



TAG DER **REGIONEN**

Weil Heimat lebendig ist.

Bildkonzept zum Tag der Regionen

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte...

Eine Botschaft lässt sich nicht nur über Worte transportieren, sondern auch über Bilder, gerade dann wenn sie emotional berühren und unmittelbar wirken sollen. Der „Tag der Regionen“ lebt von den Menschen und ihren Aktionen. Dies sollten wir auch zeigen!

Bilder bisher...



- eher zufällig aufgenommen
- kein einheitlicher Stil (Helligkeit, Farbe, Perspektive, Tiefenschärfe)
- oft Frontalaufnahmen, selten Detailfotos
- Menschen nur im „vorbeilaufen“ gezeigt, weniger in Aktion
- viel mehr Bilder von mehr Aktionen zeigen!



Menschen zeigen



Akteur, Besucher, Partner... der „Tag der Regionen“ bringt Menschen zusammen. Das sollte mehr gezeigt werden.

- Menschen direkt zeigen (Portraits)
- mehr Detailaufnahmen
- Im Geschehen (z.B. Bäcker beim Brot backen, Besucher bei der Kostprobe...)
- wichtig: Rechte klären



Menschen zeigen



Einheitlicher Stil



Ein bewusst gewählter, einheitlicher Bildstil hilft später den „Tag der Regionen“ besser zu erkennen, ohne dass man lange überlegen muss.

- einen Stil festlegen (Farbe, Helligkeit, Kontrast, Belichtung, Tiefenschärfe...)
- auch bei schlechtem Wetter auf Helligkeit und Farbigkeit achten
- ein frischer Stil bietet sich hier an

Einheitlicher Stil



Das Gesamte und Details zeigen



Um die Größe des Events erfassen zu können, bieten sich weitwinkliger Aufnahmen (Panorama) ein. Aufnahmen im Details erlauben einen tieferen Blick in das Geschehen. Außerdem erleichtern sie später den Einsatz auch in kleinen Größen z.B. auf der Website.



- Nahaufnahmen von Produkten zeigen
- Gleichzeitig das gesamte Geschehen einfangen
- mit Tiefenschärfe spielen
- gezielt einsetzen



Erntedank

28. September 2016,
19 Uhr
Ernährungs- und
Kräuterzentrum
im Kloster
St. Marienstern,
Panschwitz-Kuckau

Überblick schaffen



Details zeigen



Aktion im Vordergrund



Was passiert genau beim „Tag der Regionen“? Wie kann ich mir die Aktionen vorstellen? Und was erwartet mich vor Ort?

- Auch hier: eindeutige Aufnahmen von Produkten und Menschen in Aktion zeigen
- Produkte in Szene setzen
- Lust auf mehr schaffen

Aktion im Vordergrund



Menschen in Aktion



Fürs Fotografieren-Briefing: Shotlist

- **Gesichter** von Männern, Frauen, Jugendlichen, Kindern, Senioren, Familien (Porträt, Profil, Nahaufnahme) - von jedem Alter etwas (auf Heterogenität achten)
- **Establisher** von Orten (Panoramaaufnahme Fest oder Markt, Bauernhof oder Wiese, Garten oder Hof, Totale von den gleichen Orten, Auszug aus dem Geschehen an diesen Orten in Halbtotale) - gerne auch mal mit Bewegung im Bild (Dynamik)
- Menschen in **Aktion** (Halbtotale, Amerikanische, Vogel- und Froschperspektive, Bodenkamera von z.B. Menschen probieren Lebensmittel, Menschen lachen miteinander, Menschen wird etwas gezeigt, Menschen testen etwas, Menschen spielen etwas...)
- **Details** gut ins Licht gerückt (Nahaufnahme, Detailaufnahme, Tiefenschärfenverlagerung von z.B. Messer an Brot, Schild an Stand, Gegenstand in Hand, Highlight auf Produkt, Zettel an irgendwas...)

Fürs Fotografen-Briefing: Bildgestaltung

- Menschen nicht mit dem Rücken zum Bild - bewusster Anschnitt gerne, sonst auf spannenden Bildausschnitt setzen, der etwas erzählt
- Details nicht losgelöst für sich - in Szene setzen, auf passenden Bildhintergrund achten (z.B. Menschen unscharf im Hintergrund, Feld/Wiese/Garten im Hintergrund) - Details nicht von oben oder vorne, eher unter- oder übersichtlich, Goldener Schnitt
- Team- und Gruppenfotos - keine gestellten Gruppenbilder, Menschen etwas gemeinsam machen lassen, sie zum lachen bringen, motivieren, Gruppe einbetten in Geschichte drumherum