

Kommunikation im Internet durch Fotografie und Bildgestaltung

Die Bedeutung von Bildern im Web

Wir alle kennen das Sprichwort „One look is worth a thousand words.“ Der Londoner Fred R. Barnard veröffentlichte im Winter 1921 in einer Fachzeitschrift der Werbebranche eine Anzeige mit genau diesem Slogan. Diese Metapher bezieht sich darauf, dass selbst komplexe Themen mit einer Illustration oder einem Bild leicht verständlich dargestellt werden können. „Ein Blick oder ein Bild sagt mehr als tausend Worte“. Selten kann man mit einem Zitat so konform gehen wie mit diesem. Bilder können in Bruchteilen von Sekunden Botschaften senden, Wissen vermitteln, ja sogar für Unterhaltung sorgen und bei genauerer Betrachtung ganze Geschichten erzählen. Bilder sind immer ein Hingucker und können in umfangreichen Texten auf [Websites](#) als auflockerndes Element und zur Unterteilung genutzt werden, um das Gelesene dem User besser verständlich und zugänglich zu machen.

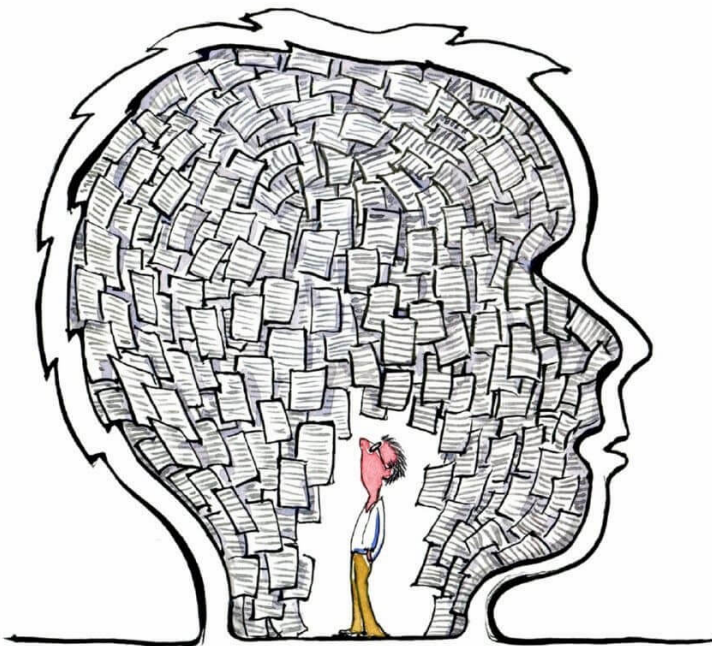


Abb. 1 One look is worth a thousand words

Bilder bieten also einen echten Mehrwert, deshalb ist die Fotografie aus dem [Internet](#) nicht wegzudenken. Ob Webseiten großer Konzerne, mittelständischer Unternehmen, Online-Blogs, Social Media oder der Bäcker von nebenan, die Liste ist lang. Lediglich Enzyklopädien, Nachhilfeseiten, Onlineübersetzer oder Wissenschaftsseiten kommen meines Wissens nach auch ohne Bildmaterial aus. Es wird viel Zeit & Geld in innovative Kommunikationsmaßnahmen investiert.

Durch überzeugende Bilder von anderen im Web abheben

In einer zunehmend bildlastigen Zeit wird es immer wichtiger, sich mit der Darstellung seiner Produkte oder seines zu übermittelnden [Content](#) hervorzuheben. Doch Bild ist nicht gleich Bild. Ein Bild muss den Betrachter erreichen, überraschen und überzeugen, überall! Dies wird durch Kreativität, professionelles Arbeiten mit gestalterischen Elementen, Licht und Technik sowie durch den richtigen Einsatz der Bilder erreicht. Botschaften müssen aufgrund der geringen Zeitspanne, in der sich die Aufmerksamkeit einer Person voll auf eine Sache konzentriert, zur richtigen Zeit kommen und die richtige Relevanz bieten.

Die Bedeutsamkeit von Fotografien im Internet ist uns vielleicht auf Anhieb nicht bewusst, aber sie ist von enormer Wichtigkeit. Das Medium Fotografie zieht sich durch die visuelle Welt, ob in Dokumentationen, Publikationen, in der Kunst und besonders stark in der Werbung. Mit einem stimmigen Composing, gut umgesetzter fotografischer Gestaltung und dem richtigen Einsatz von Bildern kann eine Menge erreicht werden. Ich denke, manche Seiten könnten sogar nur durch Bilder leben und Informationen transportieren. Wogegen viele Seiten, die zu viel Text enthalten, vielleicht schnell vom [User](#) „weggeklickt“ werden. In diesem Fall ist der Dialog zwischen Sender und Empfänger definitiv fehlgeschlagen.

Mit ansprechenden, interessanten Fotografien, die relevante Inhalte für die Konsumenten darstellen und bestmöglich auf der Webseite positioniert werden, kann man eine Vereinfachung der Kommunikation erzielen. Damit erreicht man mehr Menschen als mit Unmengen Text auf der Seite. So kann man schnell eine Brücke zum Betrachter schlagen und seine Aufmerksamkeit erlangen.

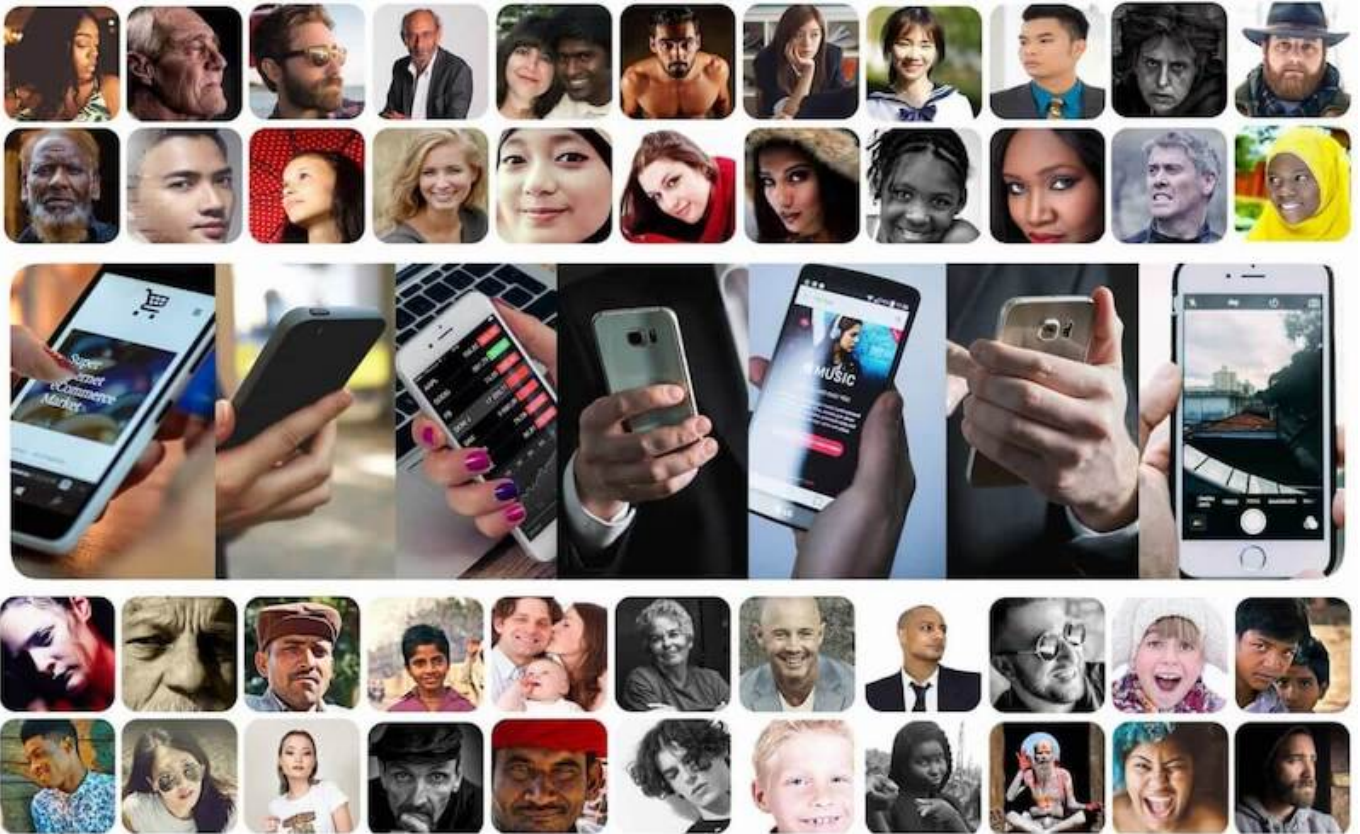


Abb. 2 Menschen erreichen in der digitalen Welt

Welchen Stellenwert haben Fotos im Internet und weshalb sind sie so wichtig?

Der Trend der visuellen digitalen Medien treibt den Markt auch zukünftig weiter an. Das Nutzungsverhalten der Menschen zeigt, dass der Trend immer weiter zu digitalen und flexiblen Angebotsformen geht. Mit an der Spitze liegt das TV-Streaming und die mobile Internetnutzung. Wenn heutzutage jemand Antworten auf Fragen sucht, sich über einem bestimmten Unternehmen schlau machen möchte, den nächsten Urlaubsort auskundschaften oder einfach nur ein neues Rezept ausprobieren möchte, wird er im Internet mit Sicherheit fündig. Altbewährte Nutzungsformen wie Print

oder Radio verlieren hingegen immer weiter an Bedeutung.

Laut der [ARD/ZDF-Onlinestudie 2020](#) sind knapp 94 Prozent der Deutschen online, das ist ein Plus von fünf Prozent im Vergleich zu 2019 – [User](#) nutzen das Internet immer häufiger und vielfältiger und wollen vor allem flexibel sein. Sage und Schreibe 93 Prozent der 14-29-Jährigen nutzt das Internet unterwegs, gemessen auf die ganze Bevölkerung liegt die mobile Nutzung bei 71 Prozent. Während die Nutzung von Audio und Bewegtbild leicht anstieg, sank die Nutzung von Artikeln im Web leicht. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die diesjährige ARD/ZDF-Onlinestudie, die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführt wurde.

Wer also heute mit seinen Mitmenschen in Kontakt treten möchte, etwas vermarkten, anbieten, zeigen oder publik machen möchte, kommt um das Internet nicht herum. Doch wie bei dem Informations- und Angebotsüberfluss herausstechen, Interesse erzeugen und in Erinnerung bleiben? Denn ein Kontakt mit dem User macht noch keine Wirkung, der Inhalt zählt.

Mehr Aufmerksamkeit durch visuelle Inhalte

Eine [Webseite](#) sollte so ansprechend wie möglich gestaltet werden, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und den Besucher zum Bleiben zu animieren. Nur lange Texte zu lesen ist langweilig und anstrengend. Dabei ist es so einfach, seine Botschaft zu vermitteln, mit einem Blick sein Anliegen auf den Punkt zu bringen und eine fade, eintönige Seite aufzulockern und mit Leben zu füllen. Bilder machen Texte leichter verständlich und sorgen für eine verbesserte Aufnahme des Themas. Darüber hinaus fungieren sie als „Eye Catcher“ und können einen ästhetischen Zweck erfüllen. Bilder sind mitunter die stärksten gestalterischen Mittel einer Webseite, denn sie erwirken mehr Aufmerksamkeit als andere Komponenten und Gestaltungsmittel. Bilder vermitteln und fundieren Informationen, sie lösen Emotionen aus, rufen Erinnerungen hervor, beeinflussen Stimmung, schaffen Atmosphäre und wecken Bedürfnisse.

Die Art der Informationsaufnahme und Verarbeitung des menschlichen Gehirns erfolgt nach der Hemisphären Theorie vom amerikanischen Neurobiologen und Nobelpreisträger Roger Sperry, wonach unser Gehirn in zwei Hälften unterteilt ist. Die linke Seite sei eher für Analytisches und Sprachliches zuständig, die rechte Seite sei besser in räumlicher Wahrnehmung, Musik und Kreativität. (Badenschier, Franziska., 2012)

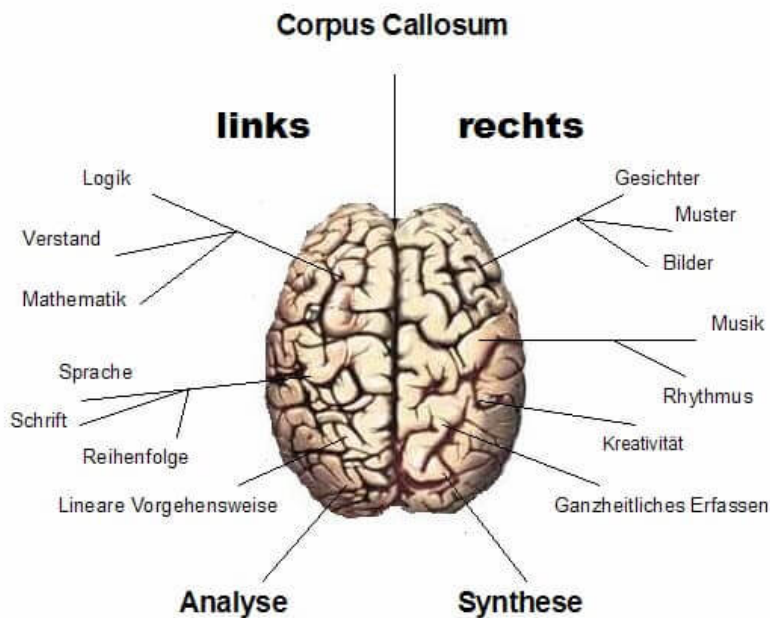


Abb. 3 Darstellung der

Hemisphärentheorie

Werden jedoch beide angesprochen, spricht man von dualer Kodierung, ein feststehender Begriff innerhalb der Gedächtnisforschung, dessen Bedeutung auf Annahmen der dualen Kodierungstheorie von A. Paivio basiert. Diese Theorie nimmt an, dass die Gedächtnisrepräsentation von Wort- bzw. Objektinformation auf getrennten verbalen und imaginalen Kodierungssystemen beruht. Wird also Text in Verbindung mit Bildern angeboten, werden beide Gehirnhälften angesprochen. Dadurch kommt es zur Informationsverstärkung durch Doppelkodierung und zu einer verbesserten Erinnerungsleistung. (Kodierung, duale, Spektrum Akademischer Verlag, 2000)

Mit der richtigen Positionierung, Formatierung und Anordnung der Grafiken können also [Contentmanager](#) und Webdesigner die Blickführung und somit auch die Informationsaufnahme beeinflussen. Wird zum Beispiel ein Foto am rechten Bildschirmrand dargestellt, kann damit erreicht werden, dass der Blick gestoppt wird, um ein Abschweifen vom [Content](#) zu vermeiden. Lange Texte sollten zwischendurch mit Bildern aufgelockert werden. Hier kann man wunderbar den Lesefluss steuern und der Leser wird nicht vom Text „erschlagen“. Er kann sich so einfacher und länger auf den Texten konzentrieren und das Risiko, dass der Besucher die Seite verlässt, sinkt. Ein Bild mit einer bestimmten Perspektive oder eine Abbildung eines bestimmten Objektes mit beispielsweise einer aufsteigenden



Diagonalen, kann die Blickführung ganz genau zum Punkt des Interesses lenken und ihn dort halten.

Auch die Perspektive spielt eine Rolle

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



Abb. 4 Gezielte Blickführung

Es gibt immer mal wieder unterschiedliche Trends im Webdesign bei der Darstellung von Bildern. Full-Screen Hintergrundbilder oder riesige Headerbilder, die sofort auf der [Landingpage](#) eine besondere Atmosphäre schaffen. Auch Image-Slider, die über die komplette Bildschirmbreite gehen, sind sehr beliebt. Diese haben den Vorteil, dass sich der Designer nicht nur auf ein Bild beschränken muss und der [User](#) direkt das Gefühl von Spannung und Abwechslung verspürt.

Die Fotografie ist also nicht nur ein wichtiger Übermittler von Informationen, sondern darüber hinaus auch ein äußerst machtvolles Gestaltungselement. Die Anordnung von Text- und Bildelementen auf einer [Website](#) kann darüber entscheiden, ob der Betrachter die Webseite spannend und anregend oder langweilig und fade findet, ob er also das Bedürfnis hat zu verweilen oder sie zu verlassen.

Quellennachweis:

Abb1. [Wikimedia Commons](#) – By HikingArtist (Own work),

Abb.2 [pixabay.com](#), Gerd Altmann

Abb.3 Wenger, Ruth (2010) [Kodierung, duale](#) (Spektrum Akademischer Verlag, 2000)

Abb. 4 Dr. Web – The Digital Hub [online] verfügbar auf [Pinterest](#)