

somewhat  
different

Corporate Design  
Personenfotografie

hannover **re**<sup>®</sup>

# Inhalt



<b>Personenfotografie</b>	<b>3</b>
Mitarbeiterfotos	3
Vorstandsfotos	6

# Personenfotografie

## Mitarbeiterfotos

Für die formelle Darstellung der Mitarbeiter in Verbindung z. B. mit Kontaktinformationen (für Einleger, Teamsheets etc.) werden die standardisierten freigestellten Portraits verwendet.

Die imagetragende Mitarbeiterfotografie geht darüber hinaus: Sie transportiert idealerweise etwas von den Persönlichkeiten, der Arbeitsatmosphäre und der Dynamik innerhalb der Teams.

### No-Go's

Gestellte künstliche und gewollt anmutende Aufnahmen sowie „erzwungene“ Fröhlichkeit.

### Örtlichkeiten

Die Fotos dürfen charakteristisch für das jeweilige Arbeitsumfeld sein – trotzdem bleibt die Gesamtanmutung modern, schlicht und professionell. Möbel, Gegenstände und Accessoires dürfen das Motiv nie dominieren.

### Einzel- und Team-Portraits

Auf Portraits (Einzelaufnahmen oder Gruppen) sind die Personen dem Betrachter zugewandt – der Blick muss aber nicht zwangsläufig zur Kamera gehen. Bei Team-Aufnahmen ist auf einen spannenden, nicht statischen Aufbau der Personen zu einander zu achten, um Dynamik und Spannung zu erzeugen.

### Bildaufbau

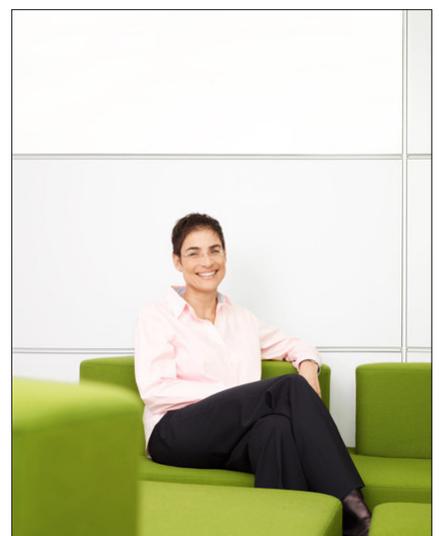
- Der Bildaufbau sollte möglichst natürlich wirken
- Es sollte eine entspannte ungezwungene Atmosphäre herrschen
- Gegenstände im Raum können in die Fotos einbezogen werden



Portrait Team



Portrait Einzelperson – Blick nicht zur Kamera



Portrait Einzelperson

### Lichtstimmung

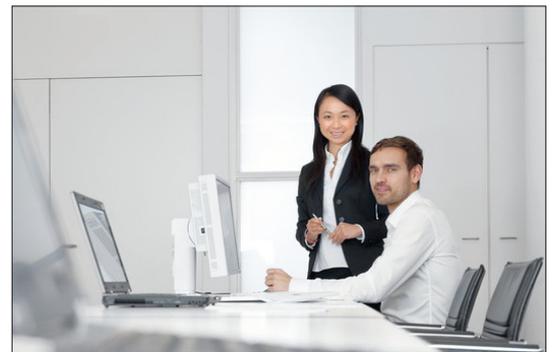
- Möglichst natürliche Beleuchtungssituation; Anmutung von diffusem Tageslicht (auch bei künstlicher Beleuchtung)
- Keine starke Schattenbildung

### Kleidung

Je nach Position ist legere oder formelle Businesskleidung in dezenten Farben (Dunkelblau, Braun, Schwarz, Grau, dezente Farbtöne wie Hellblau, Creme oder Beige) gewünscht. Reines Weiß sowie Schwarz sind ungünstig.

Zu vermeiden:

- Feine Muster, z. B. auf Krawatten oder Hemden (um Moirébildung zu vermeiden)
- Kleidung, die zu sehr nach Freizeit aussieht (z. B. unbedeckte Arme, T-Shirts)
- Starke Farbkontraste (z. B. Hemd/Krawatte) sowie auffällige Muster



Portrait Team

## Arbeitssituationen – Personen

Bei diesen Motiven wird der Reportagecharakter betont, indem der Fotograf eine beobachtende Perspektive einnimmt. Die Personen sind in Arbeitssituationen vertieft oder interagieren miteinander – der Blick geht **nicht** zur Kamera.

### Bildaufbau

- Die Bilder wirken nicht inszeniert, sondern beiläufig
- Es sollte eine entspannte, ungezwungene Atmosphäre herrschen
- Gegenstände im Raum können in die Fotos einbezogen werden
- Das Umfeld sollte für die Person charakteristisch sein

### Lichtstimmung

Entspricht den unter „Portraits“ genannten Vorgaben.

### Kleidung

Entspricht den unter „Portraits“ genannten Vorgaben.



Teamfoto Arbeitssituation (Reportage)



Portrait Einzelperson (Reportage)



## Arbeitssituationen – Stilleben

Innerhalb der Reportagefotografie sind auch Motive denkbar, in denen Personen nur am Rande oder auch keine Personen unmittelbar zu sehen sind. Stattdessen werden Arbeitssituationen und Gegenstände gezeigt, die etwas über die Arbeitsatmosphäre aussagen.

### Bildaufbau

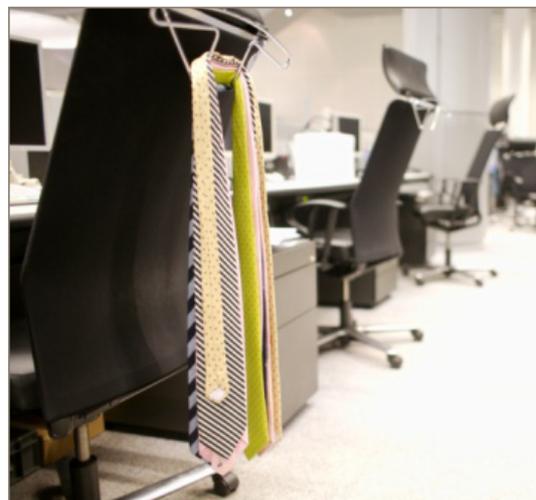
- Ungewöhnliche Blickwinkel
- Interessante Bildausschnitte
- Blick für Details
- Gegenstände mit Persönlichkeit
- Materialkontraste

### Motivbeispiele:

- Eingedeckter Konferenztisch mit gebrandeten Gegenständen (Servietten, Zuckertütchen, typische Keksmischung)
- Fahrrad eines Mitarbeiters
- Personenspezifische Gegenstände wie Schlüsselanhänger, Lieblingsfüllfederhalter etc.
- Meetingsituation mit Blöcken, Kugelschreibern, aufgeklappten Notebooks etc.
- Besondere Pflanzen (Kakteen etc.)
- Pinnwände mit motivierenden Sprüchen
- Servierwagen mit Kaffeekannen und Tellern

### No-Go's

Die Motive sollen persönlich sein, aber keinesfalls zuviel Privatsphäre zeigen (z. B. Kinderfotos). Zu unspezifische Motive mit Stock-Charakter sollten ebenfalls vermieden werden.



## Vorstandsfotos

### Gruppenportraits

Um eine mit der Reportagebildwelt korrespondierende Tonalität zu erzielen, sollte eine dynamische, ungezwungene und nahbare Wirkung erzielt werden. Dies zeigt sich im Bildaufbau sowie in Körperhaltung, Gestik und Mimik.

### Inszenierung der Personen

Anstelle eines statischen, dem Betrachter starr zugewandten Aufbaus sollten die Personen unterschiedlich zueinander gesetzt oder gestellt werden, um Dynamik und Spannung zu erzielen. Auch lassen sich auf diese Weise Unterschiede in Größe und Statur ausgleichen.

### Bildaufbau

Folgende Aspekte erzielen die gewünschte freundliche offene Atmosphäre:

- Möglichst weitläufige Räume
- Heller ruhiger Hintergrund
- Kameraposition auf Augenhöhe

Ungewöhnliche Orte können noch mehr Individualität zeigen, sofern der Zeitaufwand in einem verträglichen Rahmen bleibt: Auf dem Dach des Gebäudes, im Gehen in einem Flur, in der Kantine, an einem Konferenztisch im Gespräch.

### Lichtstimmung

- Möglichst natürliche Beleuchtungssituation
- Diffuses Tageslicht
- Keine starke Schattenbildung

### Kleidung

Anzüge bevorzugt in Grauschattierungen oder Blau; möglichst kein Schwarz (wirkt düster) und kein Braun (wirkt schnell altmodisch).

Helles Hemd, schlichte Krawatten; keine kleinen Muster (Gefahr von Moirébildung).



## Einzelportraits

Auch hier sollte eine dynamische und entspannte Haltung angestrebt werden. Ansonsten gelten die unter „Gruppenportraits“ genannten Vorgaben. Accessoires wie Sessel, Stühle, Tische können helfen, eine lockere Körperhaltung einzunehmen.

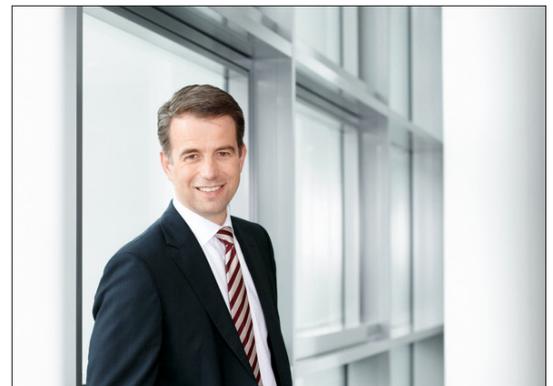
## Bildaufbau

Zusätzlich zu einem klassischen mittigen Aufbau sind Varianten denkbar, bei denen die Person asymmetrisch im Bild steht oder sitzt, um innerhalb des Bildaufbaus mehr Spannung zu erzeugen.

## Interviewsituationen

Eine noch dynamischere Wirkung lässt sich durch die Darstellung von Gesprächssituationen erreichen. Bei dieser Fotografie schaut die Person nicht in die Kamera, sondern ist einem (fiktiven) Interviewpartner zugewandt.

Hierbei ist wichtig, dass die Personen nicht zu inszeniert wirken und die Gesichtsausdrücke entspannt bleiben.



Ungewöhnliche Positionierung der Person



Interviewsituation

## Kontakt

### **Corporate Communications**

Internal Communication and Publications

[icp-requests@hannover-re.com](mailto:icp-requests@hannover-re.com)

---

### **Herausgeber**

Hannover Rück SE

Karl-Wiechert-Allee 50

30625 Hannover

Stand Juli 2013

[www.hannover-re.com](http://www.hannover-re.com)