

Das Erste, das Ihre potentiellen Gäste sehen, sind die Fotos auf Ihrer Internetseite, auf Ihrem Hausprospekt, in unserem Online-Buchungsportal und den Online-Buchungsportalen unserer Vertriebspartner. Für viele Gäste sind Bilder wichtige Entscheidungskriterien. Sind diese Bilder schlecht, übertragen die Gäste dies auf die Unterkunft – und sind weg. Aussagekräftige Bilder einer Unterkunft können somit den entscheidenden Ausschlag im Buchungsprozess geben. Voraussetzung dafür sind Professionalität, Qualität und Inhalt.

Im Rahmen unseres regionalen Reservierungsverbundes *Thüringen buchen* möchten wir Ihnen nachfolgend praktische Tipps geben und Sie darin unterstützen, mit Ihren Fotos das Beste Ihrer Unterkunft zu präsentieren, um die Gäste gezielt anzusprechen.

Professionalität und Qualität

Sie gehen zumeist Hand in Hand. Ein gut gewählter Fotograf wird sich mit Ihnen und Ihrem Produkt auseinandersetzen und erst im Anschluss an ein ausführliches Gespräch mit den Fotoaufnahmen beginnen. Ein solches professionelles Fotoshooting hat durchaus seinen Preis, doch werden Sie mit der Qualität des Ergebnisses rundum zufrieden sein und Bildmaterial vorliegen haben, das als Markenzeichen für Ihr Produkt auf vielfältige Weise genutzt werden kann.

Wer sich keinen professionellen Fotografen leisten kann oder möchte, sollte bei der Aufnahme seines Bildmaterials die Grundvoraussetzungen für ein qualitativ hochwertiges Foto einhalten:

- Jedes Smartphone kann heutzutage Schnappschüsse aufnehmen und bearbeiten, doch unterscheiden sich diese Aufnahmefunktionen stark von reinen Fotokameras. Für die optimale Präsentation Ihres Angebots sollten Sie sich daher Zeit nehmen und auf geeignete Geräte zurückgreifen.
- Achten Sie bei der Aufnahme Ihrer Bilder auf die Lichtverhältnisse. Gegenlichtaufnahmen sind ebenso wenig empfehlenswert wie halbseitige Schatten auf Personen. Auch wenn ein Sonnenuntergang oder ein Foto bei Nacht Stimmung transportiert, erweckt das Zwielflicht den Anschein, Sie hätten etwas zu verbergen. Heben Sie die Vielfalt Ihres Produktes auch durch unterschiedliche Aufnahmezeiten hervor (verschiedene Tages- und Jahreszeiten).
- Die Bilder sollten im Original mindestens 300 dpi (dots per inch) haben, damit sie klar und scharf gedruckt werden können. Eingescannte Fotoentwicklungen sind ein absolutes Tabu.
- Die Bildmaße sind abhängig vom gewünschten Einsatz, z.B. für die ganzseitige Darstellung eines Bauernhofes, als Zimmerbild für den A5-Flyer oder ein Gruppenbild des Teams für die Internetseite. Unsere Empfehlung: lieber zu groß als zu klein! Große Aufnahmen können zurechtgeschnitten und skaliert werden, kleine Aufnahmen können nur unter Qualitätsverlust vergrößert werden.

Inhalt

Die Tourismusbranche und das Gastgewerbe leben von Emotionalität und Visualität. Lassen Sie das Bild sprechen beziehungsweise versuchen Sie mit Ihren Bildern eine Geschichte zu erzählen. Schaffen Sie es, mit Ihren Bildern individuelle Eindrücke und realistische Situationen zu vermitteln, kann Ihr Produkt besser verkauft werden. Denn so werden die Inhalte wirklich nachvollzieh- und erlebbar für Ihre Gäste, sie fühlen sich persönlich angesprochen und zu Ihrem Produkt hingezogen.

Wählen Sie Ihre Bilder gezielt aus und überfrachten Sie Ihr Informationsmaterial nicht mit Fotos. Bilder nur der Bilder wegen kann kontraproduktiv und ablenkend sein. Achten Sie vielmehr auf die nachfolgenden drei Goldenen Regeln bei der Bildsprache im Tourismus:

1. Was unterscheidet Sie und Ihr Produkt von allen anderen?

Finden Sie heraus, was Ihr Alleinstellungsmerkmal ist – und zwar aus Sicht der Gäste. Dies kann beispielsweise

- ein ganz besonderer Ausblick von der Frühstücksterrasse,
- der Koch, der überregional bekannt ist,
- eine Handwerkskunst, die von den Gastgebern beherrscht wird (wie etwa das Buttermachen),
- das Gebäude selbst oder auch nur Teile davon

sein.

Setzen Sie diese Einzigartigkeit gezielt in den Mittelpunkt Ihrer Fotos. Sie zeigen Ihren Gästen, was sie Tolles zu erwarten haben, und bleiben ihnen beim Vergleich mit alternativen Unterkünften in Erinnerung.

2. Authentizität und Individualität kommen bei den Gästen an.

Statt eines gestellten Fotoshootings mit austauschbaren Models, sollten Sie realistisch wirkende Menschen, z.B. die echten Gastgeber auf Ihren Fotos abbilden. Zeigen Sie Ihren baldigen Gästen, wer sie willkommen heißt, z.B. ein Zimmermädchen mit einem bezaubernden Lächeln, ein Hausherr, der die Koffer trägt, die Hausherrin, die im Garten Blumen für die Zimmerdekoration pflückt oder der Koch, der das köstliche Abendessen zubereitet.

Damit schaffen Sie einen persönlichen Bezug zu Ihren Gästen und sie fühlen sich eingeladen. Die so geweckten Erwartungen können Sie ohne weiteres erfüllen, da sie der Wahrheit entsprechen.

3. Konzentrieren Sie sich auf das Wichtigste.

Überlegen Sie sich genau, was Sie auf Ihren Fotos zeigen wollen. Alles, was nicht dazu gehört, sollte auch nicht mit auf das Bild. Wenn also der Stuhl das Bild stört, dann räumen Sie ihn für diese Momentaufnahme aus dem Blickfeld.

Lassen Sie weg, was nicht relevant ist. Gehen Sie nah ran in Ihrer Aufnahme. Alles Drumherum lenkt nur ab von dem, was Sie in Ihrem Bild transportieren wollen.

Mit dem richtigen Bildmaterial haben Sie das Interesse Ihrer Gäste auf Ihr Produkt gelenkt, jetzt benötigen Sie nur noch die richtigen Worte, um Ihre Gäste zu überzeugen.

Nutzen Sie dafür gern unser Informationsblatt **Geschichten transportieren im Tourismus**.