

Die Bildformate (hoch bzw. quer) und die Bildausschnitte sollten immer gleich sein, damit die Fotogalerie auf der Website harmonisch wirkt.

Falls Sie besondere Geräte in Ihrer Praxis haben, lassen Sie auch diese fotografieren.

Achten Sie darauf, dass die Gerätebezeichnungen auf den Fotos nicht sichtbar sein sollten, weil das nach dem Heilmittelwerbe-Gesetz problematisch ist. Lassen Sie die Bezeichnungen ggf. vom Fotografen retuschieren.

Lassen Sie auf jeden Fall auch mehrere Außenaufnahmen Ihrer Praxis (also des Praxisgebäudes und des Eingangsbereiches) machen.

Lassen Sie auch Ihr Praxisschild fotografieren.

Lassen Sie jede fotografierte Person (Team und Musterpatienten) eine **Einwilligungserklärung** zur Verwendung ihrer Fotos für Ihre Marketingzwecke unterzeichnen und bewahren Sie diese auf. Einen Vordruck dafür können Sie sich von unserer Website herunterladen.

### Tipps zu den Praxisinhaber- und Team-Fotos

Lassen Sie nicht nur Portrait-Fotos machen, sondern auch sog. Halbnahe-Aufnahmen (vom Kopf bis zur Hüfte). Je nach Verwendungszweck kann das eine oder das andere Format brauchbarer sein.

Achten Sie darauf, dass Portraits seitlich nicht abgeschnitten sind, sondern dass der Oberkörper in ganzer Breite sichtbar ist.

Lassen Sie einzelne Aufnahmen freistellen, also mit einem transparenten Hintergrund versehen und sich als sog. PNG-Datei liefern. Solche Fotos wirken „leichter“ und eleganter auf Websites und Drucksachen.

Lassen Sie jede Mitarbeiterin auswählen, welches Foto von ihr veröffentlicht werden soll.

### Zusätzliche Tipps

Lassen Sie sich vertraglich das **uneingeschränkte Nutzungsrecht** für Ihre Fotos einräumen, damit Sie nicht für jede Verwendung zusätzlich bezahlen müssen.

Lassen Sie sich Ihre Fotos in verschiedenen Dateiformaten liefern (JPG, PNG, PSD).



Portrait, freigestellt  
Gut: Oberkörper in ganzer Breite sichtbar



Portrait, freigestellt  
Schlecht: Oberkörper seitlich abgeschnitten



Portrait mit Hintergrund  
Wirkt oft nicht so elegant.



Gut: Halbnahe Aufnahme, freigestellt