

Woher bekomme ich Bilder für mein Content-Marketing?

Bildquellen für Website-Texte

Gute Texte, die den Leser gezielt ansprechen und seine Fragen beantworten sind das Herz jeder Content-Marketing-Kampagne. Doch genauso wichtig sind auch die zugehörigen Bilder. Der Mensch ist visuell und ein Bild kann einen Sachverhalt oft viel einfacher darstellen als jeder Text. Bilder rufen Emotionen hervor und Beiträge mit visuellen Inhalten werden deutlich häufiger geteilt.

Doch wo bekommt man Bilder für das Content-Marketing her? Diese Frage stellt sich nicht nur für uns als Online-Marketing-Dienstleister, sondern auch für unsere Kunden.



Ohne Bilder fehlt im Content-Marketing einfach was.

1. Eigene Bilder fürs Content-Marketing

Die einfachste, die beste und die logischste Möglichkeit: Eigene Bilder von den eigenen Produkten, vom Produktionsprozess, von der täglichen Arbeit. So bekommt der Kunde einen Einblick in die Firma, bei der er im besten Fall etwas kaufen soll. Authentischer geht es nicht. Außerdem bieten eigene Bilder die Möglichkeit, die eigenen Produkte bestmöglich in Szene zu setzen oder sich selbst als Dienstleister perfekt darzustellen. So kann am eigenen Image gefeilt werden. Oft ist es sogar so, dass es gar keine andere Möglichkeit gibt Eure Produkte abzubilden, wenn Ihr sie nicht selbst fotografiert.

Dabei muss es sich nicht immer nur um eigene Fotos handeln. Auch Selbst erstellte Infografiken bieten Mehrwert für die Besucher und heben Euch von der Konkurrenz ab. Macht euren Content einzigartig! Neben professionellen Tools, wie Photoshop, gibt es hier auch viele einfachere, kostenlose Tools, wie zum Beispiel [Canva](#), mit denen Ihr schnell und einfach erste Grafiken erstellen könnt.

Die Herausforderungen beim Fotografieren



So naheliegend diese Möglichkeit erscheint, so schwierig ist sie oft umzusetzen. Es bedarf einer gewissen technischen Grundausstattung und Kompetenz, damit am Ende wirklich hochwertige Bilder rauskommen. Damit vor allem technische Produkte gut abgebildet werden, reicht eine Handykamera oft nicht. Auch Lebensmittel oder Kleidung zum Beispiel sind gar nicht so leicht einzufangen.

Doch die Investition lohnt sich. Einmal professionell fotografiert hat man für zukünftige Aktivitäten viel Bildmaterial, egal ob von den eigenen Produkten oder dem Team bei der Arbeit. Wiedererkennungswert und Einzigartigkeit können einen Vorsprung vor der Konkurrenz bewirken.

2. Stock-Fotos

Stock-Fotos sind in den meisten Fällen der einfachste Weg eigene Beiträge mit Bildern zu bereichern. Doch natürlich gilt das auch für alle Konkurrenten genauso. Wenn möglich sollte man immer einzigartige Bilder verwenden, da man sich nur so von den Konkurrenten in der Branche abheben kann. Bei den meisten Anbietern lassen sich günstige Abo-Verträge abschließen, damit nicht jedes einzelne Bild bezahlt werden muss. Achtet jedoch immer genau auf die rechtlichen Vorgaben: Wie muss die Bildquelle angegeben werden? Darf das Bild für kommerzielle Zwecke genutzt werden? Dürft Ihr das Bild bearbeiten? In der Regel findet man derartige Infos beim Anbieter.



Hier eine Auswahl gängiger Plattformen:

- [Adobe Stock](#)
- [Getty Images](#)
- [Shutterstock](#)
- [Istock](#)
- [123RF](#)
- [depositphotos](#)
- [Stockphotosecrets](#)

Tipp: Damit Ihr nicht dasselbe Bild nutzt, wie jeder andere, der zu diesem Thema schreibt, solltet Ihr über Eure Sucheangaben nachdenken. Geht es vielleicht etwas konkreter oder lohnt es sich, mehr um die Ecke zu denken? Vielleicht passt ein anderes Bild zum Thema und ihr könnt euch so abheben. In manchen Fällen funktioniert ein Beitrag auch mit einem humorvollen Bild. Genauso können Bilder auch neugierig machen, wenn das Motiv unerwartet ist.

3. Gratis-Plattformen

Wer nicht auf den kostenpflichtigen Plattformen fündig wird, kann auch auf den vielen kostenlosen Bild-Plattformen suchen. Auch hier gilt: Rechtliche Vorgaben beachten. Auf manchen Plattformen finden sich Bilder mit eingeschränkten Nutzungsrechten neben Bildern, die unbeschränkt verwendet werden dürfen. Achtet also genau darauf, welche Bilder Ihr für Eure Content-Marketing Aktivitäten nutzen wollt.

Hier eine Auswahl bekannter Gratis-Bilderdatenbanken:

- [pixabay](#)
- [pixelio](#)
- [picjumbo](#)
- barnimages
- [unsplash](#)
- [Pexels](#)

4. Was bedeuten Creative Commons (CC) Lizenzen?

Dabei handelt es sich um eine gemeinnützige Organisation, die der Öffentlichkeit Bilder zur Nutzung zur Verfügung stellen will. Auch für Content Marketing Zwecke lassen sich solche Bilder sehr gut verwenden. Wikipedia beispielsweise nutzt oft CC-Lizenzen. Die Organisation CC bietet verschiedene Lizenzen an, die sich teils stark unterscheiden.

- NC: Nicht kommerziell (non commercial)
- BY: Namensnennung
- ND: Keine Bearbeitung (non derivatives)
- SA: Weitergabe unter diesen Bedingungen (Share alike)

Die Kombination dieser Lizenzen ergibt dann die Bedingungen, zu denen diese Bilder genutzt werden können. Beispiel: CC-BY-NC-ND (Namensnennung, Nicht kommerziell, keine Bearbeitung)

5. YouTube

Nicht immer müssen es Bilder sein. Auch passende YouTube-Videos lassen sich einfach in Beiträge einbauen. Durch das automatisch erstellte Thumbnail der Einbetten Funktion wirken YouTube-Videos



auch im Text wie Bilder. Netter Nebeneffekt: Das Angucken von eingebetteten Videos sorgt dafür, dass Besucher länger auf Eurer Seite bleiben.

Titelbild © Aintschie – stock.adobe.com

Beitragsbild © Artsiom Kusmartseu – stock.adobe.com

Beitragsbild © Mediaparts – stock.adobe.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX