

DNKLD SGN

branding/marketing/webdesign

Website-Fotos & Bildwelt- Checkliste

Praktische Checkliste für eine authentische und konsistente Bildsprache



Website-Fotos & Bildwelt-Checkliste

Bilder prägen den ersten Eindruck schneller als jeder Text. Mit dieser Checkliste planen Sie Motive, Produktion, Auswahl und technische Aufbereitung so, dass Ihre Bildwelt zur Marke passt und auf der Website funktioniert.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Ziel und Bildstrategie

- ☐ Die gewünschte Wirkung der Bildwelt ist in wenigen konkreten Begriffen beschrieben.
- ☐ Bilder unterstützen Positionierung und Kernbotschaften statt nur Flächen zu füllen.
- ☐ Es ist geklärt, welche Zielgruppen sich in den Motiven wiederfinden sollen.
- ☐ Authentische Eigenaufnahmen werden gegenüber austauschbaren Stockmotiven priorisiert.
- ☐ Farbwelt, Licht, Perspektive und Bildbearbeitung passen zum Corporate Design.
- ☐ Für unterschiedliche Leistungen und Seitentypen ist eine einheitliche Bildlogik definiert.

02 Motiv- und Shotliste

- ☐ Benötigte Motive sind pro Seite oder Inhaltsbaustein aufgelistet.
- ☐ Es gibt Übersichts-, Halbnah-, Detail- und Anwendungsmotive für flexible Layouts.
- ☐ Querformat, Hochformat und großzügige Freiflächen für Text wurden eingeplant.
- ☐ Wichtige Arbeitsabläufe werden in mehreren nachvollziehbaren Schritten fotografiert.
- ☐ Produkte, Werkzeuge und Ergebnisse werden aus kundenrelevanter Perspektive gezeigt.
- ☐ Saisonale oder schnell veraltende Motive werden bewusst gekennzeichnet.

03 Menschen und Team

- ☐ Inhaber und zentrale Ansprechpartner sind aktuell und sympathisch porträtiert.
- ☐ Teamfotos zeigen echte Zusammenarbeit statt unnatürlicher Gruppenaufstellung.
- ☐ Kleidung, Umgebung und Haltung entsprechen der tatsächlichen Arbeitssituation.
- ☐ Blicke und Körperausrichtung bieten Varianten für links- und rechtsbündige Layouts.
- ☐ Vielfalt wird glaubwürdig gezeigt und nicht künstlich inszeniert.
- ☐ Abwesende Mitarbeitende und spätere personelle Änderungen sind organisatorisch berücksichtigt.

04 Räume, Orte und Arbeitsweise

- ☐ Außenansicht und Eingang helfen Besuchern, den Standort wiederzuerkennen.
- ☐ Räume sind aufgeräumt, aber weiterhin glaubwürdig und arbeitsnah dargestellt.
- ☐ Sicherheits-, Hygiene- und Datenschutzerfordernungen werden am Set eingehalten.
- ☐ Kunden-, Patienten- oder Mitarbeiterdaten sind auf Displays und Dokumenten nicht sichtbar.

- ☐ Besondere Ausstattung und Qualitätsmerkmale werden gezielt fotografiert.
- ☐ Regionale Bezüge werden nur gezeigt, wenn sie wirklich zum Unternehmen passen.

05 Produktion und Organisation

- ☐ Fototermin, Dauer, Ansprechpartner und Zugang zu allen Motiven sind verbindlich geplant.
- ☐ Ein Zeitplan berücksichtigt Licht, Betriebsabläufe und Verfügbarkeit der Beteiligten.
- ☐ Räume, Produkte, Fahrzeuge und Kleidung sind vor dem Termin vorbereitet.
- ☐ Es gibt einen festen Ablauf und eine priorisierte Liste unverzichtbarer Motive.
- ☐ Für unerwartete Ausfälle, Wetter oder fehlende Personen existiert ein Ersatzplan.
- ☐ Fotograf und Webdesigner stimmen Bildausschnitte und spätere Verwendung vorab ab.

06 Rechte und Einwilligungen

- ☐ Nutzungsumfang, Dauer, Medien und Bearbeitungsrechte sind schriftlich vereinbart.
- ☐ Erkennbare Personen haben der vorgesehenen Veröffentlichung zugestimmt.
- ☐ Bei Minderjährigen oder besonders sensiblen Bereichen liegen passende Freigaben vor.
- ☐ Marken, Kunstwerke, Fahrzeuge und fremdes Eigentum werden nur zulässig abgebildet.
- ☐ Stockbilder stammen aus nachvollziehbaren Quellen mit passender Lizenz.
- ☐ Einwilligungen und Lizenznachweise werden dauerhaft und auffindbar archiviert.

07 Auswahl und Bearbeitung

- ☐ Bilder werden nach Aussage, Authentizität und Layoutnutzen statt nur nach Schönheit ausgewählt.
- ☐ Farbkorrektur und Retusche bleiben konsistent und glaubwürdig.
- ☐ Haut, Materialien und Räume wirken natürlich und nicht überbearbeitet.
- ☐ Ähnliche Motive werden reduziert, damit die Website abwechslungsreich bleibt.
- ☐ Wichtige Bildbereiche sind in mobilen Zuschnitten weiterhin sichtbar.
- ☐ Es existieren abgestimmte Masterdateien und weboptimierte Versionen.

08 Webtechnik und Zugänglichkeit

- ☐ Bildabmessungen passen zur tatsächlichen Darstellungsgröße und zum responsiven Layout.
- ☐ Dateien sind sinnvoll komprimiert, ohne sichtbar an Qualität zu verlieren.
- ☐ Moderne Formate werden eingesetzt, wenn Browserunterstützung und Workflow passen.
- ☐ Dateinamen sind verständlich und nicht mit Kameranummern oder Sonderzeichen gefüllt.
- ☐ Alternativtexte beschreiben den Informationsgehalt statt Suchbegriffe aufzuzählen.
- ☐ Dekorative Bilder werden technisch so behandelt, dass sie assistive Technologien nicht stören.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Die Bildwelt muss zur Realität passen

Die stärksten Website-Fotos zeigen nicht irgendein perfektes Unternehmen, sondern Ihr tatsächliches Unternehmen von seiner besten, glaubwürdigen Seite.

Diese Checkliste ist keine Rechtsberatung. Lassen Sie Einwilligungen, Lizenzen und datenschutzrelevante Aufnahmen bei Bedarf fachlich prüfen.