



Öffentlichkeitsarbeit leicht gemacht (Teil 5):

Das gute Chorfoto



Bei der Pressearbeit steht in der Regel der Text im Vordergrund. Dennoch gibt es viele Formen der Berichterstattung, bei denen es wünschenswert ist, der Redaktion zusätzlich Fotomaterial zu senden. Denn immer weniger Redaktionen haben die Zeit, ausgebildete Fotografen etwa in Chorkonzerte zu schicken. Deshalb bedeutet erfolgreiche Pressearbeit auch, sich Gedanken über die optische Präsentation des Chores zu machen und die Sache selbst in die Hand zu nehmen. Im Zeitalter der Digitalkameras sollte das nicht allzu schwer sein. Vielleicht findet sich in Ihrem Chor jemand, der ein Händchen fürs Fotografieren hat.

Ein Foto-Porträt sollte jeder Chor haben, um es bei Bedarf an die Redaktionen zu senden, aber auch zum Abdruck in Flyern, Prospekten und Konzertprogrammen. Die meisten Chorfotos, man muss es ehrlich sagen, sind von erschütternder Langeweile. Das liegt in der Natur der Sache. Es ist nicht einfach, eine große Anzahl von Sängerinnen und Sängern auf ein Bild zu bekommen, ohne dass dieses statisch und gestellt wirkt. Deshalb sieht der Leser auf vielen Chorfotos singende Köpfe in Stecknadelkopfgöße.

Doch mit ein bisschen Phantasie lässt sich jeder Chor gut fotografieren. Man muss sich nur davon verabschieden, dass der Chor auf dem Bild so aufgestellt sein muss wie beim Konzert. Hilfreich sind in jedem Fall zwei Tricks:

► eine vertikale Platzierung der Sängerinnen und Sänger, zum Beispiel auf einer Treppe

► oder eine besondere Platzierung des Fotografen, zum Beispiel auf einem Dach oder Balkon oder Fenster in einem höheren Stockwerk.

Versuchen Sie es einmal selbst: Überlegen Sie, welcher Ort beständig gute Lichtverhältnisse hat und sich für ein Foto eignet. Gerne werde hier Kirchentreppen genommen. Aber bedenken Sie bitte, dass möglichst wenig Portal und möglichst viel Chor auf dem Bild zu sehen sein sollte. Gehen Sie so nahe ran wie möglich. Platzieren Sie die Sängerinnen und Sänger nach Größe. Achten Sie auf eine gleichmäßige Verteilung, also nicht unten eine breite Reihe und dann oben nur noch drei oder vier Leute.

Sehr pfiffig sind Chorporträts, die der Fotograf von einer erhöhten Position aus „schießt“. Dann sollten aber alle auch den Kopf in den Nacken legen und zum Fotografen aufsehen.

Ist der Standort gefunden, muss sich der Chor überlegen, wie er sich präsentieren möchte: In offizieller Konzertkleidung oder in lockerer Alltagskleidung. Das hängt natürlich vom Selbstverständnis des Chores ab und davon, was er mit dem Foto übermitteln möchte: Zum Beispiel: Wir sind musikalisch exzellent und nichts wird uns je von der Musik ablenken oder: Wir haben einfach Spaß am Singen und gehen gerne neue Wege.

Am besten sind mehrere Motive mit verschiedenen Kleiderformen von konservativ bis lässig. Auch die Mimik sollte vorher abgesprochen werden. Fröhliche

Gesichter wirken sympathischer als steife und ernste. Daher: Am besten singt man auch beim Chorporträt aus vollem Herzen, das wirkt immer authentisch und begeisternd.

Ist das offizielle Chorporträt vorhanden, geht es an die schwierigere Aufgabe, Bilder von Auftritten zu machen. Wenn die Räumlichkeiten dunkel sind, etwa in Kirchen, braucht man etwas mehr an Ausrüstung als eine kleine Digitalkamera. Man muss aber gründlich überlegen, ob man dem Publikum den Musikgenuss durch ausdauerndes Blitzen verderben will. Außerdem gibt das kalte Blitzlicht in der Regel nicht die tatsächliche Stimmung wieder und das wäre schade. Sollte ein Foto des Konzertes zusammen mit einem Bericht an die Zeitung geschickt werden, verabschiedet man sich am besten von der Idee, den ganzen Chor aufs Bild zu bekommen. Also: Gehen Sie nah ran, haben Sie Mut, Ausschnitte zu fotografieren. Einige wenige Sänger, die hervorragend getroffen sind, machen einen besseren Eindruck als unscharfe, zu dunkle Bilder vom ganzen Chor.

Noch ein Tipp am Schluss: Reichen Sie bei Zeitungen keine Papierbilder ein. Die müssen aufwendig gescannt werden. Viel besser ist es, die Fotos zu mailen. Achten Sie darauf, dass die Auflösung stimmt, nicht zu klein und nicht zu groß. Fragen Sie bei den Redaktionen nach, welche Auflösung am besten passt.

Und noch ein Tipp: Seien Sie mutig und experimentieren Sie! Testen Sie verschiedene Blickwinkel aus.