

*Corporate Photography Guidelines*

**DIE BILDWELT DER  
ROBERT BOSCH STIFTUNG**

- Visual Concept
- Visual Moods
- Technische Hinweise & Anforderungen

# AUTHENTIZITÄT ALS CI-KONSTANTE

## Corporate Story-Telling:

- „Authentisch, Menschen- & wertorientiert“
- klare, genuine Bildsprache ohne künstliche (Filter-)effekte
- Ziel: Unterstreichnung von Glaubwürdigkeit & Exzellenz der Förderarbeit der Stiftung
- authentische Momente in nahbaren, humanen Bildmotiven die das philanthropische Leitbild der Stiftung widerspiegeln
- Bildstil: journalistisch-dokumentarisch, ungestellt, begleitend, beobachtend, wertschätzend, motivierend

## Kernelemente der eigenständigen Bildsprache

- authentische, selbstbewusste Menschen & echte Situationen
- natürliche Hauttöne, klare Farben und Kontraste
- beobachtende, nahbare Perspektive
- Unschärfen zur Fokussierung
- klare aber dynamische Bildkompositionen
- Querformat bevorzugt
- Kultur- und gendersensible Bildsprache

Unsere  
Leitbegriffe:

**WIRKSAM  
PARTNERSCHAFTLICH  
VERANTWORTUNGSVOLL**



## No Gos

- diskriminierende Darstellungen
- Werbeästhetik
- übertriebene Farben oder Filter
- Verzerrungen in der Komposition
- PS-Composings, sw-Aufnahmen
- Blitzlicht
- Darstellung sensibler Daten (z.B. von Patientendaten im KH)
- sexualisierte Darstellungen
- künstlich wirkende Posen

# AUTHENTIZITÄT ALS CI-KONSTANTE

## Fotografischer Stil

- reportagehafter, dokumentarischer, humaner Blick
- dynamische Ausschnitte und starke Bildkompositionen
- Ruhezeiten im Bild als gestaltendes Mittel nutzen
- available Light Nutzung; kein Blitz; ggf. mit Aufheller arbeiten
- Situationen ohne viel Licht: auf Farbigkeit & Tiefenschärfe setzen
- Perspektive darf nicht verzerren, Bilder sollten auf Augenhöhe, maximal leicht von unten aufgenommen werden
- keine unvorteilhaften Posen oder diskriminierenden Situationen
- direkten Blickkontakt mit der Kamera vermeiden
- charakteristische Unschärfen zur Fokussierung
- Zusammenspiel aus professionellen und Amateur-Aufnahmen (z.B. aus Projektarbeit): Amateuraufnahmen überzeugen durch direkte, ungestellte Momente, die von professionellen Bildern stilistisch aufgewertet werden

*Visual Moods – Mix*

# DIE BILDWELT DER ROBERT BOSCH STIFTUNG



People & Portraits – Moods

# MENSCHEN AUF AUGENHÖHE



*Reportage Photography – Moods*

# AUTHENTISCHES STORY-TELLING IN BILD & TEXT



*DIVERSITY – Moods*

# SENSIBILITÄT FÜR GENDER & KULTUR



## *Technische Hinweise & Anforderungen*

# **EIN BILD, DAS (FAST) ALLES KÖNNEN MUSS**

### **Hauptnutzungsmedium: Website & Social Media**

- Aufnahmen müssen im Querformat (Webbeiträge) und Hochformat (Social Media) funktionieren
- Komposition sollte flexibel zuschnitt fähig gestaltet sein  
(Bsp. 1600x900px quer, sowie Ausschnitt in 600x800px vertikal)

### **Dateien & Formatanforderungen**

- Bildlieferungen nur als JPEG oder PNG Daten
- Dateinamenrichtlinie: Datum\_Projekt\_NameFotograf:in\_Zuschnittmaß  
Bsp. „20230630\_GefluechteteMuetter\_AnnaSchmidt\_1600x900px“
- Qualität:
  1. high-res (längste Seite: max. 40cm @ 300dpi, JPEG, Adobe RGB98)
  2. web-res (längste Seite: 2000px @ 96dpi, JPEG oder PNG, srgb)

### **Typische Zuschnittformate nach finaler Bildauswahl**

- Immer benötigt in srgb: 1800x1015px, 1600x900px, 800x600px

### **Bildrechte**

- immer benötigt: zeitlich & räumlich uneingeschränkte Nutzungsrechte für die Ö-Arbeit der Robert Bosch Stiftung samt Tochtergesellschaften

