

BRIEFING FÜR FOTOGRAFEN

IG METALL VORSTAND
FB Kommunikation, Presse und Medien
Ressort Mediendesk

Allgemeine Infos **01**
Bildsprache 02
Stilmittel 04

Anforderungen für die Webseite igmetall.de **05**
Bildgröße 06
Beispiel Schmuckbild 07
Bildinformation 08
Blickrichtung 09
Positionierung 10

Anforderungen für Social Media **11**

Spezifikationen **13**

Stand: 25.09.2020

KONTAKT

Jens Möller

IG Metall Vorstand
FB Kommunikation, Presse und Medien
Ressort Mediendesk

Wilhelm-Leuschner-Str. 79
60329 Frankfurt am Main

Fon: 069 6693 2847
Fax: 069 6693 2144

onlinemedien@igmetall.de

ALLGEMEINE INFOS

BILDSPRACHE

Liebe/r Fotograf/in
wir freuen uns, mit Ihnen zusammenzuarbeiten. Wir möchten Sie kurz über unsere Bildsprache und Anforderungen an die Motive informieren:

Prinzipiell: Wann immer es geht, die Vielfalt der IG Metall abbilden: Frauen, Mitglieder mit Migrationshintergrund. Nicht immer Männer.

1. Fotos von Metaller*innen in Betrieben/Unternehmen:
Wir benötigen „natürliche“ Motive, die die Porträtierten in ihrer Arbeitswelt zeigen, also während der Tätigkeit. Der Leser soll den Eindruck haben, dass er den „realen“ Arbeitsprozess erlebt. D.h.: keine Blicke in die Kamera, kein Posieren. Der Kfz-Mechatroniker steht also in der Grube und prüft den Auspuff, schraubt am Motor, er steht nicht vor dem Auto oder der Werkstatt mit Blick in die Kamera. Das Gleiche gilt für Aufnahmen mehrerer Personen: Sie arbeiten oder tauschen sich - zueinander blickend - über ihre Tätigkeit aus, der Fotograf „ist also gar nicht da“, sondern hält eine Szene für den Leser fest, die so stattfinden würde, wenn kein Fotograf da wäre. Das Gleiche gilt für Bürotätigkeiten. Um „Person vor PC“-Fotos zu vermeiden, besser Motiv stellen: Porträtierter bespricht mit zweiter Person irgendetwas vor attraktivem Hintergrund (Bildtiefe: mehrere PC-Arbeitsplätze usw.).

2. Fotos von Demonstrationen, Tarifaktionen:
Wenn möglich, Regie führen: z.B. a) Teilnehmer auf sich zu laufen lassen und in Bewegung fotografieren, b) Accessoires bündeln: Wenn Ballons, Plakate, T-Shirts zum Einsatz kommen: Teilnehmer, soweit Covid-19 es zulässt, als Cluster fotografieren, c) Story Telling: z.B. offener Lieferwagen, in dem 150 zusammengerollte Fahnen liegen, Motiv: Teilnehmer beim Verteilen der Fahnen fotografieren. Auf Hintergrund achten: Demonstrierende im Vordergrund, Firmenlogo weit im Hintergrund.

3. Fotos von Metaller*innen in Alltagssituationen:
mit Kindern, Familie, Freizeit -› siehe 1.: in Aktion, keine Blicke in die Kamera, Fotograf „ist gar nicht da“.

4. Kleidung der Protagonist*innen:
Bitten Sie die Protagonist*innen im Vorfeld, keine schwarze Kleidung beim Fototermin zu tragen. Bitte darauf achten, dass keine Marken/Labels auf der Kleidung zu erkennen sind.

5. Perspektive:
Von der Schokoladenseite fotografieren: Nicht jeder hat eine Idealfigur, weshalb wir Sie bitten, die Menschen aus einer für sie günstigen Perspektive zu fotografieren. Vermeiden Sie Frontalaufnahmen. Wählen Sie Aufnahmeperspektiven, durch die Diagonalen und damit Dynamik in die Bildgestaltung kommen. Fotografieren Sie aus unterschiedlichen Perspektiven. Wir brauchen Hoch-, Quer und extreme Querformate, damit wir flexibel in der Platzierung Ihrer Bilder in unseren Kanälen sind.

6. Licht:
Bitte fotografieren Sie ohne Blitzlicht und arbeiten Sie mit dem vorhandenen Licht, damit die Aufnahme natürlich wirkt. Bitte achten Sie beim Fotografieren auf helle Hintergründe und gut ausgeleuchtete Protagonist*innen und Räume.

7. Bei Porträtaufträgen:
Arbeiten Sie bitte mit geringer Tiefenschärfe, wählen Sie neutrale Hintergründe oder Hintergründe, die thematisch zur Protagonistin/zum Protagonisten passen.

BILDSPRACHE

8. Wenn Sie nicht im Betrieb fotografieren dürfen:
Bitte fotografieren Sie, falls Sie keine Fotografiererlaubnis für den Betrieb bekommen, Personen nicht vor grünen Bäumen, im Wald oder Park. Besser ist es, z. Bsp. das Werksgelände unscharf im Hintergrund als Sujet zu wählen.
Bitte achten Sie darauf, Menschen nicht stehend und damit statisch zu fotografieren, sondern im Gehen, z. Bsp. auf Sie zu laufen lassen (siehe auch Punkt 2), während Sie fotografieren, bei mehreren Personen, diese im Gespräch und beim Laufen zu fotografieren (siehe auch Punkt 2) etc. Vermeiden Sie statische Gruppenaufnahmen.
Alternativ zum Werksgelände als Hintergrund suchen Sie z. Bsp. Brücken mit Stahlträgern oder Architektur mit Stahl, um damit die Stahl-, Metall- und Elektroindustrie zu visualisieren, bei den anderen Branchen: Holz & Kunststoff, Textilindustrie und Textile Dienste, Kfz-Handwerk, suchen Sie entsprechende Sujets, die farblich oder thematisch zur Branche passen. Infos zur Umgebung des Ortstermins erhalten sie vorab von uns.

9. Freistellung:
Bitte fotografieren Sie auch eine Aufnahme mit homogenem Hintergrund, damit wir die Protagonist*innen ggfs. freistellen können.

STILMITTEL

Tiefenschärfe

Die Tiefenschärfe ist in unserer Bildsprache ein wichtiges Gestaltungsmittel. Mit Hilfe der Tiefenschärfe können bestimmte Teile des Bildes scharf und andere Teile unscharf dargestellt werden. Dadurch kann man z.B. den Fokus des Zuschauers bewusst auf bestimmte Bildbereiche lenken. Somit verliert sich der Betrachter nicht in unwesentlichen Elementen, die auf dem Foto zu sehen sind.













ANFORDERUNGEN FÜR DIE WEBSEITE

igmetall.de

BILDGRÖSSE

Ausgangsgrößen der Bilder

Bilder müssen im Format 16:9 (2400 x 1350px) hochgeladen werden. Um eine ausreichende Qualität auf allen Geräten zu gewährleisten wurde eine Mindestgröße von 2400 x 1350 px (siehe Abbildung Nr. 1) festgelegt.

Es ist darauf zu achten, dass das Bildmotiv auch im Format 16:4 funktioniert (siehe Abbildung Nr. 2). Beim länglichen Schmuckbild wird eine Maske (16:4) über das Ausgangsformat (16:9) gelegt.

Das Ausgangsmaterial des Fotografen muß die Mindestgröße von 2400 x 1350px erfüllen. Größerer Formate als 2400 x 1350px wären von Vorteil, falls ein Bildausschnitt gewählt werden muss.

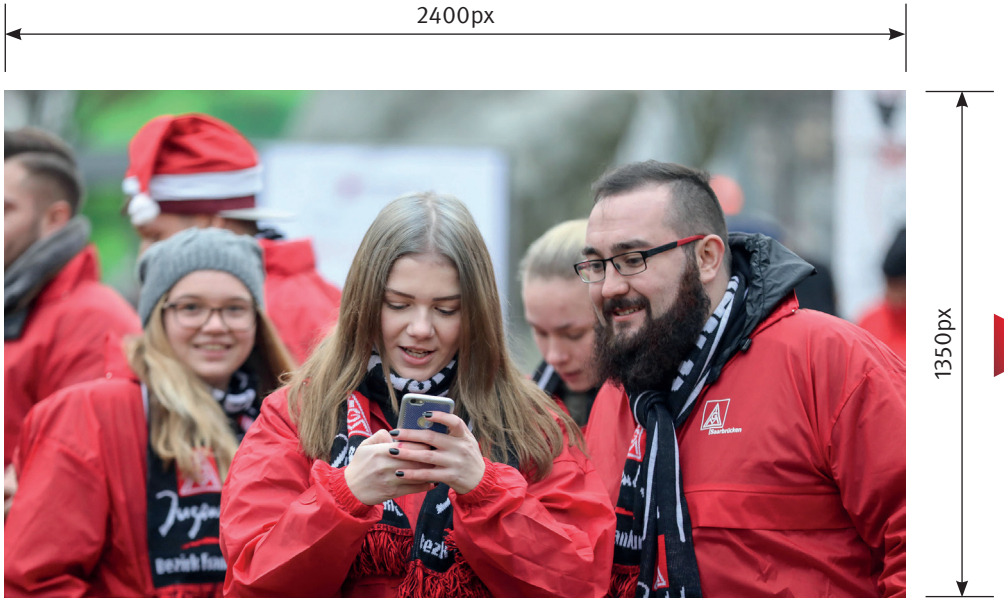


Abbildung Nr. 1: Bildformat 16:9

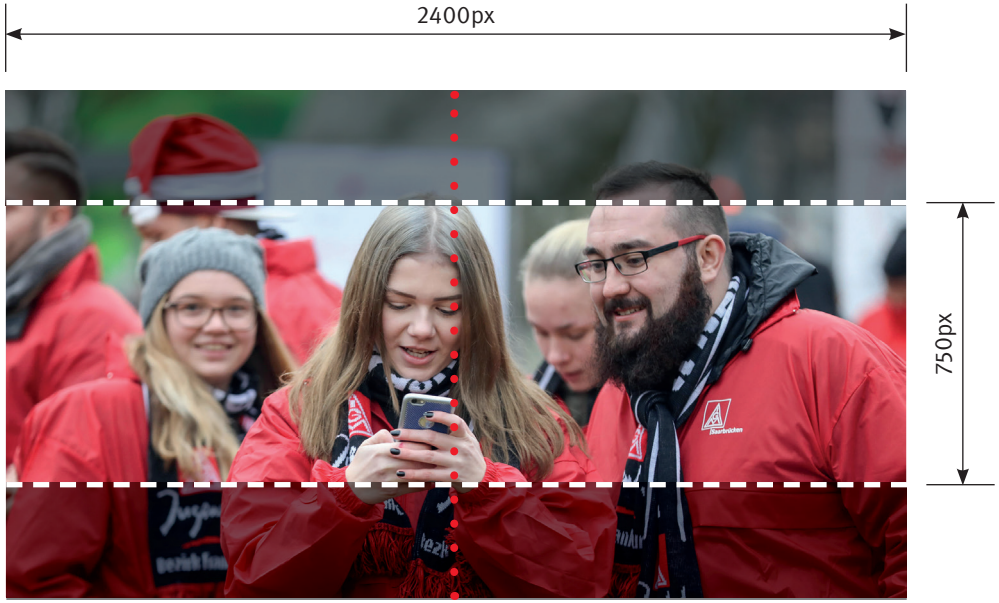
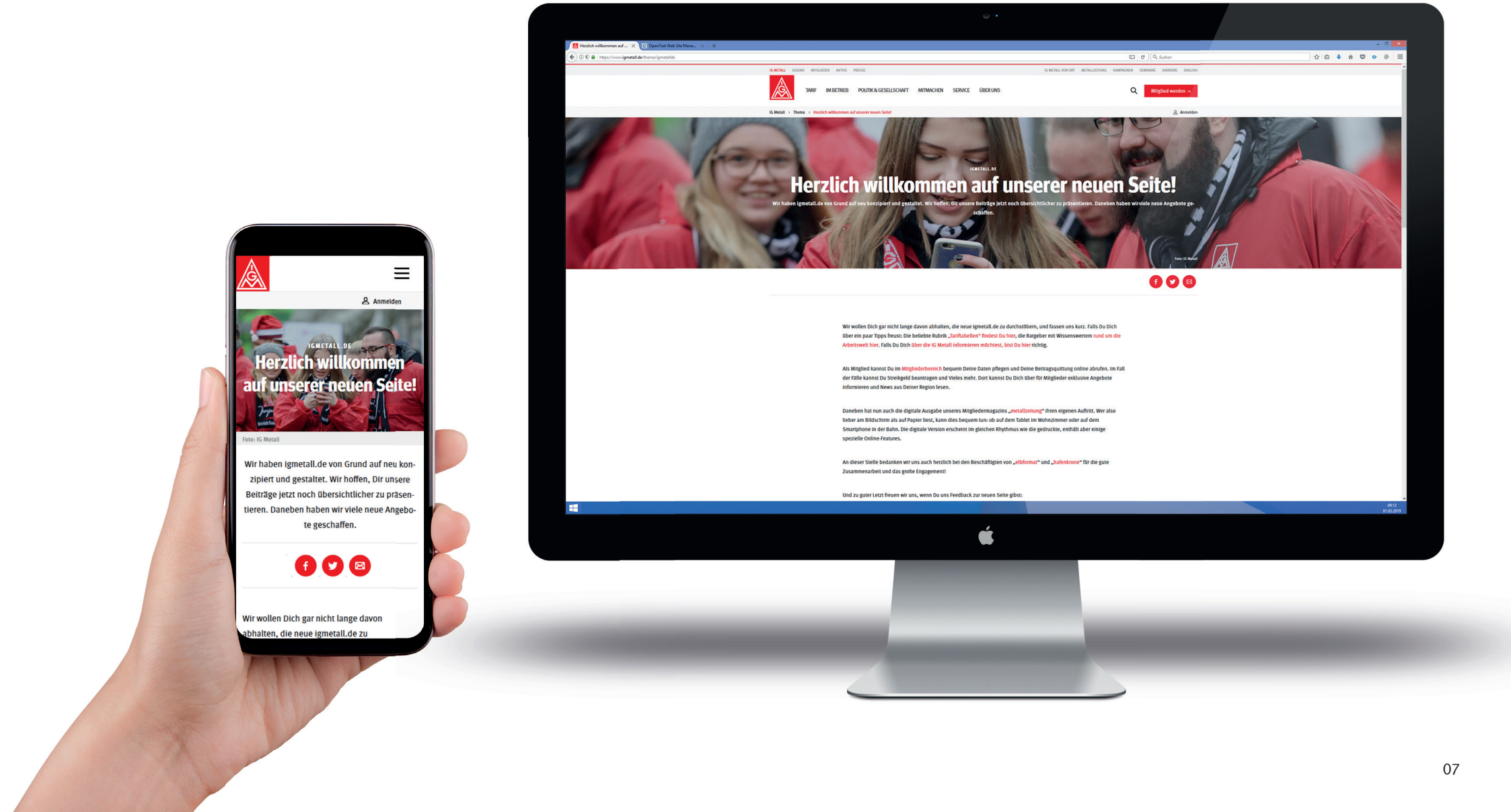


Abbildung Nr. 2: Bildausschnitt 16:4

BEISPIEL

Schmuckbild Format (16:9/16:4)



BILDINFORMATION

Schmuckbild Format (16:9/16:4)

Beispiel:
Hier sieht man nicht nur den Mann mit Maske, sondern auch noch seine Handbewegung, die auch im 16:9-Format zu sehen ist. Somit hat der User noch etwas mehr Bildinformation.

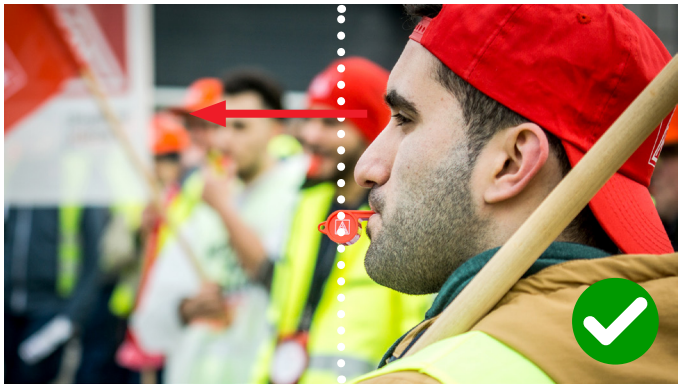


BLICKRICHTUNG

Blickrichtung beachten

Die Personen, die im Fokus stehen, sollten immer in Richtung Bildmitte blicken und nicht aus dem Bild heraus.







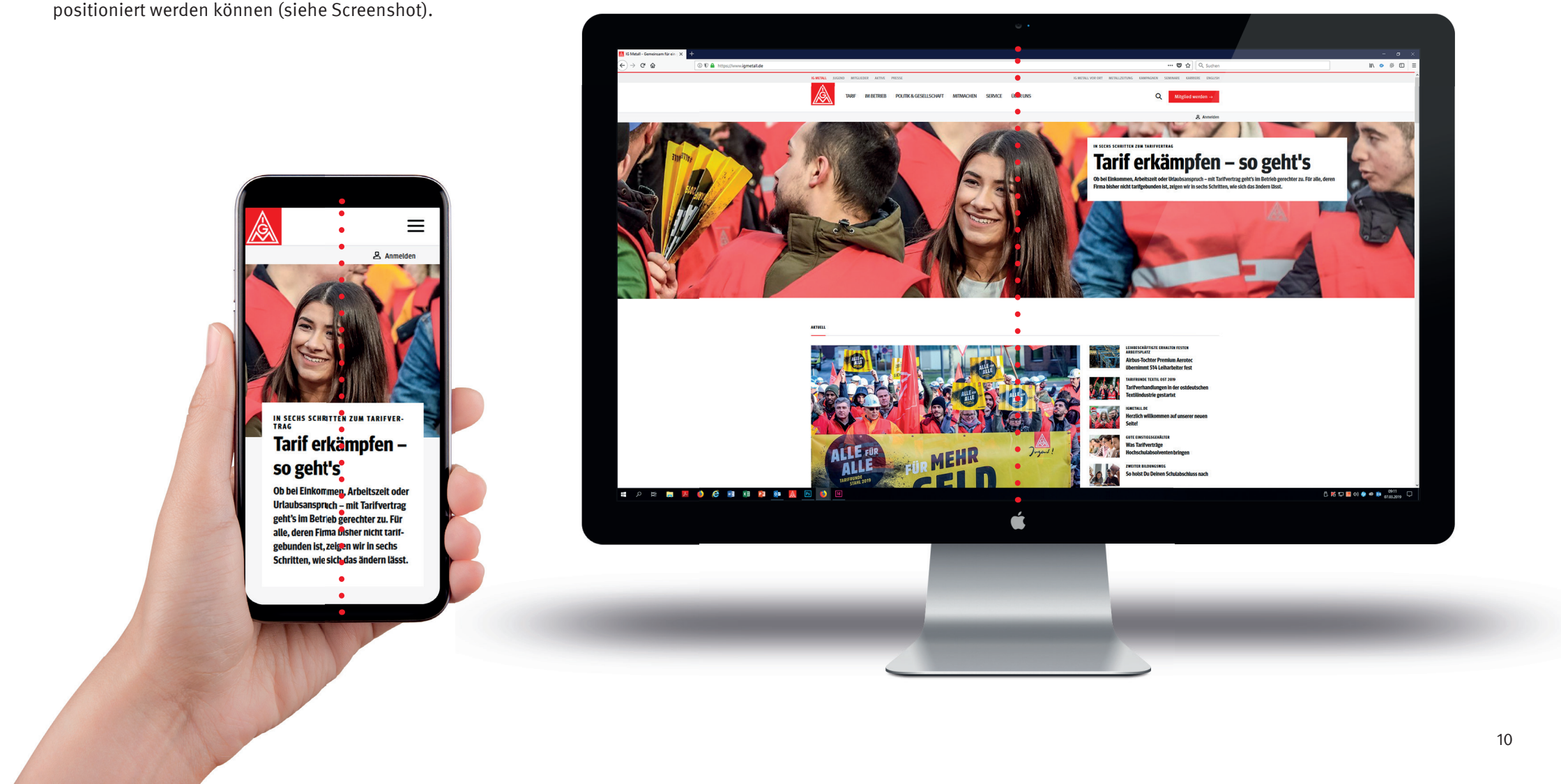




POSITIONIERUNG

Bildfokus

Personen, die im Bildfokus stehen dürfen nicht am Bildrand positioniert werden. Der Bildfokus liegt in der Bildmitte. Es sollte gewährleistet sein, dass in der Desktop-Version Textboxen auf dem Bild (rechte/linke Seite) positioniert werden können (siehe Screenshot).



ANFORDERUNGEN FÜR SOCIAL MEDIA

ANFORDERUNGEN

Facebook, Instagram und Twitter

Makroaufnahmen von Tätigkeiten (z.B. Werkzeug in der Hand)

Komplettansicht von Menschen beim Ausführen ihrer Tätigkeiten/an ihrem Arbeitsplatz (keine gestellten Porträtfotos)

Werkhalle: Blick von oben

Detailaufnahmen von Maschinen

Detailaufnahmen von Werkstoffen und Produkten

Fotos, auf denen Personen zwar zu sehen sind aber nicht im Vordergrund stehen (Tiefenschärfe, Bewegungsunschärfen etc.)

Egal, wo Menschen auftauchen -› auf Diversität achten

Motive sollten generell ein wenig Luft mitbringen, sodass sich Text oder Grafik drauflegen lässt.

Bitte darauf achten, dass keine Marken/Labels auf der Kleidung zu erkennen sind.

Formate:
Quadratisches Format für Kacheln im Feed
Vertikales Format – für Stories









SPEZIFIKATIONEN

DATEIFORMATE, MINDESTGRÖSSEN UND META-DATEN

Dateiformate:	JPG-Dateien mit maximaler Qualität TIF-Dateien ohne Komprimierung RAW-Dateiformat (RAW-Dateien können nachgereicht werden)
Mindestgröße (Webseite):	2400 x 1350px (größere Formate wären besser geeignet, falls ein Ausschnitt gewählt werden muß.
Mindestgröße (metallzeitung):	450mm x 312mm (300dpi) / 5315 x 3685px
Metaddaten:	Die wichtigen Parameter sind Titel, Beschreibung, Copyright und Schlagwörter. Außerdem muß aufgeführt werden, ob für die abgebildeten Personen auf dem Foto ein Model-Release-Vertrag vorliegt. Der Model-Release-Vertrag muss bitte per Post an: **IG Metall Vorstand** **z. Hd. Jens Möller** **FB Kommunikation, Presse und Medien** **Ressort Mediendesk** **Wilhelm-Leuschner-Str. 79** **60329 Frankfurt am Main** **per Fax: 069 6693 2144** **oder per E-Mail: onlinemedien@igmetall.de** gesendet werden.