

## **Ausgangssituation**

Medien brauchen Bilder. Bilder lockern Texte auf und erleichtern den Einstieg. Informationen mit Fotografien, Grafiken oder Illustrationen sind schneller beim Leser, bieten den Redaktionen Mehrwert und erhöhen die Abdruckchance von Pressemitteilungen.

Gute Bilder erhöhen die Medienresonanz, denn sie verdichten

- die Botschaft auf das Wesentliche
- steigern die Verständlichkeit
- unterstützen den Text
- passen mit ihrer Bildsprache zum Medium
- genügen journalistischen Ansprüchen
- bieten den Redaktionen Mehrwert

## **Zielsetzung**

Das Tagesseminar „Das Bild als PR-Instrument“ beantwortet die Fragen:  
Was zeichnet gute und aussagekräftige Bilder mit Mehrwert für die Redaktionen aus?  
Was ist bei der Produktion digitaler Bilder und beim Versand an die Medien zu beachten?

Anhand von Beispielen werden die Bedürfnisse der Redaktionen und aktuelle Trends betrachtet. Checklisten zu den Seminarinhalten, ein Glossar der wichtigsten Begriffe, ein Verzeichnis mit weiterführender Literatur sowie eine Aufstellung hilfreicher Links im Internet erleichtern den Teilnehmern den Umgang mit Bildern im Tagesgeschäft.

## **Zielgruppen**

Fachkräfte von Pressestellen und Kommunikationsabteilungen aus Wirtschaft, Industrie, Behörden und Verbänden. Geschäftsführer aus Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Mitarbeiter von PR-Agenturen und Selbstständige.

## **Seminarinhalte (Stichpunkte)**

- Das Bild im digitalen Zeitalter
- Umgang mit Bildern in den Redaktionen
- Das journalistische Konzept
- Bildbeschaffung
- Die elektronische Bildbeschriftung
- Distribution digitaler Bilder
- Bilder auf der Homepage