

Mach, was du liebst ... Foto-Briefing

KÄRNTEN
It's my life!



KÄRNTEN WERBUNG 2024
SOMMER & WINTER

BILD-CREDITS:

TINE STEINTHALER, FRANZ GERDL, MICHAEL STABENTHEINER, CHRISTOPH ROSSMANN, GERT PERAUER

2 Fotobriefing

Bildsprache

Die Kamera ist nah dran an den Protagonisten und den erlebten Gefühlen. Die echten Emotionen und die Geschichten werden so für den Betrachter nachvollziehbar und er wird in das Erlebnis hineingezogen. **Die Momente sind voller positiver Energie.**

- Personen sind mit **authentischer Emotion** zu sehen. Keine Verbindung zur Kamera (kein Blickkontakt). Die Szenen schauen nicht gestellt oder inszeniert aus – sie sind **unbeobachtet** und ganz auf die Person/en bezogen.
- Eine Inszenierung sollte daher nicht erkennbar sein. Die Betrachter sollten den „das-könnte-ich-sein-Moment“ fühlen können. Die Gefühle des Erlebnisses sind die Attraktion.

KÄRNTEN
It's my life!

Haben uns heute einfach mal treiben lassen. Sind angekommen.



Mach, was du liebst ...

Briefing

Wie transportieren wir die Story?

3 Fotobriefing

Ausschnitte, Komposition

- Am besten daher **quadratisch denken**, sodass man **Querformat und Hochformat rausbekommt**. Man lässt genug Raum, um beide Formate zu erhalten, es muss nicht separat für Querformat und Hochformat geschootet werden.
- Die **Verortung kann bis zu 50 % des gesamten Bildes** sein.
- Die Personen sollen im **Querformat ca. 33 % des gesamten Bildes** sein, damit die Emotionen der Protagonisten noch gut erkennbar und spürbar sind. Im **Hochformat nehmen die Personen ca 25%** ein.
- Die **Mittelachse im Blick behalten**, diese soll die **Tiefe und Weite Kärntens** widerspiegeln – außerdem ist die Kombination mit Wasser, Berge, Natur für die jeweilige Verortung wichtig.



Briefing

Bildsprache, Ausschnitte, Komposition

Briefing

- Bildaufteilung mit der Goldenen Spirale.
- Emotion und Personen im Zentrum der Spirale.
- Landschaftsachse ist mittig.
- Die Verortung mindestens 50 % des gesamten Bildes.



Briefing

Bildsprache, Ausschnitte, Komposition

Briefing

- Bildaufteilung mit dem Goldenen Schnitt.
- Emotion und Personen im Zentrum oder an den Goldenen Schnittpunkten.
- Landschaftsachse ist mittig.
- Die Verortung mindestens 50 % des gesamten Bildes.



Briefing

Bildsprache, Ausschnitte, Komposition

Briefing

- Tiefen erzeugen
- Vorder-, Mittel- und Hintergrund harmonisch in einem Bild zusammenfügen
- Sollte jedoch nicht zu komponiert aussehen



Briefing

Bildsprache, Ausschnitte, Komposition

Briefing

- Landschaftsachse ist mittig
- Gute Kontraste von See, Wald und Personen
- Das Bild hat helle, strahlende (keine matten) Farben



Briefing

Bildsprache, Ausschnitte, Komposition



OUTFITS & VERORTUNG

Foto: TINEFOTO

Hasselblad X2D | 55mm F 5.6



KÄRNTEN
It's my life!

Es darf schon Flair haben

In Kärnten lebt man das südliche Lebensgefühl. Das sieht und spürt man.

Farben, Licht, Emotion und Ausdruck sind eher Süd-affin!



4 Outfits

Outfits, Styling, Props, Accessoires

Bei der Ausstattung ebenso vorsichtig mit den Farben sein. Es kann gerne mal knallen! Aber nicht übertreiben – farblich abgestimmte Konzepte sind zeitloser. Wenn möglich auch Varianten fotografieren.

- Der Jahreszeit angepasste Kleidung – **aber immer etwas „leichter“** – wir sind schließlich auf der Sonnenseite der Alpen: Die Sonnenseite durch Sonnenbrillen, Sonnencreme, Sonnenhüte, etc. bewusst inszenieren
- Gerne **Palmen im Hintergrund** – als Inbegriff des Südens
- Auf **Farbkontraste der Kleidung zum Hintergrund** achten – vor allem im Winter sind Farbleckse erwünscht
- **Logos vermeiden/retuschieren/verdecken**



Szenerie

Outfits, Styling, Props und Accessoires

5 Verortung und Auswahl der Locations

Verortung Auswahl der Locations

Kärnten ist bekannt für seine **Seen- & Berge-Kombination** und die **paradiesischen Weitblicke**.

- Die Kombination der Berge und Seen mit all ihren Abstufungen ist daher das Hauptthema. **Eine Weite soll immer gegeben sein**, denn das ist ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal. Viel Himmel, **offene Blickachsen** und mehrere Schattierungen in der Bergwelt bedeuten freie Sicht aufs Leben.
- Locations so auswählen, dass **Personen im Vordergrund**, **Wasser/See im Mittelgrund** und die **Berge im Hintergrund** zu sehen sind.
- Zu starke Kontraste, zu schroffe Felsen, zu dunkle Seen, zu tiefe Schluchten sind eher nicht unterstützend. Lebensfreude und eine gewisse Leichtigkeit sollen immer erkennbar sein - auch im Hochgebirge.





6 Modelle, Alter, Typen, Zusammenstellungen



Modelle



Alter

Je nach Anforderung



Typen

Keine Modemodels oder zu starke, eigenständige Typen. Die lenken zu sehr ab. Weiche, sympathische, freundliche und fröhliche Models. Lachen und echte Emotionen sind der Kern der neuen Bildsprache.



Kinder

Kinder sind schwerer zu steuern. Sie müssen aus freien Stücken mitmachen. Dann sind aber auch ihre Emotionen echt und glaubwürdig.



Zusammenstellungen

Alle möglichen Konfigurationen. **Maximal 5 Personen im Bild – besser nur zwei.** Es sind alle Kombinationen möglich: Mann Mann, Frau Frau, Frau Tochter, Mann Sohn usw. Menschen mit Behinderungen sind auch Teil einer gesamt gedachten Kampagne.

4 Auf einen Blick

Moodboard Outfits & Verortung



Briefing

POST PRODUCTION

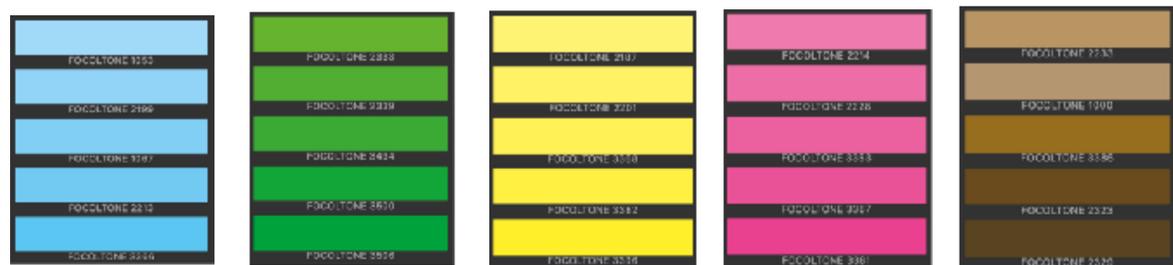
FOTO - TINEFOTO
LEICA Q | f8,0 | OBJEKTIV 28mm



8 Vorgaben Post Production, Farben,
Color Coding

Post Production Color Coding

- Kärnten hat satte Farben, aber nicht „zu“ überzeichnet.
- Der See ist hellblau bis türkis, soll aber nicht künstlich wirken.
- Der Himmel ist blau, hell, strahlend und leicht.
- Wiesen und Bäume sind satt grün mit verstärkten gelben Tönen.
- Generell nicht zu blasse oder matte Töne, um sich auch von den Mitbewerbern zu unterscheiden. Das Auge soll schnell Kärnten erkennen. Zusammen mit der Emotion wirkt das Bild immer fröhlich und unbeschwert!
- Farbthemen wie in den Beispielpaletten angegeben. In Photoshop z.B. FOCOLTONE als Colormatch wählen.



9 Datentransfer, Datenformate, Bildformate

Daten

Bildformate Datentransfer

Bildformate:

- Kontaktabzugbogen zur schnellen Übersicht
- Layoutdaten – JPG klein (bis ca. 500 KB)
- JPG-Daten – groß (300 dpi, Querformat ca 8000+Px Breite, Querformat ca 8000+Px Höhe)

Datei-Beschriftungen:

Wie folgt beschriftet: Nachname (Fotograf)_Aktivität/

Thema_Ort_Jahreszeit_fortlaufende Zahl

Geolocation & Metadaten:

Bitte Metadaten und vor allem die Geolocation aktivieren



7 Ansprechpartner im Projekt

Ansprechpartner



Michael Fenböck

+43 463 3000 233

michael.fenboeck@kaernten.at

KÄRNTEN
It's my life!

