

GUIDELINE FÜR DIE OPTIMALE VERWENDUNG VON BILDMATERIAL

Die visuelle Präsentation eines Erlebnisses hat einen größeren Einfluss auf die Kaufbereitschaft als jeder noch so gute Beschreibungstext. Bilder werden von unserem Gehirn schneller erfasst als Text, wirken überzeugender und emotionaler. Zudem können sie entscheidungsrelevante Merkmale vermitteln, die sich schlicht nicht in Worte fassen lassen. Doch es gibt gute Bilder und schlechte Bilder.

Je schöner und aussagekräftiger die Bilder, desto öfter geklickt, angesehen – und gekauft! Gute Bilder lösen im Unterbewusstsein positive emotionale Reize aus, die erheblich zum Kauf beitragen. Deshalb sind qualitativ hochwertige Bilder ein wichtiger Schlüssel zur optimalen Vermarktung Ihres Erlebnisses – in Ihrem wie in unserem Interesse.

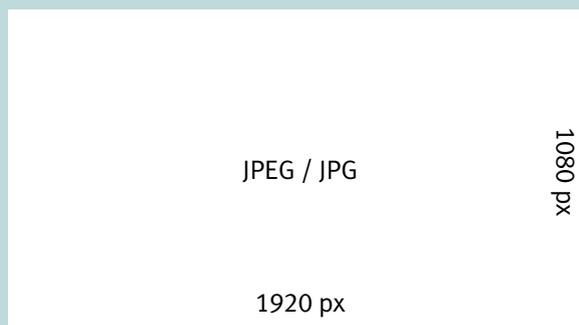
Folgende wichtige Punkte sollten Sie bei der Auswahl Ihres Bildmaterials beachten:

ALLGEMEINE INHALTLICHE VORGABEN

- Motive, die den Erlebnisablauf darstellen
- Unterschiedliche Perspektiven verwenden
- Fotos von einem oder mehreren Teilnehmern beim aktiven Erleben

ALLGEMEINE TECHNISCHE VORGABEN

- Mögliche Dateiformate: JPEG / JPG
- Mindestformat: Full HD (1920 x 1080 px)
- Querformat, möglichst kein Hochformat
- Keine firmen- oder personenbezogenen Angaben (z. B. Logos, Nummernschilder etc.)





Ja

Optimales Wetter



nein



Ja

Außergewöhnliche Locations



nein



Ja

Atmosphärische Settings

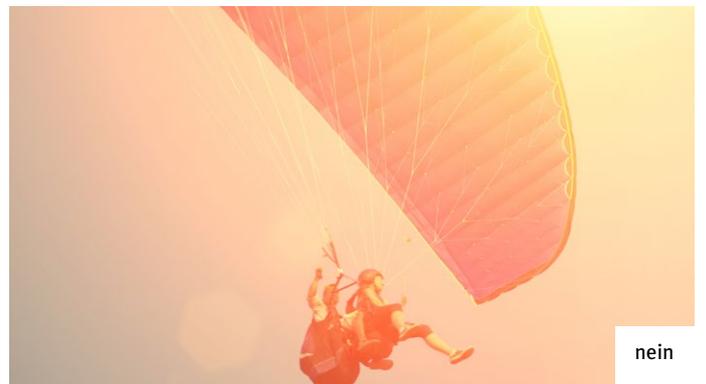


nein



Ja

Gute Belichtung



nein



Ja

Klarer Fokus auf das Erlebnis



nein



Ja

Schärfe!



nein



Ja

Ästhetisch und begerlich



nein



Ja

Dynamisch



nein