
HANDREICHUNG FÜR FOTOGRAF*INNEN

Je nach Fotoauftrag und Anforderungen, die im Vorfeld mit Ansprechpartner*innen der Stabsstelle Kommunikation, Events und Alumni abgesprochen werden, gilt es, diverse Formate zu beachten, die in den verschiedenen Online- und Print-Kanälen der TU Berlin eingesetzt werden. Die folgende Übersicht liefert die wichtigsten Formate.

Gelieferte Fotos können für folgende Kanäle der TU Berlin genutzt werden:

1. **Webseite: Slider, Teaser, Header**
2. **Print: Flyer, Magazine wie Wir/Vier, Postkarten**
3. **Social Media: Bluesky/Mastodon, Instagram, LinkedIn, ggf. YouTube oder TikTok**

Die Bildsprache auf allen genannten Kanälen ist modern und entspricht höchsten Ansprüchen. Wir sind offen für neue Anwendungen sowie Trends (Beispiel: freigestellte Bilder für Social Media) und freuen uns auf Anregungen von Ihnen!

Anzahl Fotos

Die **Speicherkapazitäten unserer Medienverwaltungssoftware Coconutbox** sind begrenzt. Bitte liefern Sie uns pro Auftrag daher nicht zu wenige, aber auch nicht zu viele Fotos.

- **Universitätsfotografie**

*Porträtfotos von Wissenschaftler*innen, Studierenden und Beschäftigten:* Richtwert sind 5 Fotos

Image-Fotoshootings zu den Thema Forschung, Studium und Arbeiten: nach Absprache, in der Regel eher mehr als zu wenig

Campusimpressionen: je nach Ausbeute und Anlass, Richtwert: 20 Fotos

Fotoshootings für Magazine: bitte bei arrangierten Motiven auch Details etc. mitdenken. Diese Fotos haben nie nur einen Verwendungszweck und werden meist auch noch für die Webseite und Social Media genutzt. Richtwert: 30 Fotos

- **Eventfotografie**

Fotos von Großveranstaltungen: nach Absprache, Richtwert: 50 Fotos

Fotos von Pressekonferenzen und Begehungen: nach Absprache, Richtwert: 30 Fotos

Seminare: nach Absprache, Richtwert: 15 bis 25 Fotos

Bitte beachten: Neben den geforderten Bildmotiven sind wir immer auch interessiert an Schmuckbildern, Bildern von Gebäuden (falls relevant) oder Detailaufnahmen. Hier vertrauen wir Ihrem fotografischen Auge, was relevant sein könnte und was nicht.

Bei den Angaben handelt es sich um Richtwerte. Im Grunde geht es uns darum, einmal kurz Rücksprache über die Anzahl und die Motive zu halten. Varianz und eine möglichst gute Ausbeute, die aber verhältnismäßig ist, sind uns wichtig.

Stabsstelle Kommunikation, Events und Alumni - Straße des 17. Juni 135 - 10623 Berlin - pressestelle@tu-berlin.de

ZU 1.: WEBSEITE: SLIDER, TEASER, HEADER

Slider

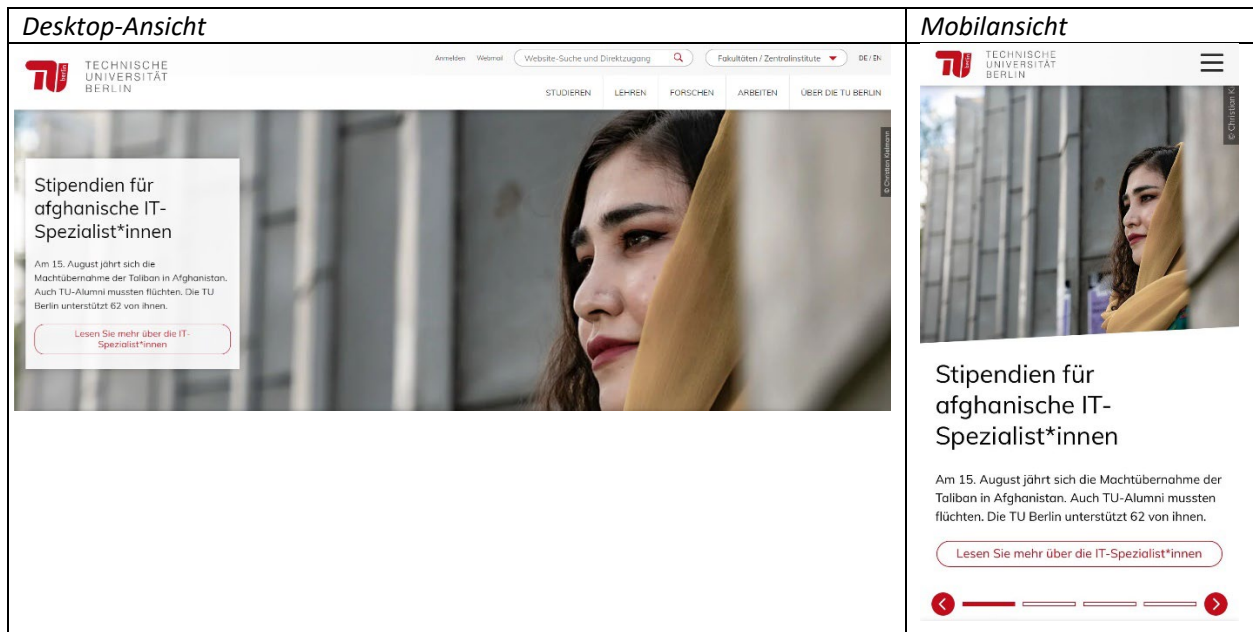
Grundsätzlich: Nur sehr ausdrucksstarke Motive kommen auf den Slider. Wird bei Auftragserteilung ein Slidermotiv gewünscht, bitte im Laufe der Ausführung nach einem solchen Motiv Ausschau halten.

- Ein Bild für zwei Formate: Desktop- und Mobilansicht, Quer vs. Quadrat
- Für die Desktop-Ansicht ist die Textbox zu beachten: Bildmittelpunkt muss entweder rechts oder links platziert werden, damit Platz für die Textbox bleibt. Die Textbox kann von Redakteur*innen rechts oder links platziert werden
- Bei Mobilansicht bitte Schräge an unterem Bildrand beachten.

Best practise Forschung



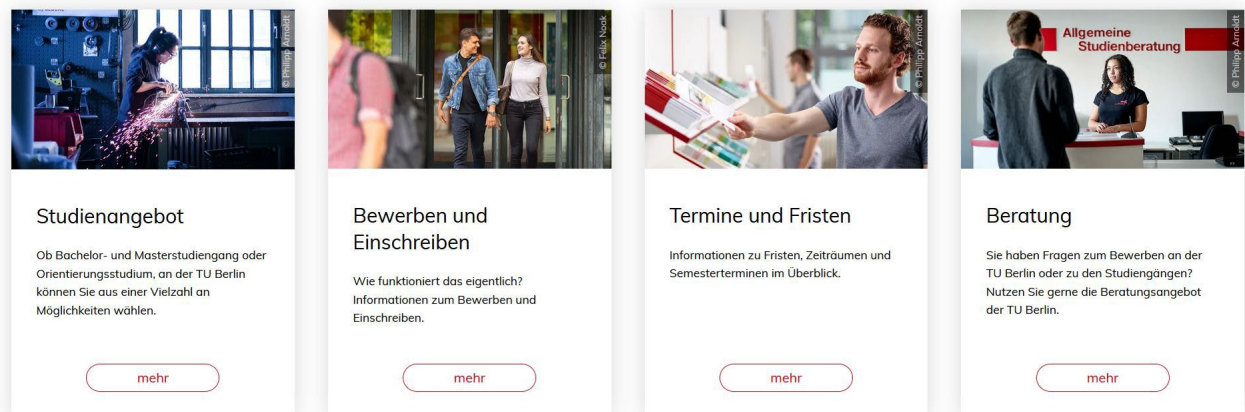
Best practise Menschen/Porträt



Teaser

Grundsätzlich: Fotos werden sowohl in der Desktop- als auch Mobilansicht sehr klein angezeigt, sollten daher eine klare Motivsprache haben und nicht zu kleinteilig sein. Das gängige Seitenverhältnis ist 4:3 oder 16:9.

Bewerben & Einschreiben



Header

Grundsätzlich: Großformatige Headerbilder kommen zum Einsatz bei Highlight-Themen und werden je nach Bedarf ggf. mit grafischen Elementen oder Schriftkästen versehen. Zu beachten ist die sowohl in Desktop- als auch Mobilansicht vorhandene Schräge, die Bildelemente am unteren rechten Bildrand verdecken kann.

ZU 2.: PRINT: MAGAZINE, FLYER, BROSCHÜREN, POSTKARTEN

Flyer, Magazine, Broschüren, Postkarten

Nach individueller Absprache: Es gelten unterschiedliche Formatvorgaben.

Bitte beachten: Auch wenn Fotos für diese Verwendungszwecke angefragt werden, gilt dies immer auch für eine Verwendung auf der Webseite, da Magazine und Aktionen, für die Flyer, Broschüren oder Postkarten angefertigt werden, auch online umgesetzt werden.

ZU 3.: SOCIAL MEDIA: MASTODON/BLUESKY, INSTAGRAM, LINKEDIN, YOUTUBE, TIKTOK

Grundsätzlich ist zu beachten:

1. Auf Instagram werden in der Regel die Formate 4:5 (im Grid: 3:4) und 9:16 benötigt.
2. Für YouTube ist das Format 16:9 ideal, etwa für Thumbnails.
3. Für TikTok und Instagram Reels 9:16.
4. Die Motive sollten nicht zu kleinteilig sein. Für Instagram gilt: Bildmittelpunkt sollte immer in 4:5 zu sehen sein, auch wenn ein 9:16 gefordert ist.
5. Fotos können mit Schriftelementen versehen werden, daher ist es wünschenswert, dafür Platz vorzusehen – nach Absprache.