

Zehn goldene Bild-Regeln für Ihren Publikationserfolg

Nicht nur die Leser achten auf einer Zeitungsseite zunächst auf das Bild, dann auf den Text. Der Redakteur, der über den Abdruck Ihres Artikels entscheidet, handelt genauso. Daher ist die Qualität des Bildmaterials für den Erfolg der Medienarbeit von geradezu überragender Bedeutung. Dies ist die Erkenntnis aus über 25 Jahren Print-PR und der Zusammenarbeit mit Tausenden von Redaktionen. Im Interesse Ihres optimalen Publikationserfolges bitten wir Sie daher, folgende zehn Grundregeln zu beachten:

1. Ihre Bilder müssen **schnellst möglichst** bei djd sein, denn erst dann kann der Fachautor sinnvoll (d.h. auf das Bildmaterial abgestimmt) anfangen zu schreiben.
2. Ihre **technisch einwandfreien** und **scharfen** Bilder müssen eine **Mindestgröße** von jeweils 10 x 15 cm bei 300 dpi aufweisen, das entspricht 1.200 x 1.800 Pixeln. Je größer diese Maße sind, desto höher sind auch die Abdruckchancen in Tageszeitungen und Zeitschriften.
3. Bitte stellen Sie uns eine geeignete Auswahl an hoch- **und** querformatigen Bildern zur Verfügung. Wir benötigen mindestens zwei verschiedene Motive und Formate pro Aussendung/Artikel. Aus technischen und optischen Gründen müssen wir allerdings ein Querformat wählen, um Ihren Text im djd Presstreff zu bebildern.
4. Falls Sie schon mehrere Jahre mit uns zusammenarbeiten: Schicken Sie uns bitte stets neues Bildmaterial und nicht die gleichen Bilder wie beim letzten Mal.
5. Die Motive sollten entweder **zeitlos** sein oder zur **Jahreszeit** passen, in der die Veröffentlichungen erwünscht sind.
6. Die Motive sollten nicht beliebig daher kommen, sondern den besonderen Aspekt Ihres Produktes, Ihrer Dienstleistung oder Ihrer Problemlösung abbilden (wenn Sie beispielsweise eine touristische Destination darstellen möchten, wäre ein Foto von einem Wanderer auf irgendeinem Feldweg ungeeignet, weil völlig austauschbar).
7. Ihr Produkt sollte **nicht** übertrieben **werblich** oder unnatürlich groß im Vordergrund dargestellt sein.
8. **Zusätzliche**, reine Produktfotos/Freisteller nutzen wir für die Belieferung von Zeitschriften. Produktfotos allein haben keine Chance auf Abdruck und können wir daher **nur** für den djd Geschenktipp akzeptieren.



9. Die Fotos sollten lebensnahe Situationen, idealerweise mit normalen Personen in Alltagssituationen und typischen Ambiente zeigen. Gestellte Motive wie aus dem Katalog oder für den Leser letztlich irrelevante Fotos (z.B. von der Belegschaft) haben hingegen kaum Chancen auf Abdruck.
10. Schicken Sie uns bitte ausschließlich Bilder, für die Sie auch tatsächlich die zeitlich und räumlich unbegrenzten **Rechte** für eine **Weiterverwertung** haben. Im Zweifel bitte unbedingt nachprüfen. (Achtung: bei einigen Stockanbietern benötigen Sie erweiterte Lizenzen zum Vertrieb der Bilder und zur uneingeschränkten Auflage.)

Falls Sie über zu wenig oder nur unzureichendes eigenes Bildmaterial verfügen, bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihr Thema durch Bilder aus dem **djd Bildarchiv** zu illustrieren. Sprechen Sie gerne unseren **Berater** darauf an.