



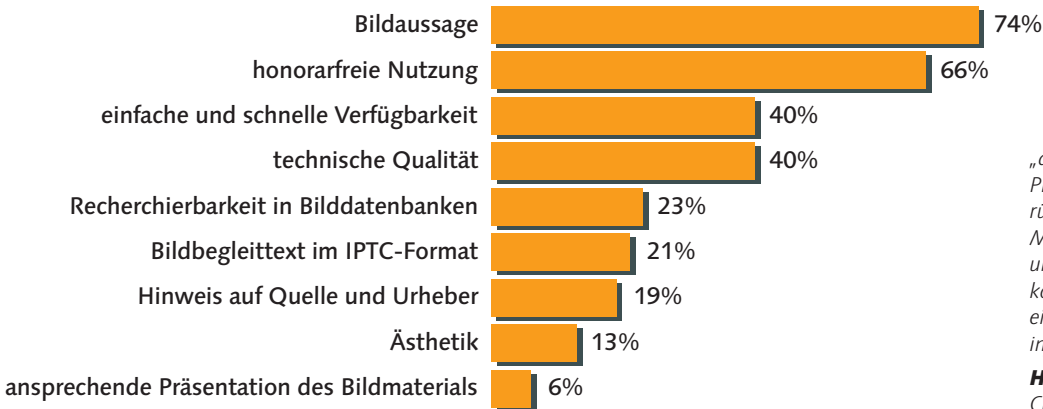
PR-Fotografie 2005

Befragung von Bildredakteuren,
Ressortleitern und CvDs tagesaktueller
Medien zur Nutzung von PR-Bildern

PR-Fotografie 2005

news aktuell wollte es genau wissen: Welche Chance haben PR-Bilder in den Redaktionen der Tageszeitungen und TV-Sender? Über ein Ergebnis der Umfrage werden sich PR-Profis freuen: 98% der befragten Medien nutzen honorarfreie PR-Bilder! Um von Journalisten akzeptiert zu werden, müssen die Fotos allerdings den redaktionellen Anforderungen genügen. In unserem obs-Resonanzcheck haben wir die wichtigsten Kriterien für Sie zusammengefasst.

Wichtige Kriterien für die Verwendung von PR-Bildern in Redaktionen:

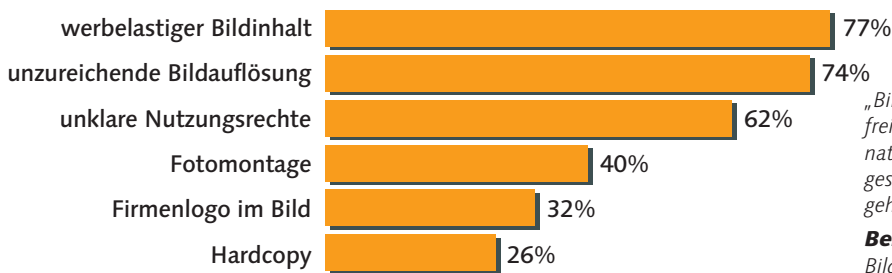


„dpa greift gerne auf interessante Pressebilder von Unternehmen zurück, wenn es darum geht, wichtige Meldungen aus Wirtschaft, Medizin und Forschung zu illustrieren. Dabei kommt es auf eine attraktive Optik, eine sehr gute Bildqualität und informative Begleittexte an.“

Hans-Peter Hill,
Chef vom Dienst, dpa-Bildredaktion

Neben inhaltlichen Gesichtspunkten entscheiden auch die tatsächliche Verfügbarkeit und mediengerechte Aufbereitung über die Nutzung eines PR-Fotos. Bevorzugt werden honorarfreie Bilder, die mit geringem Aufwand beschafft und verarbeitet werden können.

Ausschlusskriterien für die Nutzung von PR-Bildern:

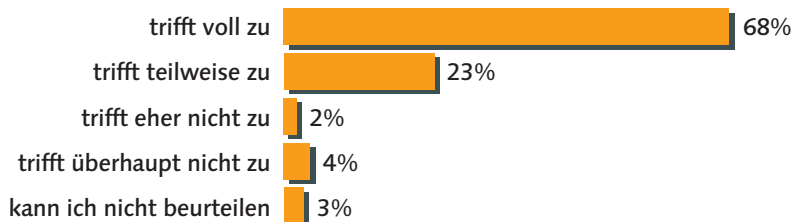


„Bilder von Unternehmen müssen frei von aufdringlicher Reklame sein, natürlich wirken und nicht zu geschönt aussehen. Werbefotos gehören in den Anzeigenteil.“

Bernd Beuermann,
Bildredakteur, Göttinger Tageblatt

Mehr als drei Viertel aller befragten Redakteure gibt werbelastigen Bildinhalten keine Chance. Häufig wurden auch eine zu geringe Bildauflösung oder unklare Nutzungsrechte als Ausschlusskriterien genannt.

Bildbegleittexte im IPTC-Format sind für die redaktionelle Verarbeitung digitaler Pressebilder unverzichtbar.

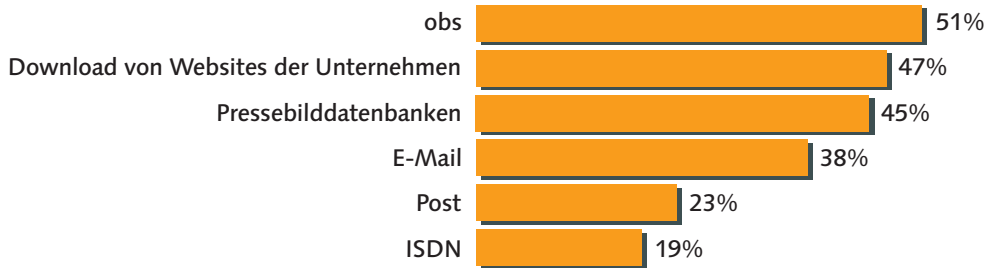


„In den IPTC-Feldern sollten die wichtigsten Daten zu einem Foto hinterlegt sein. Diese Angaben sind für jeden Nutzer unerlässlich.“

Kathrin Kleinschmidt,
Fotodokumentarin, Der Tagesspiegel

Für tagesaktuelle Medien ist es selbstverständlich, dass digitale Pressebilder mit Bildbegleittexten versehen sind. Journalisten erwarten, dass auch Pressestellen und PR-Agenturen ihre Bilddateien nach den Vorgaben des International Press Telecommunications Council (IPTC) beschriften.

Auf diesem Weg erhalten die Redaktionen PR-Material am liebsten:

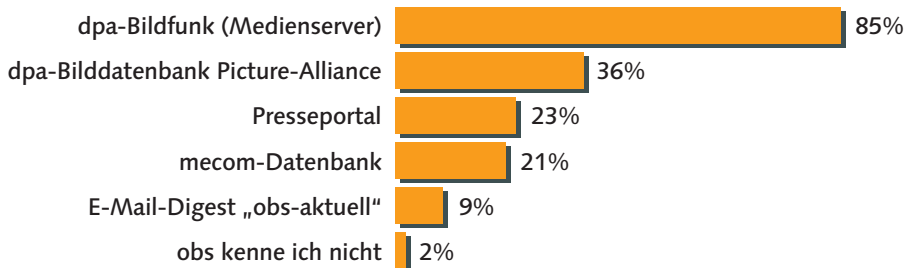


„Wir nutzen gerne Bilder aus dem Originalbildservice. Das ist wichtiges Bildmaterial für uns.“

Franz-Josef Majer,
Redaktionsleiter,
Pirmasenser Zeitung

Für die Redaktionen gibt es zahlreiche Wege, PR-Bilder zu beziehen. Wie unsere Befragung zeigte, ist der Originalbildservice (obs) eine bevorzugte Quelle für honorarfreies Bildmaterial. Zur Beschaffung von PR-Bildern werden auch Unternehmenswebsites und Presse-Bilddatenbanken häufig genutzt.

Wie beziehen Redaktionen obs-Bilder?

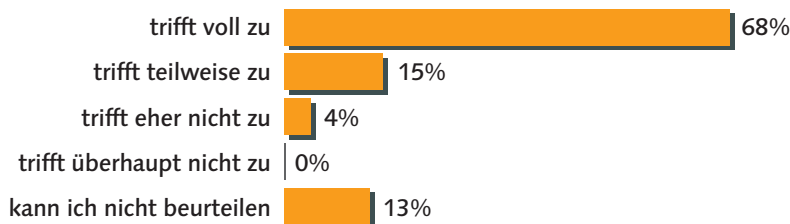


„Das Bildmaterial von obs erhalten wir automatisch mit dem dpa-Bildfunk. Unsere Redaktion arbeitet deshalb fast täglich mit obs.“

Jane Dulfaqar,
Leiterin der Fotoredaktion,
Berliner Zeitung

Die große Mehrheit der Tageszeitungen bezieht den Originalbildservice (obs) über den dpa-Bildfunk. Für die themenbezogene Recherche werden die Bilddatenbanken der dpa, das Presseportal von news aktuell sowie die mecom-Datenbank genutzt.

obs-Bilder lassen sich einfach verbreiten und archivieren.

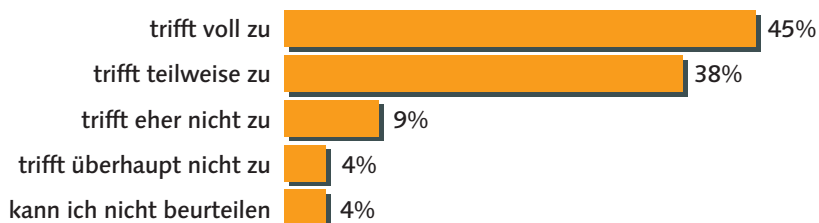


„Fast alle Fotos von obs entsprechen unseren technischen Anforderungen. Die können wir problemlos drucken.“

Petra Payer,
Bildredakteurin,
Süddeutsche Zeitung

Via Originalbildservice (obs) verbreitete PR-Bilder passen in den redaktionellen Workflow. Sie werden direkt in die Redaktionssysteme der Medien übermittelt, sind mit Bildtexten im IPTC-Format versehen und in Presse-Bilddatenbanken langfristig recherchierbar.

Der Originalbildservice erleichtert die Beschaffung von PR-Bildern.



„Wir wünschen uns mehr obs-Bilder. Vor allem im Bereich der Medizin und Gesundheitspolitik hätten wir gerne eine größere Auswahl von Fotos und Infografiken.“

Michael Schürmann,
Chef vom Dienst, Ärzte Zeitung

Der Originalbildservice (obs) macht PR-Material über dpa-Bildfunk und Presse-Bilddatenbanken einfach und schnell zugänglich. Da Journalisten oft unter Zeitdruck stehen, wissen sie den vereinfachten Zugriff auf honorarfreie Bilder zu schätzen.

Datenbasis der Umfrage:

news aktuell befragte die Redaktionen von 154 tagesaktuellen Medien. Mit 47 Teilnehmern wurde eine Rücklaufquote von 31 Prozent erreicht. Ziel der Befragung war es, herauszufinden, wie honorarfreie Pressebilder in Redaktionen angenommen und ausgewählt werden. Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 9. bis zum 26. Mai 2005.

Bilder bewegen die Welt.

Originalbildservice (obs)

Wir bewegen Ihre Bilder.

Kontakt:



news aktuell GmbH
Mittelweg 144
20148 Hamburg

Frank Schleicher
Product Manager, obs picture services
Telefon: (040) 4113-2846
Fax: (040) 4113-2855
E-Mail: schleicher@newsaktuell.de
www.newsaktuell.de | www.presseportal.de/bilder

