

Fotoshootings mit Verantwortung

Authentisch, sicher & bewusst

Nachhaltigkeit für
KÄRNTEN

Fotos vermitteln nicht nur, wie Kärnten aussieht, sondern auch, welches Verhalten als selbstverständlich und empfehlenswert wahrgenommen wird. Deshalb sollten Shootings Angebote realistisch zeigen, Menschen respektvoll darstellen und Natur und Tiere nicht beeinträchtigen. Grundregel: Nur Situationen zeigen, die Gäste vor Ort tatsächlich so erleben und verantwortungsvoll nachmachen können.



Vor dem Shooting

Eine gute Vorbereitung spart Aufwand und verhindert Bilder, die später nicht einsetzbar sind:

- Story und Verwendung klären: Zielgruppe, Motive, Kanäle sowie Hoch-, Quer- und Social-Media-Formate vorab mitdenken.
- Location prüfen: Eigentumsverhältnisse, Zugänge, Schutz- und Wildruhezeiten sowie saisonale Sperren beachten.
- Models passend auswählen: Personen sollen zur Aktivität passen. Bei Sportaufnahmen Menschen einsetzen, die die Aktivität sicher beherrschen.
- Rechte klären: Einverständnisse der abgebildeten Personen sowie Nutzungsrechte, Laufzeit, Medien und Bildcredits schriftlich festhalten.
- Produktion mitdenken: Anreise, Material, Verpflegung und Transporte möglichst ressourcenschonend organisieren.



Immer gut informiert

WKO: Fotografie und Werbung – Rechte und Muster: www.wko.at/information-consulting/werbung-marktkommunikation/fotografie-und-werbung

EmpCo (Leitfaden der Österreich Werbung): b2b.austria.info/de-at/schwerpunkte/nachhaltigkeit/empco-richtlinie/



Nachhaltigkeit sichtbar machen

Nachhaltigkeit sollte nicht künstlich inszeniert werden, sondern selbstverständlich im Bild mitgedacht sein:

- Mehrweg statt Einweg: Trinkflaschen, Jausenboxen und hochwertiges Geschirr statt Einwegplastik und Alufolie.
- Regionalität zeigen: Regionale Lebensmittel, Produkte, Handwerk und authentische Betriebe integrieren.
- Natürlich statt künstlich: Die vorhandene Umgebung nutzen und unnötige Dekoration oder unpassende Requisiten vermeiden.
- Mobilität realistisch darstellen: Bahn, Bus, Rad und Zufußgehen dort zeigen, wo diese Angebote tatsächlich nutzbar sind.
- Vielfalt selbstverständlich zeigen: Unterschiedliche Generationen, Geschlechter und Menschen mit Behinderungen natürlich in die Bildwelt integrieren.
- Keine falschen Versprechen: Nur Angebote, Orte und Situationen darstellen, die Gäste tatsächlich vorfinden können.



Natur, Tiere & Sicherheit

Das Bild sollte immer das Verhalten vermitteln, das auch Gästen empfohlen wird:

- Nur auf ausgewiesenen Wegen, Trails und Pisten fotografieren.
- Wildschutz- und Ruhezonen sowie sensible Zeiten für Tiere respektieren.
- Zu Wild- und Weidetieren Abstand halten; Tiere nicht für ein Motiv bedrängen oder anfassen.
- Hunde insbesondere in sensiblen Bereichen kontrolliert bzw. an der Leine darstellen.
- Bei Sportaktivitäten die notwendige Sicherheitsausrüstung zeigen – etwa Helm oder erforderliche alpine Ausrüstung.
- Keine riskanten oder naturschädigenden Situationen nur für ein spektakuläres Motiv inszenieren.



Nach dem Shooting

Auch nach der Produktion auf eine saubere Dokumentation achten:

- Bild- und Nutzungsrechte sowie Model-Freigaben zentral ablegen.
- Fotograf:in, Aufnahmeort, Datum und vereinbarte Credits dokumentieren.
- Nutzungsumfang und gegebenenfalls Ablaufdaten festhalten.
- Web- und Druckdaten nachvollziehbar archivieren.
- Bei der Nachbearbeitung Farben und Situationen natürlich halten und den tatsächlichen Ort bzw. das Angebot nicht verfälschen.

Für die Veröffentlichung von Personenfotos sowie die Weitergabe und Nutzung durch Dritte sollten Bildnis-, Datenschutz- und Urheberrechte vorab geklärt sein.



Kärnten Werbung: Bildsprache mitdenken

Folgende Hinweise stammen aus dem Bildsprachen-/Foto-Briefing der Kärnten Werbung und sind speziell für eine Kärnten-typische Bildwelt relevant:

- Echte Emotionen statt Posen: Personen wirken unbeobachtet, blicken möglichst nicht in die Kamera und sind auf das Erlebnis konzentriert.
- Landschaft mitverorten: Wasser, Berge und Natur bilden einen wesentlichen Teil der Bildkomposition; Weite und offene Blickachsen sind erwünscht.
- Helle, natürliche Farbwelt: kräftig und lebendig, aber nicht künstlich übersättigt oder überzeichnet.
- Menschen natürlich auswählen: sympathisch, glaubwürdig und nicht zu modelhaft; Kinder machen freiwillig mit. Unterschiedliche Personenkonstellationen und Menschen mit Behinderungen sollen Teil der Bildwelt sein.
- Regionalität und Nachhaltigkeit: regionale Lebensmittel und Handwerk sowie eine authentische Umgebung sind gewünscht.
- Tiefe und Weite schaffen: Vorder-, Mittel- und Hintergrund harmonisch verbinden und genügend Raum für unterschiedliche Bildformate lassen – ohne zu stark inszeniert zu wirken.
- Lebensfreude vermitteln: Licht, Farben, Emotion und Ausdruck sollen das südliche Lebensgefühl Kärntens und eine gewisse Leichtigkeit transportieren.

Hinweis: Das vollständige Bildsprachen-/Foto-Briefing der Kärnten Werbung kann bei der Kärnten Werbung angefragt werden.



EmpCo: Bilder richtig einsetzen

Bilder sollen zeigen, was Gäste tatsächlich erleben können – authentisch, nachvollziehbar und ohne übertriebene Nachhaltigkeitsversprechen. Die EmpCo-Regelungen erfassen auch visuelle Kommunikation und gelten seit September 2026.

Folgendes sollte beachtet werden:

- Gesamtwirkung beachten: Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen können auch durch Bilder, Farben, Symbole und Naturmotive entstehen – nicht nur durch Text.
- Nur zeigen, was tatsächlich besteht: Öffi-Anreise, Mehrweg, regionale Produkte, E-Mobilität oder andere Maßnahmen nur als Nachhaltigkeitsleistung darstellen, wenn sie tatsächlich angeboten bzw. umgesetzt werden.
- Keine falschen Eindrücke erzeugen: Naturbilder oder „grüne“ Gestaltung dürfen nicht suggerieren, dass ein gesamtes Angebot, ein Betrieb oder eine Destination nachhaltiger ist, als konkret belegt werden kann.
- Text und Bild gemeinsam prüfen: Begriffe wie „nachhaltig“, „grün“, „umweltfreundlich“ oder „klimafreundlich“ nicht allein durch passende Naturbilder scheinbar belegen – Aussagen müssen konkret und nachweisbar sein.
- Keine irreführenden Symbole oder Siegel: Grafische Elemente dürfen nicht den Eindruck einer Zertifizierung oder geprüften Nachhaltigkeitsleistung vermitteln, wenn diese nicht tatsächlich vorliegt.



Kurzcheck vor der Veröffentlichung

- ☒ Ist das Motiv authentisch und vor Ort tatsächlich erlebbar?
- ☒ Werden Natur und Tiere respektiert?
- ☒ Wird sicheres und erlaubtes Verhalten gezeigt?
- ☒ Sind Mehrweg, Regionalität und Mobilität sinnvoll mitgedacht?
- ☒ Werden Menschen vielfältig und respektvoll dargestellt?
- ☒ Sind Bild-, Model- und Nutzungsrechte geklärt?
- ☒ Passt das Bild zur Kärnten-Bildsprache?
- ☒ Funktioniert das Motiv auch in den benötigten Formaten?