

Wie Sie das richtige Foto für Ihre Website finden

Da Bilder und Videos in der Kommunikation immer wichtiger werden, widmen wir uns diesem Thema mit verschiedenen Beiträgen in den nächsten Ausgaben unseres Newsletters. Dulcey Reiter, Senior Global Campaign Manager bei TechSoup, macht den Auftakt und gibt wertvolle Tipps, wie Ihre Organisation die richtigen Fotos für Ihre Webseiten findet.

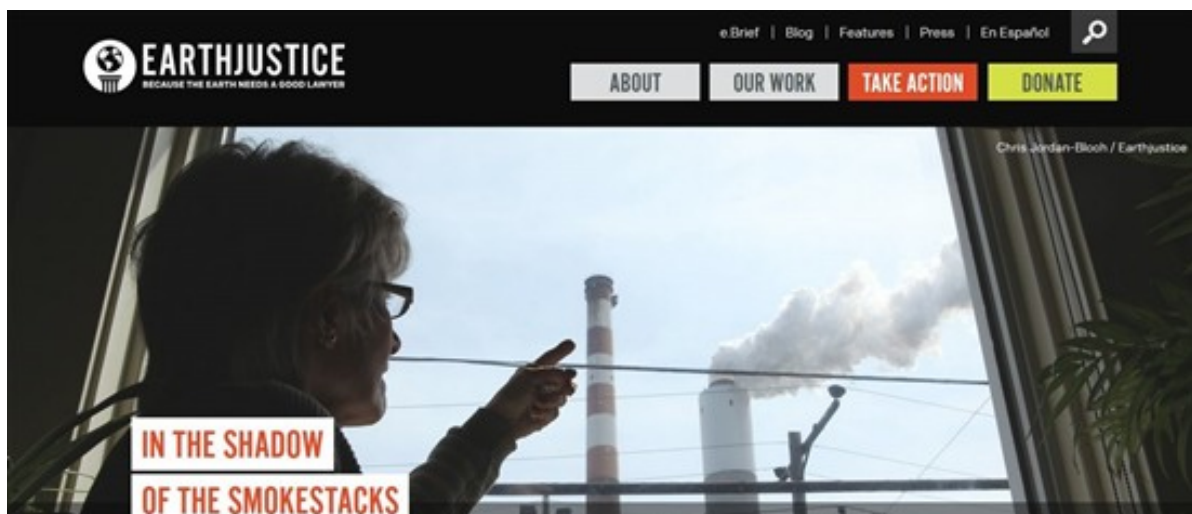
1) Behandeln Sie Fotos als Inhalt?

Stopp! Strecken Sie sich! Fokussiert?

Gut, denn dies hier ist wichtig: Fotos und andere Bilder sollten nie als reine Dekoration verwendet werden.

Bilder sind ein wichtiges Element, manchmal sogar wichtiger als der Text. Der Nutzer macht sich eher Gedanken zu den Bildern, als den ganzen Text auf der Webseite zu lesen. Die Bildgebung sollte den textlichen Inhalt reduzieren, indem sie bereits wichtige Dinge wie Tonalität, Markenbotschaften, Kontext visuell erzeugt“, sagt Tyler Benari, Designer bei TechSoup.

Machen Sie es so:



Warum es funktioniert: Dieses Bild zeigt einen klaren Zusammenhang zwischen den rauchenden Schornsteinen, die die Umwelt verpesten, und der Frau im Vordergrund, die auf die Schornsteine zeigt. Wenn das Bild ohne Text auf der Website wäre, würden die Nutzer die Botschaft trotzdem verstehen.

So sollten Sie es nicht machen:



Warum es nicht funktioniert: Tja, wo sollen wir anfangen? Ein Foto einer Bildagentur wirkt immer gekünstelt. Und es ist vollkommen unklar, was das Händeschütteln der Teammitglieder mit Partnerschaften zu tun hat und schon gar nicht mit der Verbreitung von Breitband-Internetanbindungen.

2) Ist das Bild relevant?

Anders gesagt: Entspricht das Bild dem Zweck Ihrer Website? Es ist wichtig, dass das Bild Ihre Marke und Ihr Unternehmensleitbild widerspiegelt.

Das Bild sollte auch die Botschaft, die Sie vermitteln wollen, darstellen. TechSoups Design-Guru Tyler sagt dazu Folgendes: „Seht euch vielmehr die Idee an, die Ihr kommunizieren wollt, als das Thema. Wenn es um die Zusammenarbeit von Leuten in der Cloud geht, sind Fotos der Cloud (Thema) schlechter als Fotos von Leuten, die zusammenarbeiten (Idee).“

Machen Sie es so:



Warum diese Bilder funktionieren: Sie illustrieren genau den Inhalt der jeweiligen Website und die Arbeit der Organisation.

So sollten Sie es nicht machen:



Warum es nicht funktioniert: Dieses Bild körperloser Papiermenschen informiert weder über die Arbeit der Organisation, noch gibt es einen Hinweis auf das „cloud-based collaboration tool“, das im Text erwähnt wird.

3) Spricht das Bild Ihre Nutzer an? Spricht es Sie überhaupt an?

Wir sind Menschen: Wir identifizieren uns gerne mit Dingen in unserem Umfeld, sogar mit Websites, die wir besuchen, und Organisationen, die wir unterstützen. Machen Sie es Ihren Nutzern einfacher: Wählen Sie Bilder aus, mit denen sich Menschen identifizieren können. Dadurch können potentielle oder aktuelle Nutzer einen Zusammenhang herstellen zwischen der Arbeit Ihrer Organisation und Ihrem Leben. Vielleicht nutzen Sie auch Bilder von real existierenden Personen, die Ihre Geschichte erzählen; es ist sogar noch besser, wenn Menschen ein Teil Ihrer Mission sind.

Machen Sie es so:



Warum es funktioniert: Dieses Bild zeigt real existierende Personen in einer realen Situation. Die Verbindung zwischen wirtschaftlichem Fortschritt und Hoffnung wird dargestellt. Das Lächeln der Frauen und der Blickkontakt beeinflussen die Nutzer positiv. Des Weiteren wirkt das Foto ansprechend und interessant durch die kräftigen Farben.

So sollten Sie es nicht machen:



Warum es nicht funktioniert: Der schwebende Laptop auf weißem Hintergrund erklärt nicht, was „Virtualization“ ist (oder wie der Laptop von sich aus frei schweben kann). Als Betrachter spricht einen das Bild auch persönlich nicht an, weil Personen fehlen.

4) Wählen Sie die richtige Bildgröße für mehr Spannung

Wo steht das von Ihnen ausgewählte Bild auf einer Spannungs-Skala von 1 bis 10? Wie sehr beeinflusst die Bildgröße diese Spannung? Kurz gesagt, Sie wollen Fotos, die die Nutzer sofort sehen können, ohne lange zoomen oder scrollen zu müssen.

Die Webseite von [Half the Sky](#) ist ein perfektes Beispiel für den richtigen Gebrauch von großen Bildern.



5) Unterscheidet sich Ihr Foto von anderen?

Hier sind 3 Gründe, warum der Gebrauch von unverwechselbaren Fotos wichtig ist:

- Fotos von Bildagenturen sind scheußlich. Sie sehen unnatürlich und langweilig aus und haben keine emotionale Tiefe.
- Fotos von Bildagenturen werden wahrscheinlich auch auf anderen Webseiten verwendet. Denn was kostenlos und einfach für Sie ist, ist auch kostenlos und einfach für andere. Und schließlich werden Sie dafür belächelt, dass Sie dieselben Marketingmaterialien haben, wie andere Organisationen.



- Und hier kommt das Wichtigste: Ihre Nutzer vertrauen Ihren Bildern. Allgemeine Fotos von Agenturen wirken nicht authentisch. Daher würde der Gebrauch dieser Fotos auf Ihrer Webseite kontraproduktiv sein. Das [Berkeley Food & Housing Project](#) zeigt auf seiner Webseite eine Kollage von Angestellten, ehrenamtlichen Mitarbeitern und Leistungsempfängern. Damit wird Authentizität erzeugt.



6) Ist das Bild legal?

Sie müssen sicherstellen, dass Sie die Bildrechte für die Fotos, die Sie verwenden, besitzen. Sie dürfen auf keinen Fall illegal Fotos herunterladen – dies kann oft gravierende Folgen haben. (Sie sollten auch immer den/die Urheber der Bilder nennen.)

Die verwendeten Bilder stammen von folgenden Organisationen:

[Image 1](#): iStock by GettyImages

[Image 2](#): Earthjustice

Image 3: TechSoup

[Image 4](#): charity: water

[Image 5](#): Habitat for Humanity

Image 6: TechSoup

[Image 7](#): World Vision

Image 8: TechSoup

[Image 9](#): Half the Sky Foundation

[Image 10](#): TechSoup Canada

[Image 11](#): Berkeley Food & Housing Project

Copyright © 2015 TechSoup Global. This work is published under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-3.0 Unported.