

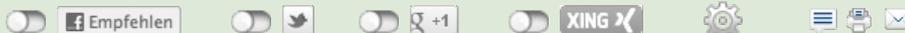


Peter_Atkins-Fotolia.com

CHEFSACHE

Alle mal lächeln, bitte!

Sympathische Praxis-Fotos sind weit aussagekräftiger für den Patienten und von größerem Interesse als fachliche Texte und Informationen.



Der erste bildliche Eindruck kann eine große Rolle bei der Wahl des Arztes und der Praxis spielen. Diesen Zusammenhang kann Kieferorthopädin Ivana Marinello nur bestätigen. Im April 2013 übernahm sie eine kieferorthopädische Praxis in Hessen. Nach Umbau- und Renovierungsmaßnahmen stand auch für Marinello ein Praxis- Fotoshooting auf dem Programm, um damit alle in ihrem Marketingplan angedachten Werbemittel zu versorgen.

Der erste Eindruck entscheidet

„Bildmaterial von Dir und der Praxis ist sowohl für Deine Website als auch für Pressearbeit und Deine Printmedien von enormer Bedeutung. Betrachtet man einmal die Besucherzahlen und auch das Verhalten der Nutzer auf einer Praxis-Website, werden die Bereiche Behandler, Team und Praxis-Fotos am häufigsten angeklickt. Gerade hier ist der erste Eindruck entscheidend, ist die Website doch in vielen Fällen der erste Kontaktpunkt zwischen der eigenen Praxis und einem potenziellen Neupatienten“ erläutert Ivana Marinello.

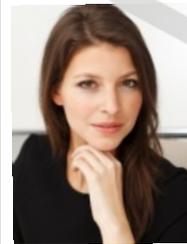
Wegen der enormen Wirkung des Bildmaterials, sollte man auch in die Produktion entsprechend Energie stecken. Es gilt also auch ein Fotoshooting professionell zu planen und zu bedenken, dass Dich einmal erstellte Fotos meist eine gewisse Zeit begleiten werden. Wichtig ist, dass sie nicht nur Deinen Geschmack treffen, sondern auch Dich und Deine Praxis ins beste Licht rücken.

Nicht am Shooting sparen

„Bereits bei der Auswahl des Fotografen solltest Du Dich auf Deinen persönlichen Geschmack verlassen, aber auch nach der Erfahrung und Routine des Fotografen in Bezug auf Praxis-Fotografie gehen. Lass Dir unbedingt ein Foto-Portfolio zeigen und schau Dir die Umsetzung und Wirkung der Fotos an, zum Beispiel auf den Praxishomepages bisheriger Kunden. Die Kosten eines Praxis- Fotoshootings sind nicht zu unterschätzen. Sparen solltest Du an diesem Marketingposten jedoch auf keinen Fall. Es ist sinnvoll, sich an einen echten Profi in diesem Bereich zu wenden, der genau weiß, worauf es bei den Praxis-Fotos ankommt“ rät Ivana Marinello.

Nicht nur, um später keine bösen Überraschungen aufgrund verschwommener, unscharfer oder schlecht ausgeleuchteter Bilder zu erleben, sondern auch, weil gutes Bildmaterial eine sehr starke Aussagekraft hat. Achte genau darauf, dass im Angebot nicht nur das Fotografieren selbst

Blogger



Nadja Alin Jung
Diplom-Betriebswirtin,
BdZA-Beirat

Nadja Alin Jung ist
Gründerin und
Geschäftsführerin des
Unternehmens "m2c |
medical concepts &
consulting".

Rubriken

- AUS DEM AUSLAND
- STUDENTISCHES
- PRO & CONTRA
- STATEMENT
- CHEFSACHE
- KOLUMNE

letzte Einträge

- STATEMENT 11.02.2014
Flasche in Bälde leer
- CHEFSACHE 10.02.2014
Alle mal lächeln, bitte!
- KOLUMNE 07.02.2014
AGKV
- KOLUMNE 04.02.2014
Ich bin Zahnarzt - holt mich hier raus!

meistgeklickt

- NACHRICHT 23.01.2014
Die Fluorid-Verschwörung
[mehr](#)
- NACHRICHT 17.01.2014
Der kostenlose
Gehaltsrechner

und gegebenenfalls die Reisekosten für den Fototag enthalten sind, sondern auch die anschließende Bearbeitung und Retusche des Bildmaterials.

Einen Plan haben

Wie wichtig eine klare Strukturierung und professionelle Abarbeitung des Shooting-Tags selbst ist, weiß Marinello aus eigener Erfahrung: „Um einen Shooting-Tag so effizient wie möglich zu gestalten, bedarf es auch in diesem Bereich einem genauen Plan. Der zeitliche Tagesablauf und die einzelnen Kameraeinstellungen und -motive, sozusagen der Inhalt, sollten im Vorfeld klar festgelegt werden.“

Dieser Plan ist dann Grundlage für die Abstimmung und Koordination mit dem Fotografen und dem eigenen Praxis-Team. In Absprache mit Deiner Werbeagentur sollte entschieden werden, welches Fotomaterial beispielsweise für Praxis-Flyer, Website und Co. benötigt wird.

„Bereits vor dem eigentlichen Fototag ist es sinnvoll, das Layout sämtlicher Werbemittel zu kennen, um so beim Shooting selbst in die feste inhaltliche Struktur der Werbemittel hineinarbeiten zu können. Eine klare Festlegung, welches Motiv später auf Deiner Homepage beispielsweise die Rubrik Prophylaxe, Implantologie und so weiter schmücken soll, gehört demnach unbedingt ins Briefing für den Fotografen.“

Hoch oder Quer

Ebenso muss durchdacht sein, ob besser in Hoch- oder Querformat fotografiert wird und wie viele Bildeinstellungen von welchem Motiv notwendig sind. Mit einer klaren und strukturierten Planung vermeidest Du, dass Du später Bildmaterial - mangels passender Fotos aus dem eigenen Fundus - von Foto-Stock-Börsen kaufen musst.

Jedoch solltest Du nicht nur die Organisation des Ablaufs bedenken, sondern auch die Vorbereitung in der Praxis selbst. „Für Aufnahmen von Wartezimmer und Empfangsbereich ist es anzuraten, frischen Blumenschmuck zu bestellen und die Räume repräsentativ zu gestalten. Stimme unbedingt zuvor mit Deinen Mitarbeitern einen Dress-Code ab und lege fest, was auf Team-Foto und Einzel-Porträts zu tragen ist. Vergiss auch nicht die sogenannten Stills (Standfotos) zu organisieren. Sinnvoll ist, bereits am Morgen des Shootings die Standbildeinstellungen für beispielsweise Endodontie, Oralchirurgie, Zahnspangen zu richten“ berichtet Ivana Marinello.



Bei der Fotografie von Personen musst Du auch auf gewisse rechtliche Regelungen achten. Nicht nur von Deinem Praxis-Team, sondern auch von etwaigen Statisten, beispielsweise bei einem Foto von Dir und einem Patienten in der Behandlung, benötigst Du eine schriftliche Genehmigung zur Nutzung des erstellten Bildmaterials.

Am besten ist es für Dich, wenn Du Dir von Deinen

Statisten eine Abtretungserklärung der Bildrechte unterzeichnen lässt. Dies gilt auch für die Rechte an den Bildern selbst, die Du mit dem Fotografen unbedingt vorab besprechen solltest. Somit gibt es also auch bei einem Fotoshooting einiges zu organisieren und beachten. In jedem Fall ist der Tag jedoch für alle Beteiligten meist ein großer Spaß - also immer schön lächeln!

Autorin

Nadja Alin Jung

Co-Autor und Bildmaterial

Ivana Marinello, Fachzahnärztin für Kieferorthopädie

www.kfo-marinello.de

Mehr zum Thema



NACHRICHT 22.01.13 / 08:56

Jeder zweite Arzt hat eine eigene Praxis-Website



BRENNPUNKT 14.03.13 / 09:39

Behandlungen am Straßenrand

HEFTE 01.10.13 / 00:09

Urheberrechte beachten

[mehr](#)



HEFTE 16.01.2014

Gehälter richtig kalkulieren

[mehr](#)