



Website-Fotos, Motive, Bildsprache, Briefing, u.v.m.

# 55 Antworten

AUF DIE FRAGE:  
WIE WERDEN MEINE WEBSITE-  
FOTOS WERBEWIRKSAM?

# Einleitung

Wir, Selbstständige, brauchen alle mal Bilder. Aber was für welche, wie viele und wie sollen wir sie überhaupt angehen?

Auch ich war am Anfang mit Website-Fotos aufgeschmissen, obwohl ich da schon seit über 10 Jahren als Fotografin gearbeitet habe.

Inzwischen habe ich an über 15 Websites für mich und andere mitgewirkt und reichlich Erfahrungen gesammelt. Diese Erfahrung gebe ich dir in diesem E-Book weiter.

Ich erkläre dir die wichtigsten 55 Punkte zu Website-Fotos. Mit so viel Infos, wie nötig und so wenig Schischi, wie möglich. Mit knackigen und verständlichen Antworten für jedermann – ob du mit Bildern zu tun hast, oder nicht. Ich jedenfalls wäre damals sehr froh über so eine Zusammenfassung gewesen.

Inzwischen mache ich nicht nur lässige Brand-Fotos, sondern auch Bildstrategie. Ich lerne seit 2016 nonstop über Marketing, Bild-Marketing, Conversion Copywriting (Marketingtexte), SEO, etc..., weil alles mit allem zusammenhängt.

Kurz: Ich kenne deine Situation in-und auswendig und weiß, welche Fragen dich beschäftigen: auf diese habe ich Antworten.

WARUM DIESES E-BOOK?



## Wie du mit diesem E-Book arbeitest

Du findest hier die 55 Antworten auf die 55 am häufigsten, mir gestellten Fragen. Diese Fragen kommen alle von Interessenten und Kunden – ich habe nicht eine von ihnen selbst erfunden. Lediglich zusammengefasst und daraus dieses E-Book erstellt.

Alle Fragen drehen sich um eine große, zentrale Frage:

**Wie schaffst du's, in jeder Hinsicht professionelle und werbewirksame Website-Fotos zu bekommen?**

Manche Antworten sind sehr kurz, andere gehen etwas mehr in die Tiefe.

Es gibt sehr komplexe Themen. Wenn du dich hier und da tiefer eingraben möchtest, kannst du das mit meinen Blogposts tun, auf die ich im Text immer wieder verlinke.

Außerdem gebe ich dir echte Fallbeispiele, um dir die Inhalte leicht verständlich zu machen. Diese Beispiele sind mit einer Glühbirne gekennzeichnet.



# FÜR WEN IST DIESES E-BOOK?



Als Selbstständige hast (oder baust) du eine Business-Website oder kümmerst dich um die Website von Kunden.

Du bist (angehender) Businessfotograf.

Dich interessiert,

- wie sich Bilder nahtlos in die Website einfügen,
- welche Fotos deine Marke braucht,
- und auch, welche Bilder zu deinen Kunden passen und wie du das hinkriegst.

Du möchtest hochwertige und ganzheitlich durchdachte Fotos haben, weil du weißt, dass Bilder ein entscheidender Faktor in der Werbung sind.

Du möchtest nicht nur hübsche Aufnahmen, sondern werbewirksame Fotos, die die Botschaft vermitteln, auf die deine Wunschkunden aus sind, die eigenständige Motive und eine passende Bildsprache haben und die gesamte Website aufwerten.

Du ahnst, dass gute Website-Fotos mehr Zuwendung brauchen, als schnell ein Fotoshooting zu buchen. Nämlich eine vernünftige Recherche, eine gewissenhafte Planung und das Wissen darum, was du willst und warum.




## **Was kannst du von diesem E-Book erwarten – und was nicht?**

Du bekommst eine Seite je Frage + Antwort.  
Dieses E-Book liefert dir verständliche, prägnante, relevante und fundierte Antworten.

Ich zeige dir Praxis-Beispiele und verlinke immer wieder auf spezielle Blogbeiträge, falls du einzelne Themen vertiefen möchtest.

Du bekommst eine schnelle Klarheit auf einer unkomplizierten Sprache auf die meist-gestellten Fragen rund um Website-Fotos.

Was das E-Book nicht liefert, sind wissenschaftliche Abhandlungen und langatmige, schwammige Inhalte.



# INHALT

## 1 Website-Fotos

1. Was können Bilder?
2. Sind Fotos auf der Website wirklich notwendig?
3. Gibt es ein angemessenes Verhältnis zwischen Bild und Text?
4. Taugen normale Aufnahmen als Website-Fotos?
5. Was sind die 3 goldenen Regeln für gute Website-Fotos?
6. Warum brauche ich eigene Bilder?
7. Selbst-geknipste,- oder Profi-Fotos?
8. Sind Stockfotos nicht die beste Lösung?
9. Wo finde ich wirklich gute Stockfotos?
10. Was ist ein Header oder Hero-Shot?
11. Sind Produktfotos oder Moodbilder besser?
12. Brauche ich Portraits, wenn ich Produkte verkaufe?
13. Welche sind die richtigen Motive, wenn ich Dienstleister bin?
14. Welche Website-Fotos brauche ich wirklich?
15. Wie viele Bilder sollen auf eine Unterseite kommen?
16. Was sind die wichtigsten Aufnahmen für einen One-Pager?
17. Sind Einzelfotos oder Serien besser?
18. Wie häufig muss ich die Fotos ändern oder erneuern?
19. Lohnt es sich Fotos zu machen, wenn ich frisch im Business bin?
20. Welche Fotos soll ich auf meiner Website lieber nicht verwenden?
21. Wie kann ich schnell und mit wenig Aufwand gute Fotos machen?

# INHALT

## 2 Bildstrategie (Bildmotive & Bildsprache)

22. Was ist eine Bildstrategie?
23. Wann brauche ich strategische Bilder?
24. Welcher Fotograf weiß, was für Bilder ich brauche?
25. Worauf muss ich bei Website-Fotos achten?
26. Wie komme ich auf gute Motiv-Ideen?
27. Mit welchen Fotos erzeuge ich Aufmerksamkeit?
28. Wie bekomme ich bessere Header/Hero-Images?
29. Wie entwickelst du eine passende Bildsprache?
30. Wie kann ich triste, schwierige Themen in Bildern ausdrücken?
31. Wie bringe ich Emotionen ins Bild?
32. Wie mache ich die Bilder passend zu meiner Website?

## 3 Briefing

33. Was gebe ich in Auftrag beim Fotografen?
34. Welcher Hintergrund passt zu meinen Fotos?
35. Soll ich im Studio, outdoor oder bei mir shooten?
36. Wer macht mir ein gutes Briefing?
37. Was beinhaltet ein gutes Briefing?
38. Was sind die 5 wichtigsten Kriterien für einen guten Fotografen?

# INHALT

## 4 Fotoshooting

- 39. Was sind die Voraussetzungen für ein gelungenes Fotoshooting?
- 40. Zu welchem Zeitpunkt macht ein Fotoshooting Sinn?
- 41. Was kosten Businessfotos?
- 42. Es gibt viele Shooting-Arten – welches passt zu mir?
- 43. Bekomme ich alle Nutzungsrechte?
- 44. Wie muss ich mich auf das Shooting vorbereiten?
- 45. Gibt es ein Rezept dafür, wie ich vor der Kamera locker werde?
- 46. Wie schaffe ich eine gute Bildkomposition bei Portraits?
- 47. Wie kann ich durch Bilder meine Kompetenz zeigen?

## 5 Technisches

- 48. Welches Datei-Format empfiehlst du?
- 49. Welche Bild-Formate braucht eine Website?
- 50. Wie hoch soll die Auflösung der Bilder sein?
- 51. Welche Bildgrößen soll ich verwenden?
- 52. Wo und wie kann ich meine Fotos komprimieren?
- 53. Wie soll ich meine Bilder benennen? (Bilder-SEO)
- 54. Welchen Alt-Text vergebe ich meinen Fotos?
- 55. Welche Tools kannst du mir empfehlen?



# 6 Warum brauche ich eigene Bilder?

**Eigene Fotos sind ein Muss, wenn du eine Marke aufbauen möchtest.**

Gegenüber von Stockfotos werden deine Bilder beim Fotografen speziell

- auf dein Business,
- deine potenziellen Kunden
- und auf deine Website zugeschnitten.

Selbst, wenn dein Fotograf ohne Bildkonzept arbeitet, (wovon ich dir bei Personal-Brand-Fotos abrate) bekommst du meistens passendere Aufnahmen, als würdest du Massenware kaufen/verwenden.

**Website-Fotos sind Werbefotos** – sie können nur dann wirksam sein,

- wenn sie dich adäquat vertreten (sie zeigen deine Markenwerte, vermitteln deine Botschaft, stehen für die Qualität deiner Angebote)
- wenn sie zu deinen Interessenten sprechen (denn Website-Fotos müssen genau deine Wunschkunden anziehen)
- wenn sie inhaltlich zu deinem weiteren Content (wie Texte, Grafiken, Videos, etc...) und stilistisch zu deiner gesamten Aufmachung (Corporate Identity) passen
- wenn sie durch ihre Platzierung deinen Website-Besucher durch die Seite leiten und sie letztlich zu der gewünschten Handlung führen. (Z.B. dich kontaktieren, ein Produkt kaufen, dir auf Instagram folgen, dein Freebie herunterladen, etc...)

# 12 **Brauche ich Portraits, wenn ich Produkte verkaufe?**

Absolut! Denn **Menschen kaufen, wenn sie vertrauen.**

Damit sie uns vertrauen, müssen wir ihnen gewisse Beweise liefern. Da zwischen ihnen und uns ein Laptop und manchmal tausende von Kilometern sind, können sie uns weder hautnah erleben, noch unsere Produkte testen.

Bilder gelten Texten gegenüber immer noch – trotz Photoshop und künstlichen Bildgeneratoren – als viel glaubwürdiger, warum wir gewisse Bild-Arten auf der Website nutzen sollten, um dieses Vertrauen aufzubauen und zu stärken.

Eine der wichtigsten solcher Bild-Arten ist das Portrait. Völlig egal, was du verkaufst.

Wenn du eine Personenmarke hast, dreht sich die Marke, wie es schon der Name sagt, um dich. Wenn dein Interessent kein Foto von dir sieht, bleibst du oder deine Marke anonym.

Das ist wenig vertrauenserweckend, zumal die “Über-Mich”-Seite die zweit-meist-besuchte Unterseite einer Website ist. D.h., dass die Menschen sehr wohl wissen wollen, mit wem sie es zu tun haben.

Portraits sind ein Muss, besonders für Berufe, wo du eng mit Menschen zusammenarbeitest und Sympathie und Chemie entscheidend sind. (Coaches, Trainer, Fotografen, Make-Up-Artisten, Berater, etc...)

# 39 Was sind die Voraussetzungen für ein gelungenes Fotoshooting?

Die wichtigsten Voraussetzungen für ein gelungenes Fotoshooting sind:

- ein gewissenhaftes **Briefing für den Fotografen**, das alle wichtigen Punkte über die Bilder beinhaltet, die für das Shooting relevant sind
- genaue **Absprachen** mit allen Beteiligten
- der passende **Experte**, der deine Bilder schießt – wenn das Portfolio des Fotografen keine Profi-Tieraufnahmen enthält, würde ich meine Pferdezucht nicht von ihm ablichten lassen
- die **Chemie** zwischen dir und dem Fotografen
- eine ordentliche **Shootingvorbereitung**
- **Selbstverantwortung**: du weißt, welche Bilder du brauchst und warum
- Immer wieder eine **Bildkontrolle** auf einem großen Display während des Shootings

Wenn du dich mit dem Thema tiefergehend beschäftigen möchtest, lies meinen Artikel: [Gute Fotos: 10 Tipps für tolle Bilderergebnisse](#)

# 49

## Welche Bild-Formate braucht eine Website?

Die 3 wichtigsten Formate, die wir häufig auf Websites sehen:

- **Hochformat** (z.B. Portrait)
- **Querformat** (z.B. Raumaufnahmen, Visual Storytelling)
- das längliche Foto im Seitenverhältnis **16:9** und länger. Für das Header-Bild oder Hero-Image)

Welche Formate du auch brauchst, solltest du sie vor dem Shooting planen. Denn nichts ist ärgerlicher, als ein aussagekräftiges Bild zu haben, das du als Header doch nicht verwenden kannst, da in der Computeransicht oben und/oder unten ein wichtiger Teil des Motivs fehlt, (häufiges Problem, dass gerade die Augen nicht mehr sichtbar sind) und auf dem Smartphone du – oder bei Fotografen dein Kunde – rechts hart abgeschnitten wird.

Setze dich mit deinem Webdesigner und/oder Programmierer zusammen und überlege, welche Formate du brauchst, bevor es ins Shooting geht.

Ein gutes Briefing beinhaltet immer auch diese Punkte: Motive & Formate.