© kanashkin / Fotolia

Mitarbeiterfotos für die Homepage

„Bitte recht freundlich“

Eine gute Praxishomepage lebt auch von Bildern, die sich Besucher gerne anschauen. Am wichtigsten sind die Aufnahmen der Akteure: Zahnärzte und ihre Angestellten müssen nicht nur gestochen scharf abgelichtet werden, sondern auch noch sympathisch rüberkommen. Worauf sollte man achten?

Ein Gruppenbild zeigt die Größe und Vielfalt des ganzen Teams und kann am besten die gute Stimmung anschaulich machen, die in der Praxis herrscht. Nachteile gibt es aber auch. Es ist viel Planung nötig, bis wirklich alle gemeinsam einen Termin gefunden haben. Und man braucht Geduld und Zeit, um gute Gruppenfotos zu machen. Auf den meisten Bildern kneift garantiert jemand die Augen zu oder guckt an der Kamera vorbei.

Hinzu kommen die Gefahren durch Wechsel in der Personalsituation. Es ist anstrengend, bei jedem Personalwechsel einen neuen Fototermin zu organisieren. Eine Alternative sind Solo-Portraitaufnahmen oder auch Kleingruppenfotos, etwa vom Empfangs- oder Assistenz-Team und dem Prophylaxe-Team.

Eine Alternative für Mitarbeiterfotos sind Schmuck- oder Symbolbilder aus Bilddatenbanken im Internet, beispielsweise Agenturfotos von Menschen in Praxiskleidung mit dem strahlenden Lächeln oder der Ruder-Achter als Sinnbild für ein perfektes Team. Beim Kauf der Bilder sollte man unbedingt die Lizenzbedingungen lesen. Man zahlt je nach Datenbank und Vertrag (Abo oder Einzelkauf per Credits) einige Cent bis etwa 20 Euro pro Foto.

Welches Styling?

Die Fotos für die Praxishomepage sind dafür gedacht, Vertrauen in die Praxis zu stiften. Schmuck, Make-up, Kleidung und Pose sollten dieses Ziel unterstreichen.

Weißer Kittel vor einer weißen Wand sind eine Herausforderung für den Fotografen, besser sind ein farbiger Hintergrund oder bunte Praxiskleidung (oder umgekehrt). Idealerweise findet sich die Farbe des Praxislogos auf den Kleidern, in der Praxis und auf der Homepage wieder.

Bilder von höflich in die Kamera lächelnden Teams sind gut, besser sind Fotos von fröhlichen Mitarbeiterinnen, die Sympa-

thie ausstrahlen. Bunte Gummihandschuhe oder Interdentalbürstchen können zu Requisiten werden, selbst das Öffnen der Praxistür kann ein interessantes Foto abgeben. Niemand muss das Rad neu erfinden, am besten schaut man sich vor dem Fototermin ein paar Praxishomepages an und sammelt Ideen.

Selbst fotografieren?

Selbst fotografierte Bilder sind kostengünstig und ohne viel Aufwand erstellt, können bei Bedarf also auch leicht ausgetauscht werden. Wird ein Profi engagiert, kann man jedoch sicher sein, dass die Qualität der Bilder stimmt. Sicher ist: Schnappschüsse aus dem Urlaub oder ein zehn Jahre altes Portrait passen nicht zu einer modernen Homepage. Eingescannte Passfotos mit eingefrorener Gesichtsmuskulatur kommen ebenfalls nicht gut an.

Urheberrechte beachten

Jedes Bild hat einen Urheber und ist für diesen geschützt. Fehlende Quellenangaben (Copyright-Hinweise) auf der Homepage können für Abmahnungen sorgen. Ein beauftragter Fotograf darf übrigens ebenfalls darauf bestehen, dass sein Name neben dem Foto genannt wird. Aus diesem Grund ist es vernünftig, mit dem Fotografen einen Vertrag zu schließen, der das Recht auf – auch mehrfache – Veröffentlichung der Auftragsarbeit beinhaltet und die Form des Copyright-Vermerks festhält.

Auch bei selbst erstellten Fotos können Probleme auftauchen, wenn nämlich die abgelichteten Personen nicht (mehr) mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Im Vorfeld sollte abgeklärt werden, ob alle „Fotomodelle“ die Verwendung der Fotos gestatten. Eine Unterschrift sorgt für Rechtssicherheit – auch falls sich die gemeinsamen Wege eines Tages trennen. Vordrucke für eine solche Einverständniserklärung findet man unter dem Suchbegriff „Modell-Release“.

Ruth Auschra, freie Journalistin