

*Konferenz "Kommunikation und Boden"*

---

# Kommunikation durch Bilder

---

Vortrag von Alexander Puell

„Ein Bild sagt mehr  
als tausend Worte.“

– *Printers' Ink*

---

# Bilder können Berge versetzen

---

- ❖ Komplizierte Sachverhalte können oft mit einem Bild oder einer Darstellung sehr einfach erklärt werden.
- ❖ Ein Bild hat meist eine stärkere Wirkung beim Betrachter als ein umfangreicher Text.
- ❖ Ein gutes Bild kann Sichtweisen des Betrachters verändern - sein Verhalten ändern und Impulse setzen.

# Tipps für wirksame Bilder



Sieben Merkmale effektiver Bilder am Beispiel Klimawandel  
auf Grundlage der Studie „Climate Visuals“ (2015)



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

**Zeigen Sie betroffene Menschen  
Vermeiden Sie gestellte Fotos**

- ❖ einzelne Menschen oder kleine Gruppen
- ❖ in greifbaren Situationen
- ❖ optimal mit Augenkontakt



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

Wählen Sie neue Blickwinkel  
Vermeiden Sie „Klassiker“

- ❖ abgenutzte Bilder wirken nicht
- ❖ frische Ideen und „neue Bilder“ führen zur Identifikation



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

**Zeigen Sie nicht Sündenböcke**

**Zeigen Sie die Auswirkungen**

- ❖ stellen Sie nicht einzelne Personen bloß
- ❖ Zeigen Sie Auswirkungen im gesellschaftlichen Kontext



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

---

**Schockbilder schrecken ab  
und sind ggf. kontraproduktiv**

- ❖ Drastische Bilder können verstörend wirken
- ❖ Der Betrachter fühlt sich ohnmächtig und macht „dicht“



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

**Zeigen Sie Auswirkungen  
in Ihrem lokalen Kontext**

- ❖ Lokaler Bezug steigert die Empathie beim Betrachter
- ❖ Lokal heisst nicht langweilig!



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

## Vorsichtig mit Protest-Bildern oder Presse-Fotos von Politikern

- ❖ Bilder von Aktivisten wirken nur bei Aktivisten
- ❖ Bilder von Politikern wirken bei fast niemanden



*Sieben Merkmale effektiver Bilder*

**Ihre Zielgruppe ist entscheidend**

- ❖ Je nach Geschlecht, Alter und politischer Ausrichtung wirken Bilder unterschiedlich

# Wie komme ich zu guten Bildern?

## Bilder selbst machen

- ❖ Haben Sie die nötigen Skills?
- ❖ Nicht immer tut's ein Smartphone!
- ❖ Ist Equipment nötig und vorhanden?
- ❖ Ist das Motiv erreichbar?
- ❖ Bedenken die gesamten Kosten!



# Wie komme ich zu guten Bildern?

## Profi anheuern

- ❖ Fotograf/in finden
- ❖ Briefing
- ❖ Bildauswahl
- ❖ Kosten
- ❖ Nutzungsrechte



# Wie komme ich zu guten Bildern?

## Bilder aus dem Internet runterladen

- ❖ Bildsuche bei Suchmaschinen und Foto-Communities
  - ❖ Nutzungsrechte oft nicht geklärt
  - ❖ Original-Quelle oder Kopie?
- 
- ❖ Wikipedia und Opensource-Bilder: kostenlos, aber meist auch nutzlos



# Wie komme ich zu guten Bildern?

## Bilder im Internet kaufen

- ❖ professionelle Bildarchive
- ❖ Portale haben oft eigenen „Stil“
- ❖ komfortable Suchfunktion und Filter
- ❖ hohe Bildqualität in verschiedenen Größen
- ❖ Rechtssicherheit durch geklärte Nutzungsrechte

**fotolia**  
by Adobe

**PEXELS**

**iStock.**  
by Getty Images

**shutterstock**

**gettyimages**<sup>®</sup>

---

# Probieren geht über Studieren

---

# Bildquellen

- ❖ Climate-Visuals: Pakistan Flood- © Paula Bronstein
- ❖ Climate-Visuals: Mann zeigt auf Feuer - © Ed Kashi
- ❖ Climate-Visuals: Typhoon Hagupit Aftermath - © Alanah Torralba
- ❖ Climate-Visuals: Wedding Flood Philippines - © Francis R. Malasig
- ❖ Climate-Visuals: Girl - Fotograf nicht bekannt
- ❖ Climate-Visuals: Severe Suburban Flooding - © Moran, NOAA Corps,
- ❖ Climate-Visuals: etc pp
- ❖ Hochwasser in der Passauer Altstadt von Stefan Penninger
- ❖ THW Hochwasser Einsatz, Bundesanstalt Technisches Hilfswerk
- ❖ Köln, Rheinufer, Hochwasser, Bundesarchiv
- ❖ Nach der Brandrodung für „Bio“diesel: Foto: Ralf Kuepper
- ❖ Fires along the Rio Xingu - Brazil – Foto: NASA
- ❖ Fotolia: 119934833 - Young man traveler taking pictures. © Anton Gvozdikov
- ❖ Fotolia: 102358261 - Targeted. © [BillionPhotos.com](http://BillionPhotos.com)
- ❖ Fotolia: 113480629 - Empty photo studio with lighting equipment. © Africa Studio
- ❖ Exemplarisch verwendeten Logos gehören den jeweiligen Markeninhabern