

Praxisfotografie: Eine Dienstleistung, die in qualifizierte Hände gehört

Eine auf Implantologie spezialisierte Praxis kann grundsätzlich auch klassische zahnmedizinische Leistungen abbilden. Andersherum sieht es schwierig aus. Ein Fachzahnarzt für Kieferorthopädie besitzt aufgrund der zahnärztlichen Ausbildung auch umfassende Kenntnisse in allen Bereichen der Zahnmedizin. Dies trifft auf den regulären Zahnarzt umgekehrt keineswegs so zu. Identisch gestaltet sich dies im Bereich der Praxisfotografie – auch diese Kompetenz will gelernt sein.

Redaktion

Wir alle sind stark visuell veranlagt und Entscheidungen über Gefallen oder Nichtgefallen werden innerhalb weniger Sekunden getroffen. Und das im besten Falle zu unseren Gunsten. Nicht selten wird heute ein erster Eindruck dabei durch ein Bild hervorgerufen, sei es durch den Besuch der Praxiswebsite, einen ausgelegten Praxisflyer

oder durch die Imageanzeige im Wochenblatt. Die Herausforderung dabei: mittels ansprechender Bilder Interesse generieren, Neugier wecken, Aufmerksamkeit sowie Sichtbarkeit erzeugen, sich von Wettbewerbern abgrenzen und im Bestfall die Chance erhalten, den ersten visuellen Eindruck persönlich nachzubereiten.

Patientenbedürfnisse im Bereich Bildsprache

Wer bei der Innen- und Außendarstellung genauso qualitativ aufgestellt sein möchte wie in seinem Leistungsspektrum, der sollte ganz klar auf ein professionelles Praxisfotoshooting setzen

(auch wenn die eigene Cousine sehr gute Bilder auf Familienfeiern macht oder der beste Freund Hobbyfotograf ist). Denn Praxisfotografie ist echte Maßarbeit und keine Dienstleistung von der Stange.

Kein potenzieller Neupatient möchte Ihre Website besu-

chen und eine Reihe zahnärztlicher Instrumente aus unterschiedlichen Perspektiven zu sehen bekommen. Auch das Blumenarrangement auf dem Empfangstresen oder das Bällebad im Wartezimmer sind nicht unbedingt die Zugpferde für einen Praxisbesuch. Ebenso ungeeignet sind fertige Lizenzmotive aus sogenannten Stockbilddatenbanken – denn im schlechtesten Fall arbeiten nicht nur Sie mit den Motiven, sondern auch der Kollege von nebenan.

Vielmehr geht es darum, dem Betrachter durch ansprechende, emotionale Bildsprache einen positiven ersten Eindruck der Praxis zu vermitteln sowie Empathie und Sympathie auszu-

Szenario 1

Bild rechts: Der Hintergrund ist unruhig, der Vordergrund wird von Schläuchen und Instrumenten dominiert. Die gezeigte Situation erweckt den Eindruck des „Ausgeliefertseins“. – **Bild unten:** Das Motiv transportiert Emotionalität und positive Stimmung, der Betrachter kann sich vorstellen, selbst auf dem Stuhl Platz zu nehmen.



MinutenWipes Jumbo 50

**für eine schnelle Reinigung und
Desinfektion von Oberflächen
von Medizinprodukten**

**Aldehyd- und phenolfreie
Schnell-desinfektion auf
Basis einer Kombination
aus Alkoholen, QAV
und Alkylaminen**

70 Tücher in
„Cotton touch“
Qualität



© sirtravelalot/Shutterstock.com



Szenario 2

Bild links: Die Praxis wirkt leer und wenig einladend, der Faktor Mensch fehlt. Das Bild besitzt weder Emotion noch Aussagekraft. – **Bild oben:** Motiv und Perspektive ermöglichen eine einladende Darstellung des Wartebereichs.

strahlen. Je besser er sich vorstellen kann, selbst auf dem Behandlungstisch Platz zu nehmen und sich von Ihrer Prophylaxefachkraft mit einer PZR verwöhnen zu lassen, desto eher wird er Neupatient. Emotionen transportieren, Werte vermitteln und Begehrlichkeit wecken – all das kann Bildsprache.

„VIELMEHR GEHT ES DARUM, DEM BETRACHTER DURCH ANSPRECHENDE, EMOTIONALE BILDSPRACHE EINEN POSITIVEN ERSTEN EINDRUCK DER PRAXIS ZU VERMITTELN SOWIE EMPATHIE UND SYMPATHIE AUSZUSTRAHLEN.“

Mein Praxisshooting – kein Tag wie jeder andere

Hat man sich für die professionelle Variante entschieden, gilt es zunächst, einen Termin zu fixieren und diesen konzeptionell vorzubereiten. Wofür werden die Fotos benötigt? Welche Werbemittel möchte ich damit gegenwärtig und zukünftig bestücken? Wie wird der Bildeinsatz auf meiner Website optisch sein – brauche ich Hochformat oder eher Querformat? Von welchen Leistungsbereichen benötige ich Bildserien für Spezialflyer? Und welche Motive eignen sich für meine Social-Media-Kanäle? Sie sehen – es gibt im Vorfeld eine Vielzahl an Fragen zu klären. Empfehlenswert ist es, neben Ihnen eine weitere Praxisperson als Hauptverantwortliche festzulegen. Erforderliche Abstimmungsprozesse lassen sich so oftmals effizienter abwickeln und der Gesamtüberblick bleibt besser bewahrt.

Steht das Grundgerüst für das Shooting, gilt es nun entsprechende Statisten zu finden und diese zeitlich einzutakten. Auch bei der Aufstellung eines geeigneten Ablaufplans hilft Ihnen idealerweise direkt der Fotograf. Planen Sie mindestens einen halben Praxistag ein (noch besser ist



**Bakterizid inkl. TBC, MRSA und
geeignet zur Hospitalismusprophylaxe**

Levurozid

Begrenzt viruzid PLUS

**Wirkstofflösung - VAH/DGHM
zertifiziert – Flächendesinfektion**



ALPRO®
ALPRO MEDICAL GMBH
Sicher. Sauber. ALPRO.



© coldwaterman/AdobeStock.com

Szenario 3

Bild rechts: Unruhe entsteht durch den Blick hinter den Tresen, das Motiv wirkt kühl durch die sich weggedrehte Person. – **Bild oben:** Die dargestellten Personen vermitteln den Eindruck eines herzlichen Empfangs, von Sympathie, Empathie und positiver Stimmung.

ein ganzer), an dem – ganz klar – keine Patienten einbestellt werden. Sprechen Sie Freunde, Familienmitglieder und insbesondere Patienten an. Ist die Hemmschwelle bei den Patienten am höchsten, werden Ihnen diese den größten Dank aussprechen – denn auch für sie ist ein Shootingtag ein ganz besonderes Erlebnis, was die Bindung zur Praxis nachhaltig prägen wird.

Denken Sie bei der Planung am besten direkt in Motiven: Soll das Bild für die Prothetik am Nachmittag gemacht werden, Sie haben zu diesem Zeitpunkt aber nur junge Menschen einbestellt, könnte die authentische Darstellung schwierig werden. Achten Sie zudem auf ein Gleichgewicht von männlichen und weiblichen Statisten und planen Sie auch Servicesituationen und Stilleben ein. Schließlich gibt es auf Ihrer Website auch eine Vielzahl von Menüpunkten außerhalb der klassischen Leistungen.

Haben Sie auch an alles gedacht?

Im Vorfeld eines Shootings ist an vieles zu denken. Kein Problem mit professioneller Unterstützung. Dies beginnt bei Kleinigkeiten wie einem

„ACHTEN SIE INSBESONDERE DARAUF, VON JEDEM FOTOMODELL (AUCH VON IHREM PRAXISTEAM) EINE UNTERZEICHNETE ABTRETUNGSERKLÄRUNG ZU ERHALTEN ...“

Kleidungsbriefing an alle Beteiligten, über die Besorgung von Blumendekoration und Accessoires bis hin zur Pausenverpflegung und einem kleinen Dankeschön für Ihre Statisten. Achten Sie

insbesondere darauf, von jedem Fotomodell (auch von Ihrem Praxisteam) eine unterzeichnete Abtretungserklärung zu erhalten – nichts ist schlimmer als tolles Bildmaterial, dass nur wenige Wochen nutzbar ist, weil ein Mitarbeiterwechsel stattfindet und Ihnen die Nutzung aller Motive mit ebendieser Person untersagt wird.

Rechtliche Regularien beachten

Neben den Abtretungserklärungen für die Rechte am Bild sind weitere rechtliche Gegebenheiten zu beachten. Allen voran das Heilmittelwerberecht: Nicht-invasiv sollen gezeigte Bilder sein, ein Vorher-Nachher-Fokus ist untersagt und jegliche Form der Produktwerbung zu unterlassen – Letzteres



© yana_virnikova/AdobeStock.com

erhielt zusätzliche Stärkung durch das neue Antikorruptionsgesetz. Ihr Praxisfotograf wird folglich für Sie darauf achten, keine plakativen Firmennamen, gebrandete Implantatmodelle o.Ä. abzubilden, diese in die Unschärfe setzen beziehungsweise nachträglich retuschieren.

Fazit

Der erste Eindruck verläuft heute primär über Bildsprache – sei es im Rahmen des Onlinearketings, via Printwerbemittel oder klassischer Pressearbeit. Die Qualität der Praxis sollte sich folglich immer auch in den Praxisfotos widerspiegeln, sodass man schlussendlich genau die Patienten erhält, die zum Konzept der eigenen Praxis passen. Wer gefunden und wahrgenommen werden will, der muss auch sichtbar sein. Der Weg zu guter Sichtbarkeit geht heute über ein professionelles Praxisshooting – eine Investition, die sich auszahlt und Nachhaltigkeitswert hat.

Info

Unter anderem auf Praxisfotografie spezialisiert ist Michael Alfen. Ansässig in Aschaffenburg, wird das ortsansässige Studio bereits seit 1988 in dritter Generation geführt und kann namhafte Kunden wie das Klinikum Aschaffenburg oder die Privatklinik MMC vorweisen. Dank mobiler Ausrüstung rückt der Fotografenmeister deutschlandweit Praxen ins richtige Licht und lässt ausdrucksstarke Bildserien für den multimedialen Einsatz entstehen. Jedem Shooting geht eine intensive Vorbesprechung voraus, die entweder vor Ort oder fernmündlich stattfinden kann. Sein Tipp für perfekte Bilder: „Trotz detaillierter Planung sollte auch der Spaßfaktor nicht zu kurz kommen, denn gute Laune und Motivation sieht man den fertigen Bildern immer an. Begeistern Sie Ihr Praxisteam für das Shooting und lassen Sie es von Anfang an der Planung teilhaben – so wird der Shootingtag für alle Seiten ein positives Erlebnis und bleibt noch lange in Erinnerung.“

KONTAKT

Foto Alfen

Alexandrastraße 1
63739 Aschaffenburg
Tel.: 06021 23807
info@foto-alfen.de
www.foto-alfen.de



zenium

Es geht um Licht.
Es geht um Sehen.
Mehr. Besser. Gesünder.

LED-Beleuchtungssysteme für die Zahnarztpraxis



PRISM



ORA



CHROM NT

ZENIUM S.A.S.

Dynapôle, 100 Rue Édouard Michelin – F-54710 Fléville-devant-Nancy – www.zenium.fr – Vertrieb Deutschland: Tel.: +49 7851 8986926 – E-Mail: kontakt@zenium-beleuchtung.de
Informationen und weitere Produktdetails finden Sie über Ihr Dentaldepot & ZENIUM S.A.S.