

Say Cheeeese

So abgedroschen das Sprichwort «ein Bild sagt mehr als tausend Worte» ist – wahr bleibt es. Fotos wirken in Millisekunden auf das Unterbewusstsein, wo wir uns umgehend ein Werturteil bilden. Im Vergleich zu einem geschriebenen Bericht wirken Fotos von einem Event viel unmittelbarer. Dieses Potenzial gilt es zu nutzen. Frederike Asael

Die Einsatzbereiche von Eventfotografie für Unternehmen gehen über die reine Dokumentation hinaus: Sie können für Marketingzwecke vielfältig eingesetzt werden, sei es, um das Image einer Firma zu prägen oder einen zukünftigen Event zu bewerben. Für die Teilnehmer oder Gäste bietet sie die Möglichkeit, sich an die inspirierende, lehrreiche oder glanzvolle Veranstaltung zu erinnern.

Die Anlässe im Unternehmensalltag sind vielfältig. Wir beschränken uns in der Folge auf Businessanlässe, an denen Fachwissen vermittelt wird (Tagungen, Workshops, Konferenzen), und Netzwerkanlässe (wie Kundenanlässe und Mitarbeitendenveranstaltungen).

Tagungen, Konferenzen & Co.

Es ist Punkt neun Uhr und der Verwaltungsratspräsident eröffnet die Tagung im Veranstaltungszentrum. Los geht's mit einer Refe-

«Die After-Party zu später Stunde darf getrost undokumentiert bleiben.»

rentin, die professionell auf das Publikum eingeht. Die Teilnehmenden sind aufmerksam, machen sich Notizen. In der Fragerunde entsteht ein konstruktiver Meinungs austausch und in Kleingruppen wird intensiv an innovativen Ideen gearbeitet. In der Mittagspause diskutieren alle angeregt und richten im anschliessenden Plenum zahlreiche Fragen an den Verwaltungsrat. Die Infrastruktur des Veranstaltungsorts ist auf den Anlass abgestimmt, die hellen Räumlichkeiten und die zuvorkommenden Serviceangestellten ermöglichen den Teilnehmenden, sich aufs Wesentliche zu konzentrieren. Klar bleiben alle

noch zum abschliessenden Apéro. Ein gelungener, gut gefüllter Eventtag klingt aus. Der Eventfotograf verlässt den Ort des Geschehens mit dem guten Gefühl, die Interaktionen, das Interesse und das Miteinander eingefangen zu haben. Die im Laufe des Tages entstandenen Fotografien wird das Unternehmen bereits am Folgetag einsetzen können.

Soweit die Idealvorstellung. Die Realität sieht oft anders aus: Kurz vor Veranstaltungsbeginn werden die Rollläden heruntergelassen, das Saallicht gedimmt und die Spots auf die Bühne gerichtet, damit die Präsentation optimal zur Geltung kommt. Das kurze Stimmungshoch der Teilnehmenden, das noch vom morgendlichen Kaffee mit Geschäftspartnern und Kolleginnen herrührt, verpufft rasch im Halbdunkel des Raums. Handys und Laptops werden gezückt, das lange Stillsitzen fällt vielen der im Alltag meist sehr aktiven Manager/innen schwer, die Überstunden vom Vorabend tun ihr Übriges. Spätestens nach der Mittagspause nicken die Ersten ein. Für den Eventfotografen bedeutet das, tief in die Trickkiste zu greifen, um aktive Konferenzteilnehmende abzubilden. Er oder sie bangt darum, dass sie sich am Geschehen beteiligen, Interaktion entsteht, ihr Interesse geweckt wird.

Tipps und Tricks:

- Testen Sie die Lichtverhältnisse, oftmals sind Beamer lichtstark und setzen sich gegen Tageslicht durch. Tagungsteilnehmende sind deutlich aufmerksamer und konzentrierter,

Alles, was recht ist

Grundsätzlich darf niemand ohne seine Zustimmung fotografiert oder gefilmt werden. Das gleiche gilt für die Veröffentlichung von Fotos, auf denen die abgebildete Person zu erkennen ist. Auch hier muss die betroffene Person zustimmen. Deshalb ist es ratsam, die Gäste einer Veranstaltung bereits vorher darauf hinzuweisen, dass Fotos oder Videos aufgenommen und unter Umständen auch veröffentlicht werden. Wichtig in diesem Zusammenhang ist die Beweissicherung. Denn im Falle eines Rechtsstreits muss der Urheber beziehungsweise der Herausgeber des Fotos beweisen, dass die betroffene Person dem zugestimmt hat. Wenn ihm dieser Nachweis nicht gelingt, kann dies rechtliche Konsequenzen zur Folge haben.

Sofern der Veranstalter einen externen Fotografen für die bildnerische Dokumentation eines Anlasses beauftragt hat, liegen die Urheberrechte an den Fotos ohne anderslautende Vereinbarung beim Fotografen. Der Veranstalter hat lediglich ein Nutzungsrecht an den fremden Fotos. Wie weit dieses geht, hängt primär vom Vertrag ab, den der Veranstalter mit dem Fotografen abgeschlossen hat. Deshalb lohnt es sich auch, den Umfang des Nutzungsrechts in einem schriftlichen Vertrag zu regeln.

Dr. iur. Noëmi Schöni (lawconsultingschoeni.ch)



wenn sie sich in hellen Räumen aufhalten. Falls dies nicht möglich ist, Lichteinfall immer wieder der aktuellen Situation anpassen.

- Stimmt das Verhältnis zwischen Raumgröße und Teilnehmerzahl? In einem überdimensionierten Konferenzsaal, in dem mehr als die Hälfte der Stühle frei bleibt, kommt selten Stimmung auf, dafür die Frage: Gab es so viele No-Shows? Für den Fotografen ist es eine echte Herausforderung, einen solchen Saal dynamisch abzulichten.

- Haben Sie Einfluss auf den Inhalt einer Veranstaltung? Gibt es die Möglichkeit, Break-out Sessions, Workshops und aktive Pausen einzubauen? All das hilft den Teilnehmenden, den ganzen Tag hindurch konzentriert am Thema zu bleiben. Die so geschaffenen zusätzlichen Interaktionen werten auch das Fotoportefeuille auf, das Sie am Ende zur Verfügung haben.

Netzwerk- und Abendanlässe

Bei abendlichen Anlässen wie Galadiners, Kundenanlässen oder Mitarbeitendenveranstaltungen geht es im Kern um eines: Wertschätzung vermitteln. Ein Unternehmen kann

hier zeigen, dass Erfolge ohne Kundinnen, Partner und Mitarbeitende nicht möglich sind. Wo ganze Hotels gemietet, bekannte Showeinlagen gebucht und Ballsäle geschmackvoll dekoriert werden, dient die Eventfotografie vor allem dazu, im Nachgang positive Emotionen zu erhalten und diese nach aussen weiterzutragen. Zu diesen Anlässen gehört meist stilvolles, abgedunkeltes oder farbiges Licht, das Eventfotografinnen so manches Mal ins Schwitzen bringt. Denn was auf das menschliche Auge angenehm wirkt, ist für eine Kamera meist tiefschwarze Nacht und erfordert einen bedachten Einsatz von Blitzen.

Tipps und Tricks:

- Hier lohnt es sich, die Fotografin / den Fotografen auf den Teil des Abends zu bestellen, den die Gäste stehend verbringen – meist den Apéro. Sobald sie sich fürs Dinner setzen, sollte das meiste Bildmaterial im Kasten sein. Zu später Stunde ist ein Fotoeinsatz meist unangebracht, die After-Party darf getrost undokumentiert bleiben.

- Ob sich Gäste mit den Fotos identifizieren und sie mögen, hängt mehr als bei anderen

Events davon ab, ob sie sich gut abgelichtet fühlen. Das gilt speziell für weibliche Gäste. Achten Sie bei der Auswahl der Fotografin / des Fotografen darauf und vertrauen Sie auf Ihr eigenes Urteil.

- Es kann lohnend sein, sich im Vorfeld Gedanken darüber zu machen, auf welche Weise die Fotos mit den Gästen geteilt werden sollen. Per Online-Album, direkte Projektion an der Veranstaltung, mit einem Dankeskärtchen und einem ausgedruckten (Gruppen-)Foto, einer Fotowand, per Foto-App? Je nach Anlass kann ein ganz anderes Stilmittel wirkungsvoll sein.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Viele Massnahmen, die sich positiv auf das Wohlbefinden der Teilnehmenden auswirken und diese aktivieren, wirken sich positiv auf die Eventfotografie aus. Nutzen Sie diese Win-win-Situation. ^{7m}

Frederike Asael ist freischaffende Fotografin für Firmen und an Events.
asael.ch