

Websitebilder: Klischee vs. Realität

Warum authentische Bilder so wichtig sind

Um ehrlich zu sein: ich kann Sie nicht mehr sehen... Diese perlweiß-lächelnden Business-Gesichter, die perfekt gestylen Mitarbeiter, die Bilderbuchfamilien und die designten Räumlichkeiten. Sie sind überall: auf allen Webseiten, in allen Flyern und lächeln von sämtlichen Plakaten.



Eine vollkommen normale Szene in einer Arztpraxis, oder?

Haben die in echt mit dem Kunden und seinem Unternehmen zu tun; spiegeln diese Personen das Unternehmen wieder?

Arbeitet diese wunderschöne Laufstegschönheit mit den Friseur-gestylten Haaren und dem schneeweißen Sommerkleid wirklich dort? Zugegeben, die Bilder sehen schön aus, sind professionell im besten Licht umgesetzt und messerscharf. Aber sonst? Und doch nutzen so viele Agenturen Klischeematerial, von dem doch die meisten wissen, dass es nicht realistisch ist. Warum ist das so?

Bilder auf Webseiten: Ist die Realität nicht mehr attraktiv?

Ist es nicht gerade so, dass ich Bilder meines Unternehmens auf meiner Homepage veröffentliche, um Kunden zu zeigen, wer wir sind und wie wir arbeiten?

Auf der Seite www.ilmkreiskliniken.de beispielsweise, die wir erfolgreich umsetzen konnten, präsentieren sich dem Patienten die „echten“ Mitarbeiter. Zugegeben nicht alle Bilder sind perfekt, aber wir sehen authentische Persönlichkeiten. Ich sehe eine ehrliche, persönliche Seite: echte operierende Ärzte, realistische Personen, die sich um meine Gesundheit bemühen. Es ist mir egal, ob der Arzt aus einer TV-Serie stammen könnte oder nicht; es ist mir auch egal, ob bei der Hebamme die Frisur sitzt – es gibt sie wirklich.

Es gibt Klischeebilder, die nicht sein müssen.

Richtig, es gibt die Fälle, in den wir dankbar auf diese „austauschbaren“ Bilder zurückgreifen. Oft hat der Kunde nicht die Möglichkeit, Fotos selbst zu machen, weil es technisch, rechtlich oder räumlich nicht möglich ist. Es gibt die Fälle, in denen wir aus Datenschutzgründen, pietätvollen Gründen oder Qualitätsgründen Bilder von Fotoagenturen verwenden müssen.

Aber da wo es geht, empfehlen wir Ihnen, eigenes Bildmaterial zu liefern. Im besten Fall erstellt diese Bilder ein professioneller Fotograf. Das kann aber genauso gut von Ihnen selbst aufgenommen werden. So lange das Material groß genug ist und gut belichtet aufgenommen wurde, nicht komplett unscharf und rechtlich bedenkenlos ist, dann ist ein individuelles Bild immer besser als ein Austauschbares.

Aber genau da liegt meistens „der Hund begraben“: Wir machen uns nicht mehr die Mühe, wenn es Zeit und Aufwand, vielleicht auch Geld und Nerven kostet, wenn etwas alternativ viel leichter und schneller zu haben ist. Das gilt für einzelne Personen, als auch für ganze Agenturen. Ein Fotograf erst zu einem Shooting zu bestellen, Bilder selbst zu machen, kostet Zeit und macht Aufwand. Auch für Agenturen ist

es viel effektiver, mit ein paar Klicks genau das Motiv zu finden, was man braucht; ohne den Zusatzaufwand von Bildrechten oder Datenschutz einzugehen. Da ist die Recherche nach dem Motiv schon der größte Zeitfaktor.

Ein individuelles Bild ist viel ehrlicher und persönlicher. „What you see is what you get“. Je mehr man von „sich“ zeigt, desto leichter gewinnt man das Vertrauen anderer. Je näher sich das Bild am Alltag orientiert, desto einfacher kann man sich damit identifizieren. Haben Sie Mut zum eigenen Bildmaterial.

Die Realität attraktiv gestalten – was wir Kunden raten:

Auch „realistische Motive“ können mit einfachen Tricks attraktiv umgesetzt werden. Suchen Sie sich einen Fotografen, besprechen Sie mit Ihm genau Ihre Vorstellungen und Sie werden staunen, was man auch aus „normalen“ Bildern rausholen kann.



Auch wir zeigen uns persönlich auf unserer Website oder auf Social Media.

Wenn Sie es gern selbst probieren möchten: Wählen Sie interessante Perspektiven, gehen Sie vom großen Ganzen ins Detail und achten Sie auf das Umfeld und die Hintergründe.

1. Interessante Perspektiven

Gehen Sie in die Knie, steigen Sie auf einen Stuhl, nutzen Sie Spiegelungen und Sie werden sehen – wie schnell Ihr Bild interessant wird.

2. Das große Ganze oder Detail

Am besten Beides. Fotografieren Sie Ihre Motive als großes Ganzes, als Panorama, aber auch im Detail. Dann kann man ein und dasselbe Motiv sogar mehrfach nutzen. Fotografieren Sie Ihr Team, Ihre Mitarbeiter (sofern sie ihr Einverständnis geben), gehen Sie nah an die Motive heran.

3. Umfeld und Hintergründe

Achten Sie bei den Aufnahmen auf das Umfeld. Bei Portraitaufnahmen empfiehlt sich ein weißer Hintergrund, den man freistellen kann. Bei Außenmotiven achten Sie darauf, mögliche Störfaktoren zu vermeiden (parkende Autos auf dem Firmengelände, Mülleimer ...) und bei Innenaufnahmen achten Sie auf die Ordnung und auf die zu sehenden Personen.

4. Atmosphäre und Emotionen

Schaffen Sie eine persönliche Atmosphäre, die Stimmung und Emotionen, die Sie vermitteln wollen: Kleidung, Blumen, Werbung, freundliche Gesichter und Sauberkeit – eben den Eindruck, den man von Ihnen/ Ihrem Unternehmen erhalten soll.

Wenn Sie uns Ihre Bilder unkomprimiert zuschicken, können wir mit interessanten Bildausschnitten, Farbfiltern, Montagen und Formen Ihre Bilder gekonnt in Szene setzen.

Vertrauen Sie uns. Wir holen das Beste für Sie raus! Dann brauchen Sie keinen Businessmann und keine Bilderbuchfamilie mehr.

Titelbild © Afshar Tetyana – [stock.adobe.com](https://www.stock.adobe.com)