

#TEAM
STREBER

ONLINE

Mareike Schamberger

Webseiten

ERSTELLEN

DIE VERKAUFEN

Praxishandbuch:
Strategie für Anfänger und Profis



An diesem Buch haben mitgewirkt, insbesondere:

Illustrationen: Mareike Schamberger

Fotos: Andrea Schombara

Urheberrecht und Haftung

Das Buch ist in allen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Insbesondere Übersetzung, Vortrag, Reproduktion,ervielfältigung oder elektronische Speicherung.

Trotz sorgfältiger Prüfung können weder Verlag, noch Autorin oder Herausgeberin für mögliche Fehler und deren Folgen eine juristische Verantwortung oder Haftung übernehmen.

Gender Disclaimer

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Werbehinweis (Links mit Sternchen*)

Für die verlinkten Produkte bekomme ich eine Provision. Für dich als Käufer ändert sich nichts am Preis. Nur für's Protokoll: Ich bewerbe hier nur Produkte, die sich für mich in der Praxis bewährt haben.

www.teamstreber.de

Softcover ISBN: 978-3-910497-00-9

E-Book ISBN: 978-3-910497-01-6

Copyright (c) 2024

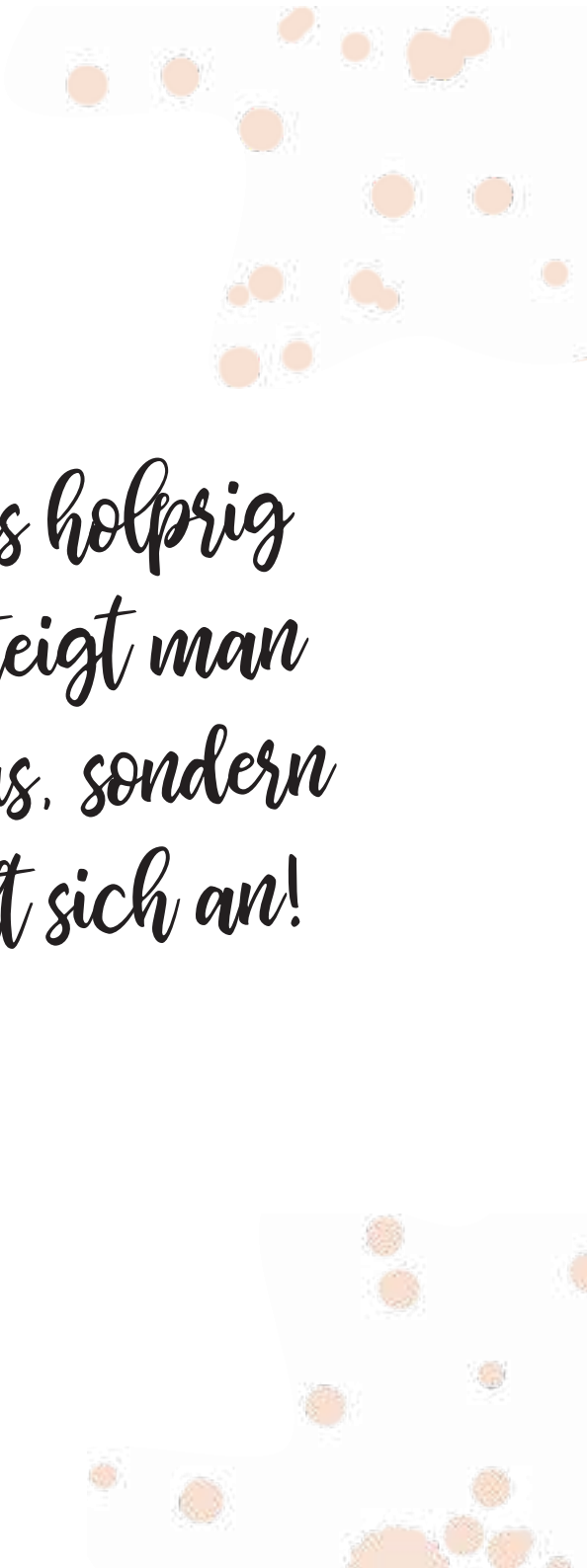
Mareike Schamberger (#TeamStreber)

Hechlergasse 7, 64397 Modautal

5. Auflage, Juni 2024

Herausgeber: #TeamStreber Verlag

mareike@teamstreber.de



Wenn es holprig
wird, steigt man
nicht aus, sondern
schnallt sich an!

GEH ZUM FOTOGRAFEN

Professionelle Fotos

Investiere in gute Bilder. Damit meine ich Zeit und / oder Geld.

Bei allen Bildern solltest du deine Marke im Blick haben. Schau dir immer wieder dein Style Sheet an. Nutze deine Markenfärben beim Fotoshooting, um Akzente zu setzen.

Durch professionelle Bilder mit liebevollen Details kannst du Emotionen transportieren. Deine Webseite bekommt Persönlichkeit und Seele. Sie sieht hochwertig aus und rechtfertigt Preise im Premium-Segment.

Mit guten Fotos zauberst du aus Interessenten zahlende Kunden.



VORBEREITUNG ZUM FOTOSHOOTING

Nimm dir Zeit und schreib ein ausführliches **Fotografenbriefing**. Das ist der Fahrplan für dein Shooting. Eine ToDo-Liste, die dein Fotograf abarbeiten und abhaken kann.

Ist das Briefing gut geschrieben, dann bist du am Ende sicher, dass kein Motiv fehlt und du alle Bilder hast, die du in nächster Zeit brauchst.

Zeige dich, dein Team und deinen tatsächlichen Arbeitsalltag. Denn das wollen deine Kunden sehen.

Was macht deine Firma und das Team so besonders? Welche Emotionen sollen transportiert werden?

Lege für dein Shooting einen Ordner mit Beispielbildern an.

Das sind Dinge, auf die ich immer achte:

- # Viele Bilder im Querformat (mindestens 2500 Pixel breit).
- # Das Hauptmotiv nicht exakt in der Mitte (im Goldenen Schnitt).
- # Bilder von weit weg und nah dran.
- # Bilder mit viel ruhigem Hintergrund, sodass man Text auf dem Bild platzieren kann.
- # Jedes Motiv in unterschiedlichen Formaten und Varianten fotografieren (sodass auch für Social Media und mobile Webseiten etwas dabei ist).

Bilder wirken in Nanosekunden. Bilder bleiben im Gedächtnis. Bilder vermitteln Emotionen. Emotionen beeinflussen Kaufentscheidungen. Kaufentscheidungen zu deinen Gunsten beeinflussen deinen Kontostand.

Mit der richtigen Bildauswahl kannst du deine Blogartikel noch emotionaler gestalten. Dabei ist es gar nicht so einfach, die passenden Bilder für deine Artikel auszusuchen.

Mir ist wichtig, dir Tipps aus meinem Webdesigner-Alltag mitzugeben, die alltagstauglich für dich sind. Als kleines, inhabergeführtes Unternehmen hast du ganz sicher keine Agentur, die dich unterstützt. Meist fehlt auch das Budget, für ein eigenes Profi-Shooting für jeden Blogartikel.

Nutze die Bilder, die du hast und mach das Beste daraus.

Hier sind meine besten Tipps & Tricks:

URheberRECHT

Wenn du sicher sein willst, dass deine Bilder niemand anderem gehören, fotografiere selbst. Aber bitte nur, wenn du auch fotografieren kannst.

Alternative: Lass deine Produktbilder von einem professionellen Fotografen machen. Das ist die teuerste, aber definitiv die beste Variante.

Schau dir deinen Verkaufsprozess in Ruhe an. Überlege dir, welche Bilder du brauchst, um deine Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen und deine Blogartikel zu unterstützen. So kannst du dich, deine Produkte, Räumlichkeiten und Mitarbeiter im besten Licht präsentieren.

Diese Fotos kannst du mit Stimmungsbildern ergänzen, die kaufst du auf einer Stockfoto-Plattform.

STOCKFOTOS

Bei DepositPhoto bekommst du für ein paar Euro die Lizenz für die Bilder. Damit bezahlst du die Sicherheit, dass in Zukunft niemand auf dich zukommt, weil du unwissentlich das Urheberrecht verletzt hast.



Vermeide lizenzfreie und kostenlose Bilder aus dem Internet und nutze nicht die Bilder aus Canva Pro. Dabei besteht immer ein Restriktiko. Du müsstest für jedes Bild einen Screenshot aus der App herunterladen und abspeichern. Bei einer Urheberrechtsverletzung musst du nachweisen, dass du das Bild über die Canva Pro Lizenz genutzt hast. Das ist sehr umständlich.

Solange du immer die gleiche Bildplattform nutzt, um deine Bilder zu kaufen, ist dort alles an einem Platz. Würde es zu einem Urheberrechtsstreit kommen, kannst du nachweisen, dass du dich nicht rechtswidrig verhalten hast. Handelt es sich um Bilder, die ohne Erlaubnis auf die Plattform geladen wurden, ist das nicht dein Problem.

Bei DepositPhotos gibt es eine Download-Liste. Damit kannst du sehr einfach dokumentieren, welche Fotos du herunterlädst.



BILDAUSWAHL – MOBILE FIRST

Achte darauf, dass deine Bilder in allen digitalen Formaten einsetzbar und anzeigbar sind. Ich sehe immer wieder Webseiten und Blogs, die am großen Bildschirm erstellt wurden und mobil katastrophal sind.

Damit du verstehst, was ich meine, zeige ich es dir am Beispiel. Ich habe zwei Fotos aus einer Serie ausgesucht. Wir schauen uns eine Bäckerin an. Bildquelle ist Depositphotos.

Ein Motiv ist gut geeignet und das andere nicht.



Ich zeige zu jedem Motiv die Verwendungsmöglichkeiten, damit du siehst, was ich meine.

Die meisten meiner Kunden erstellen ihre Blogartikel am **Laptop**. Der Bildschirm hat ein Format von 3:4. Da sehen alle Motive gut aus. Da findet man immer einen passenden Bildausschnitt.



Schwierig wird es bei 16:9. Wenn der Monitor der Leser Kinoformat hat, ist die Stirn der Bäckerin weg oder der komplette Brotkorb. So kann man entweder das Gesicht zeigen ODER die Ware. Beides geht nicht so gut.



Was immer unterschätzt wird, ist der Abstand zum Leser. Man umarmt Kunden nicht beim ersten Kennenlernen. Man lässt ihnen die Möglichkeit, erst mit etwas Abstand zu schauen, ob man ihnen sympathisch ist. Das ist essenziell. Die Distanz schätzen wir im direkten Kontakt "in real life" automatisch richtig ein. Digital unterschätzen wir schnell, dass es neuen Kontakten unangenehm ist, wenn wir ihnen sofort sehr nah kommen.

Auf dem Handy wird es richtig schwer einen passenden Bildausschnitt zu finden.



Durch die Tiefenschärfe verschwimmen die Brote im Hintergrund. Das Croissant im Brotkorb ist gar nicht als solches zu erkennen.

Unsere Bäckerin ist so nah am Kunden, dass sie ihn umarmen könnte. Das würde im echten Leben keiner am ersten Termin machen. Und das aus gutem Grund. Das ist viel zu nah.

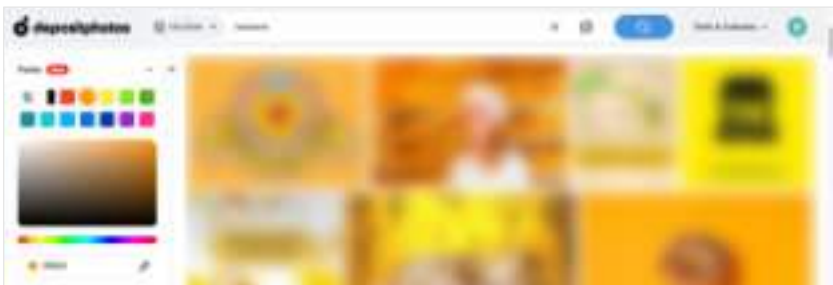
Teste bei den Bildern für deine Blogartikel alle oben genannten Möglichkeiten durch. Je mehr Blogartikel du schreibst, desto leichter wird die Bildauswahl fallen.

FOTOGRAFENBRIEFING

Wenn du Bilder von dir machen lässt: Achte beim Fotografenbriefing darauf, dass du Motive brauchst, die mit viel Abstand gemacht sind. Du brauchst Platz nach oben, unten, links und rechts. Damit du den Bildausschnitt so wählen kannst, wie du ihn brauchst. Lass deine Motive doppelt fotografieren: mit und ohne Tiefenschärfe.

FARBKONZEPT

In der Bildauswahl hast du bei professionellen Datenbanken im Vergleich zu kostenlosen viele Vorteile. Du kannst etwa nach deinen Hex-Farben suchen und so direkt Bilder in deiner Farbfamilie wählen. So findest du schnell sehr individuelle Bilder, mit denen du dich von deinen Wettbewerbern abheben kannst.



Das gilt für deine Blogartikel und für Social Media.

Im besten Fall erkennt dein Betrachter dein Unternehmen im Vorbeiscrollen anhand deiner Farben.

FARBFILTER

Manchmal musst du mit dem arbeiten, was da ist: Wenn die Bilder nicht durchgehend in deiner Farbfamilie sind, kann es passieren, dass der Gesamteindruck unruhig wirkt. In so einem Fall kannst du mit einem Farbfilter arbeiten, um einen einheitlichen Look zu erzeugen. Und Ruhe.



SCHWARZ-WEISS

Wenn du deine Markenfarben ultimativ unterstützen möchtest, kannst du in deinen Fotos gleich komplett die Farbe streichen. Fast alle Bilder gewinnen in schwarz-weiß an Aussagekraft. Unaufgeräumte Hintergründe können so gerettet werden.

Den Trick kannst du immer dann anwenden, wenn viele verschiedene Bilder aus mehreren Quellen zusammenkommen.



FREISTELLEN

Inzwischen hat fast jedes Bildbearbeitungs-Tool die Möglichkeit, dein Motiv freizustellen. Sogar der Elementor bietet die Funktion direkt in WordPress an. Wenn dein Hintergrund sehr unruhig ist, versuche dein Foto freizustellen.

Auch für Stockfotos lohnt sich diese Option. Nicht immer ist das komplette Bild für dich brauchbar. Vielleicht hat der Hintergrund einen falschen Kontext.

WEG VOM RECHTECK

Weiche bewusst von Standards ab. Mit einem Sechseck oder einem Kreis kannst du Akzente setzen.

GRAFIKEN

Grafiken und Illustrationen können dir helfen, komplexe Sachverhalte oder Zusammenhänge besser zu erklären. Wenn du über ein schwieriges Thema schreibst, können Grafiken deinen Lesern helfen, das Thema besser zu verstehen.

ILLUSTRATIONEN

Mit Illustrationen kannst du einen eigenen, individuellen Stil umsetzen.

Das ist allerdings eine zeit- oder kostenintensive Lösung. Für deine eigenen Illustrationen brauchst du Zeit, genauer gesagt, ein guter Illustrator arbeitet nicht umsonst.

Bleib auch bei deinen Illustrationen in deiner Farbfamilie.

INFOGRAFIKEN

Die kleinen Geschwister von Illustrationen sind Infografiken. Die kann im Prinzip jeder selbst erstellen. Es gibt genug Vorlagen, die komplexe Informationen schnell und informativ grafisch umzusetzen.

DIE RICHTIGE GRÖSSE

BILDGRÖSSE

Bilder vom Fotografen sind riesig. Das merken wir aber im Alltag nicht, denn moderne Laptops verarbeiten diese Datenmassen, ohne mit der Wimper zu zucken. Die hohe Auflösung braucht man allerdings nur für den Druck von Flyern, Postern und Rollups. Für deine Webseite reicht eine kleinere Auflösung. Je größer die Bilder, desto länger werden die Ladezeiten. Für mobile Nutzer deines Blogs ist das eine Zumutung. Verkleinere deine Bilder, bevor du sie auf deine Webseite hoch lädst. Das ist Kundenservice.

Deine Bilder für Blogartikel sollten zwischen 600 und 1400 px breit sein. Auf keinen Fall jedoch breiter als 1920 px.

DATEIGRÖSSE

Die Bildgröße ist eine Stellschraube, die andere ist die Dateigröße. Man kann Bilder speziell für das Web komprimieren. Bedeutet, Bilder werden bei gleicher Größe (immer noch 1920px breit) auf weniger KB optimiert. Im besten Fall ohne Qualitätsverlust (für das menschliche Auge nicht sichtbar). Keins deiner Bilder für dein Blog sollte mehr als 500 KB haben.

Du kannst dafür das Plugin [EWWW Image Optimizer](#) verwenden.

DATEIFORMAT

Für deine Blogartikel kommen zwei Formate infrage.

Wenn deine Bilder oder Grafiken transparente Bereiche haben: PNG. Fotos kannst du mit kleinerer Dateigröße (und ohne Qualitätsverlust) im JPG Format abspeichern. Das modernere WebP Format hat sich noch nicht durchgesetzt. Du kannst die Bilder über ein Plugin zusätzlich in dem Format bereitstellen.

BILDER BENENNEN

Gib deinen Bildern Namen, die sie verständlich beschreiben. Die Namen sollten etwas mit dir, deiner Firma oder dem Produkt zu tun haben. Sprechende Namen können von Google ausgelesen werden.

ALT-TAG

Für blinde Homepage-Nutzer kannst du deine Fotos im ALT-Tag beschreiben. So kannst du deine Blogartikel barrierefrei gestalten.

Beschreibe detailliert, was auf dem Bild zu sehen ist. Hier kannst du bewusst Keywords platzieren.

Fazit: Viele Bilder sind für deine Blogartikel verwendbar, auch wenn sie nicht vom Profifotografen sind. Achte auf gute Qualität und Wiedererkennbarkeit.