



Pressemitteilung

Pressefotos und PR-Bilder gehirngerecht gestalten Neu: „Bilder, die ins Herz treffen“

(Bremen, April 2012) Ob ein Foto gut oder schlecht ist, ist keine Frage des Bauchgefühls, stellt Professor Dr. Dieter Georg Herbst fest: Was im Hirn und beim Sehen von Bildern passiert, ist keine black box mehr. Die neuen Erkenntnisse der Hirnforschung und der Wahrnehmungspsychologie über das Sehen führt er in dem Buch „Bilder, die ins Herz treffen“ mit den Anforderungen der Unternehmenskommunikation zusammen. Es ist die erste Anleitung für die Auswahl und Gestaltung von Fotos in den Public Relations – sei es für Broschüren oder Buchcover, Webseiten oder Zeitschriften. „Auch für Presse- und PR-Fotos gilt: Unser Hirn liebt es, wenn es Bekanntes erkennt, sofern sie Neues bieten, es anregen und aktivieren“, so Herbst. „Auch deshalb gehören Bilder zu den größten Potentialen der PR überhaupt: Wer die hochleistungsfähigen Informationsträger mit eingebautem Lernturbo als Deko-Elemente einsetzt, unterschätzt ihre Wirkung dramatisch“.

Wie diese so gestaltet und geplant werden, dass sie zugleich ins Herz treffen, zeigt Herbst auch an 55 aktuellen PR-Bildern. Er bietet Checklisten für Mitarbeiter in Pressestellen und der Unternehmenskommunikation sowie Tipps für Fotografen. Fast nebenbei korrigiert er verbreitete Irrtümer über Bildwirkungen: Er belegt, dass „sex sells“ nur bedingt gilt, Männer und Frauen unterschiedlich auf Bilder reagieren und die These vom Informationsoverkill nicht haltbar ist.

Das Hardcoverbuch mit 208 Seiten ist im Viola Falkenberg Verlag in Bremen erschienen, hat die ISBN 978-3-937822-49-5 und kostet 26,90 Euro.

1.549 Anschläge



Neuerscheinung April 2012: Dieter Georg Herbst
Bilder, die ins Herz treffen. Pressefotos gestalten, PR-Bilder auswählen
Viola Falkenberg Verlag Bremen, 208 Seiten, 43 sw-/12 Farbfotos,
Hardcover, 2012, 26,90 Euro, ISBN 978-3-937822-49-5.
Bestellbar beim Verlag und in jeder Buchhandlung.

PR-Führer für die Praxis.
Im Buchformat.
Erprobt - fundiert - erfrischend.

Ausrichter des
Public Relations Book Award