



Die Behandlungsbilder mit Komparsen unterschiedlichen Alters wurden im Vorfeld sehr genau geplant, damit sie zur Praxisidentität und dem neu erarbeiteten Gesamterscheinungsbild passen, welches für den German Design Award 2017 nominiert wurde.

Praxis Dr. Wellmann, Bad Homburg

Daniel Münzenmayer

Ein (gutes) Bild sagt mehr als tausend Worte

PRAXISFOTOGRAFIE Wir leben in einer von Bildern geprägten Welt, da diese die schnellste Übertragungsmöglichkeit einer Botschaft sind. Tag für Tag werden wir mit unendlich vielen (Werbe-)Botschaften konfrontiert und nur ein Bruchteil davon wird vom Gehirn bewusst wahrgenommen.

Da viele Entscheidungen unterbewusst getroffen werden, ist es wichtig, dass auch Zahnärzte professionelle, individuelle Bilder für ihre Kommunikation nach außen verwenden.

Wozu man die Bilder benötigt

Häufigster Einsatzzweck für gute Fotos ist mittlerweile sicherlich die Praxiswebsite, auf der sich beinahe unbegrenzte Möglichkeiten der Gestaltung und Präsentation der eigenen Praxis bieten. Aber auch für den Einsatz auf Flyern, digitalen Infodisplays im Wartezimmer oder klassischer Werbung, wie zum Beispiel Anzeigen, ist es gut, mit

sympathischen und authentischen Bildern die Aufmerksamkeit der zukünftigen Patienten zu gewinnen.

Was macht ein gutes Foto aus?

Neben den rein technisch-fachlichen Kriterien wie der korrekten Belichtung, Schärfe und Auflösung sind im Praxismarketing vor allem die psychologischen Elemente der Bildgestaltung wichtig. Dazu gehört die Erzeugung von positiven Emotionen und authentischen Stimmungen.

Denn letztendlich geht es um die folgende Frage: Was möchten Sie vermitteln? Da vielen Menschen unwohl

vor dem Zahnarztbesuch ist oder sie sogar Angst davor haben, gilt es zuallererst, diese emotionalen Hürden abzubauen. Dies kann gelingen, indem man die behandelnden Ärzte und das Team freundlich und positiv fotografiert und so die menschliche Seite der Praxis herausstellt. Dadurch werden Vertrauen und Sympathie gefördert. Das zweite wichtige Ziel hochwertiger Bilder ist die Kommunikation der eigenen Kompetenz. Die Patientinnen und Patienten sollen sich nicht nur menschlich, sondern auch fachlich bestens betreut fühlen. Dies kann durch die Aufnahme simulierter Behandlungen unterstützt werden. Je nach Praxis

und fachlicher Ausrichtung können auch bestimmte Fachgebiete oder Alleinstellungsmerkmale besonders hervorgehoben werden.

Welche Aufnahmen sind nötig?

Im Vorfeld eines professionellen Foto-shootings sollte sehr genau überlegt und geplant werden, welche Aufnahmen benötigt werden. Dazu macht es Sinn, das Shooting und die Aufnahmen in bestimmte Kategorien aufzuteilen, beispielsweise Porträts, Behandlungsaufnahmen, Räumlichkeiten und Stimmungen.



Der Fokus des Bildes liegt nicht auf der Behandlung, sondern auf der Ärztin als Person.

Hautarztzentrum Frohsinnstraße, Aschaffenburg

Behandlungsaufnahmen

Neben den Team- und Porträtfotos stellen die Behandlungsaufnahmen meistens die größte Herausforderung dar. Hier kommt es auf eine genaue Planung und Absprache im Vorfeld an, um zu klären, welche Aufnahmen in welchem Raum mit welchen Beteiligten (Arzt, Mitarbeitern, Komparsen) entstehen sollen.

Generell sollten die Behandlungsaufnahmen emotional und positiv wirken,

das heißt auf keinen Fall beunruhigende Dinge (z.B. Spritzen, Bohrer) oder unangenehme Haltungen (z.B. weit geöffneten Mund) zeigen. Auch das Fotografieren „in den offenen Mund“ hinein wirkt eher beängstigend oder abschreckend – hier gilt es durch die Wahl einer geeigneten Perspektive die Bildwirkung zu steuern. Hilfreich ist es, für ein Shooting möglichst unterschiedliche Komparsen, z.B. aus dem Familien- oder Bekanntenkreis, zu engagieren, um so abwechslungsreiche und realistische Bilder zu erhalten. Erfahrungsgemäß ist es gut, mit circa fünf bis sechs Komparsen unterschiedlichen Alters und Geschlechts zu arbeiten, davon jeweils mindestens ein Kind, eine Frau, ein Mann. Selbstverständlich muss das

Einverständnis der Komparsen zur Nutzung der Bilder vorliegen.

Die Frage nach den Mitarbeiterbildern

Viele Ärzte scheuen sich davor, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der Praxiswebsite zu zeigen aus Sorge davor, die Bilder austauschen zu müssen, wenn ein Personalwechsel erfolgt. Dies ist zwar erst einmal verständlich, allerdings ist der tatsächliche Aufwand dahinter meist sehr klein.

Es empfiehlt sich unbedingt, auch und gerade die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fotografieren und nach außen zu präsentieren. Einerseits vermittelt dies Wertschätzung gegenüber dem eigenen Team und kann moti-

ANZEIGE

Liebold / Raff / Wissing B E M A + G O Z

DER Kommentar

Abrechnung?

Liebold/Raff/Wissing!

Abrechnungshilfen gibt es viele. Aber: Kompetenz und Qualität entscheiden!

DER Kommentar zu BEMA und GOZ

Jetzt optimiert für Tablets und Smartphones!

Testen Sie jetzt die neue Online-Version:
www.bema-go2.de

Teamporät der behandelnden Ärzte.

Praxis Dr. Wellmann, Bad Homburg



vierend für die Angestellten wirken. Andererseits schafft es auch bei den Patientinnen und Patienten ein Gefühl des Vertrauens und Wiedererkennens, wenn sie in die Praxis kommen. Gruppenbilder sind nicht immer sinnvoll. Hier kommt es sehr auf Praxis,

Teamzusammenstellung und Arbeitsklima an. Herrscht eher eine familiäre Atmosphäre, lassen sich durchaus freundliche und sympathische Gruppenbilder machen, sofern diese vom Fotografen gut angeleitet werden. Arbeiten sehr viele Mitarbeiter/-innen in

einer Praxis oder ist die Stimmung generell eher förmlich, ist es häufig schwer, wirkungsvolle Gruppenbilder zu erstellen. Außerdem sind Sie hier bei Personalwechsel tatsächlich dazu verpflichtet, das Bild nicht mehr zu verwenden.

INFORMATION

Wie gelingt das Shooting?

- Reservieren Sie genügend Zeit, je nach Umfang der Aufnahmen und Größe der Praxis einen halben bis ganzen Tag. Hektik, Unruhe und Stress können dazu führen, dass die Aufnahmen misslingen.
- Alle benötigten Bilder sollten im Voraus genau geplant werden, vor allem die Behandlungsaufnahmen. Um zu viel Aufregung in der Praxis und überflüssige Wartezeit zu vermeiden, sollten Komparsen und Mitarbeiter nur dann anwesend sein, wenn sie auch fotografiert werden.
- Engagieren Sie fünf bis sechs Komparsen unterschiedlichen Alters und Geschlechts. Diese sollten unauffällige Kleidung tragen. Grelle Farben oder auffällige Muster sollten vermieden werden. Es kann hilfreich sein, wenn die Komparsen Wechselkleidung dabei haben. Das Einverständnis zur Bildnutzung muss vorliegen.
- Die Praxisräumlichkeiten sollten aufgeräumt und ordentlich sein. Zu viele kleine Details oder herumliegende Dinge lassen die Aufnahmen unruhig wirken.
- Ärzte und Teammitglieder sollten die Kleidung tragen, in der sie auch üblicherweise arbeiten und sich wohlfühlen.
- Ein Shooting lässt sich nur bis zu einem gewissen Punkt planen – kurzfristige Änderungen vor Ort sind natürlich immer möglich und manchmal nötig.

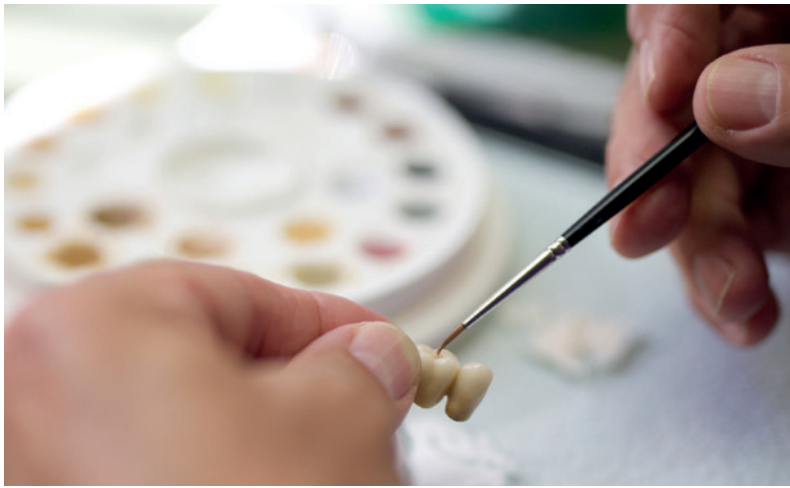
Räumlichkeiten und Architektur

Generell ist es für Patientinnen und Patienten wichtig, auf der Website einen möglichst umfassenden Eindruck von der Praxis zu bekommen. Dazu gehören natürlich auch die Räumlichkeiten – diese sollten jedoch eher beiläufig und im Hintergrund der Behandlungsaufnahmen gezeigt werden.

Reine Praxis-Architekturfotos ohne Menschen wirken meistens eher steril und „kalt“, auch wenn sie architektonisch schön sind. Ziel der Kommunikation sollte die Präsentation der ärztlichen Leistung und nicht die der Räumlichkeiten oder bestimmter Geräte sein.

Gute Planung ist alles: Bildkonzept und Briefing

Wichtig ist, dass die Fotos zur Praxisidentität passen und alle aufeinander abgestimmt sind. Deshalb ist es sinnvoll, vor dem Shooting anhand von Beispielbildern ein sogenanntes



Eine Detailaufnahme im praxiseigenen Labor zeigt die Präzision und Qualität der dortigen Arbeit.

Praxis Dr. Wellmann, Bad Homburg

viduelle, hochwertige Aufnahmen, die die Qualität und den Wert der eigenen Arbeit effektiv kommunizieren. Bei einem Fotoshooting entsteht ein großer Pool an Bildern, aus dem bei guter Planung die Praxiskommunikation der nächsten Jahre gestaltet werden kann. Ein nützlicher Nebeneffekt ist, dass ein solches Erlebnis meistens gut für die Teambindung und Mitarbeitermotivation ist, denn es bringt Abwechslung in den normalen Praxisalltag und vermittelt Wertschätzung.

Bildkonzept zu erstellen, in dem die Ästhetik festgelegt wird. Dabei wird beispielsweise definiert, ob viel mit Schärfen und Unschärfen gearbeitet wird, ob die Bilder eher hell und freundlich oder eher scharf gezeichnet und mit viel Kontrast aufgenommen werden.

Die zweite wichtige Komponente für ein gelungenes Shooting ist das Briefing. Dabei handelt es sich um den Ablaufplan, in dem detailliert alle wichtigen Dinge festgehalten werden. Dazu gehören Hinweise für die Praxis, Komparsen und den Fotografen. Es wird z.B.

definiert, was im Vorfeld des Shootings von der Praxis vorbereitet werden muss (ordentliche Räume, Behandlungsmaterial etc.), welche Kleidung die Komparsen tragen, welche Personen wann benötigt werden und wie der genaue zeitliche Ablauf aussieht. Wichtig ist hier eine möglichst enge Koordination der beteiligten Parteien.

Fazit

Die Investition in ein professionelles Fotoshooting lohnt sich in jedem Fall, denn so erhalten Zahnarztpraxen indi-

INFORMATION

Daniel Münzenmayer

Dipl.-Designer (FH)

Willigisstraße 7

63739 Aschaffenburg

Tel.: 06021 3777966

Mobil: 0162 2869597

dm@zielgerichtet.de

www.zielgerichtet.de

ANZEIGE



MEHR POWER
FÜR DIE PRAXIS

KOMMEN SIE AUF DEN
NEUESTEN STAND

id mitte, Frankfurt a. Main
Halle 5, Stand C96

CHARLY, die Software von solutio, bringt Ihre Arbeitsprozesse auf Hochtouren: Von der Behandlungsplanung bis hin zum Terminmanagement steuern Sie sämtliche Verwaltungsaufgaben digital. Und dank vordefinierter Abrechnungsprozesse holen Sie mehr aus jeder Behandlung raus – bis zu 50,- EUR. Pushen Sie jetzt Ihr Praxismanagement: www.solutio.de/software

CHARLY by solutio



CHARLY

Exzellenz im Praxismanagement