

CONTENT DESIGN IM INBOUND MARKETING

VISUELLE MEDIEN VERSTEHEN UND GESTALTEN



ROBERT WELLER

www.toushenne.de

Kannst du ihn auch nicht mehr hören?

Diesen Spruch „*Ein Bild sagt mehr als tausend Worte*“ ?

Mal ehrlich, die meisten Blogger interpretieren ihn sowieso völlig falsch.

Du wahrscheinlich auch.

Aber ich gebe dir dafür keine Schuld.

Es geht nur nicht darum, jeden Blogartikel einfach mit einem Bild zu untermalen, sondern darum, die Informationsverarbeitung für den Leser zu vereinfachen. Ein schönes Bild vom Strand weckt Emotionen, vielleicht Erinnerungen und erzeugt eine gewisse Grundstimmung. Aber es unterstützt nicht die wichtigen Inhalte des Artikels.

Zugegeben, ich beziehe mich in diesem Fall auf „Informationsblogs“ die in gewisser Weise Wissen vermitteln und nicht vom letzten Urlaub oder Frühstück erzählen (nein, das ist kein Seitenhieb an alle Travel- und Foodblogger), dennoch glaube ich, dass es eigentlich jeden betrifft, der seinen Blog professionell betreibt.

ICH MÖCHTE DAHER ERKLÄREN, WARUM UND VOR ALLEM WIE VISUELLER CONTENT FUNKTIONIERT.

INHALTSVERZEICHNIS

TEIL 1. WARUM VISUELLER CONTENT IM ONLINE-MARKETING BESSER FUNKTIONIERT ALS REINER TEXT

Visuelle Content-Formate für Blogs

TEIL 2. RECHTLICHE RISIKEN BEI DER VERWENDUNG VON BILDERN IN SOCIAL MEDIA

TEIL 3. PASSENDE BILDER FÜR DEINEN BLOG (UND SOCIAL MEDIA) FINDEN

Die verschiedenen Creative Commons Lizenzmodelle

Kostenlose Bilder aus Stockarchiven

Rechtliche Risiken bei Bildern aus Stockarchiven

TEIL 4. KOSTENLOSE TOOLS UM FOTOS ONLINE ZU BEARBEITEN

Bearbeitung von Bildern

Gestaltung von Infografiken

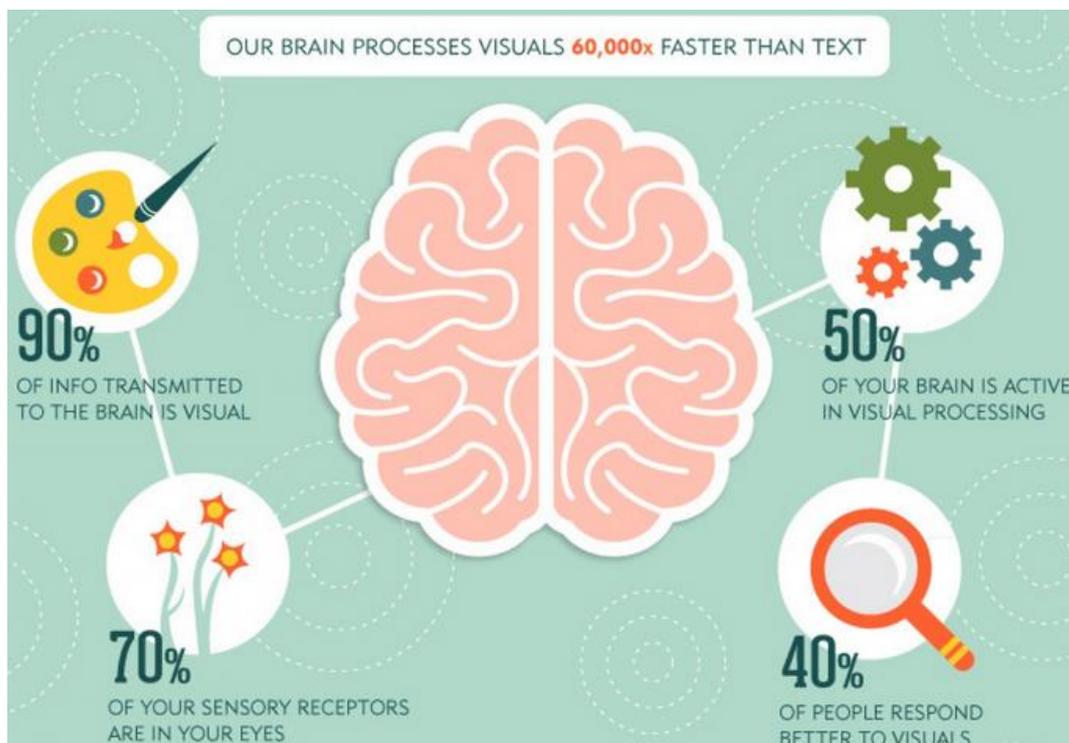
TEIL 5. DAS IDEALE BILDFORMATE UM DIE WIRKSAMKEIT DEINER SOCIAL MEDIA BEITRÄGE ZU MAXIMIEREN

TEIL 6. BLOG SPECIAL: BILDER KOMPRIMIEREN UM DIE LADEZEIT DEINER WEBSEITE ZU OPTIMIEREN

1

**WARUM VISUELLER CONTENT
IM ONLINE-MARKETING
BESSER FUNKTIONIERT
ALS REINER TEXT**

Bilder stimulieren im Gehirn bestimmte Areale, die wir nur durch das Lesen nicht erreichen können. Dadurch können wir uns an Informationen aus Bildern selbst nach drei Tagen noch fünf- bis sechsmal besser erinnern. Forscher bezeichnen diese wissenschaftlich belegte Erkenntnis als „**Picture Superiority Effect**“ [1]. Zudem verarbeitet unser Gehirn visuelle Informationen 60.000 Mal schneller als Text.



90% der an unser Gehirn weitergeleiteten Informationen sind visuell!

Und weißt du was noch?

90% aller Kaufentscheidungen werden durch visuelle Faktoren beeinflusst [2]!

Und mit Social Media Statistiken, die belegen, dass visuelle Inhalte eine höhere Interaktionsrate erzeugen, habe ich noch gar nicht angefangen!

Da ist es doch nicht verwunderlich, dass fast die Hälfte aller Besucher einer Webseite das Design als oberstes Kriterium nennt, um die Glaubwürdigkeit des Autors einzuschätzen. Sie kommen zu der Annahme:

Professionelles Design = professionelle Person dahinter!

40% of people respond better to visual information than plain text



vs



46%

of people say a website's design is the number one criterion for discerning a company's credibility

Posts with infographics grow traffic an average of

12%

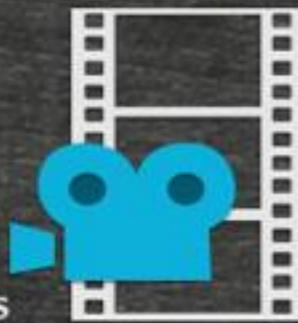
more than those without



Posts that include videos attract

3 times

more inbound links than plain text posts



700

YouTube videos are shared on Twitter every minute



Pinterest accounted for

3.6%

of all referral traffic in 2012 - more than Google+, YouTube & LinkedIn combined.

Photos on Facebook garner more interaction than text, videos, and links



Viewers spend **100%** more time on pages with videos on them



Consumers who watch a product video are

85%

more likely to purchase that product

Allein aus diesem Grund lohnt es sich, wichtige Informationen zu visualisieren.

Doch da sind wir schon beim eigentlichen Problem, denn viele Blogger kümmern sich nur um „irgendein Bild“, um den neusten Beitrag visuell zu untermalen. Klar, Stimmung wird dadurch vielleicht erzeugt und gewisse Emotionen erweckt. Aber erinnern wir uns deswegen nach drei Tagen noch an den Inhalt?

Nicht unbedingt.

Ganz ohne Bilder geht es aber auch nicht, denn im Schnitt lesen wir nur 28% eines Textes. Blogartikel zu visualisieren ist wichtig, nur kommt es eben nicht auf den gesamten Artikel an, sondern vielmehr die Hervorhebung „erinnerungswürdiger“ Inhalte.

Was können wir also tun? Welche Art von visuellen Inhalten können wir in unseren Blogs sinnvoll nutzen?

VISUELLE CONTENT-FORMATE FÜR BLOGS

Beispiele für die verschiedenen Formate findest du beispielsweise bei *Quick Sprout* [3] und *copyblogger* [4], ich verzichte an dieser Stelle auf sie. Folgende visuelle Content-Formate bieten sich zur Verwendung in deinem Blog an:

1. **Eigene/persönliche Fotos**, um deine Inhalte persönlicher zu gestalten.
2. **Stockfotografie**, um Emotionen zu wecken. Wichtig ist der thematische Bezug zum Content!
3. **Screenshots**, um zu zeigen, statt nur zu erzählen.
4. **Tabellen und Diagramme**, um komplexe oder umfangreiche Zusammenhänge zu vermitteln.
5. **Infografiken**, um viele Informationen in ihrer Kurzfassung zu präsentieren und dadurch attraktiver für Social Shares zu machen.
6. **Grafiken** („Free Art“), um Bilder zu individualisieren (zum Beispiel das Hinzufügen von Text).
7. **Comics, Cliparts, Icons und Memes**, um deine Inhalte durch Humor aufzulockern. Der thematische Bezug sollte jedoch auch hierbei gegeben sein!
8. **Bewegt看bild** (Videos, Animationen, Vines, etc.), um quasi alle Vorteile der vorangegangenen Formate zu kombinieren.

Doch bei all diesen Möglichkeiten darf ein Aspekt nicht verloren werden:

Das Branding.

Die Welt der Visuals ist so bunt, da kann eine Marke schnell ihr Image verlieren. Und damit hätten wir unser eigentliches Marketingziel verfehlt, also Vorsicht!

Lieber langsam herantasten, verschiedene Formate testen und immer auf eine einheitliche Bildsprache achten. Je persönlicher sie deine Message transportieren, desto besser.

„Nutze visuellen Content um Aufmerksamkeit zu erregen und in Erinnerung zu bleiben!“



2

RECHTLICHE RISIKEN

BEI DER VERWENDUNG VON BILDERN

IN SOCIAL MEDIA

Bilder beziehungsweise generell visuelle Medien zählen aktuell zu den größten rechtlichen Herausforderungen im Social Web. Das kann ich gut nachvollziehen, denn dazu fallen auch mir spontan einige Fragen ein...

Welches Bild darf ich für meinen Blog nutzen?

Darf ich meinen Blogartikel mit dem Bild dann auch über soziale Medien bewerben?

Muss ich den Urheber nennen oder sogar verlinken? Muss dieser Hinweis auf dem Bild platziert werden oder im Text?

Ein heikles Thema! Bei der Verwendung von Bildern Dritter ist immer Vorsicht geboten, aber wo genau liegen die Gefahren und wie finde ich heraus, ob und für welche Zwecke ich ein Bild nutzen darf?

Die Rechtsanwältin Kathrin Schürmann beantwortet einige der oben gestellten Fragen im *Dr. Web Magazin* [5], wobei für sie ganz klar gilt:

| Keine Verwendung von Fotos ohne Lizenz.

Sie empfiehlt auch über erworbene Lizenzen Buch zu führen um bei nachträglichen Lizenzänderungen seine Rechte zu kennen.

Besondere Vorsicht gilt bei der Verwendung von Bildern in Social Networks, denn viele Plattformen lassen sich Nutzungsrechte von Bildern in Beiträgen übertragen. Doch nur in den seltensten Fällen sind wir selbst zur Unterlizenzierung befugt. Eine Verwendung solcher Bilder ist aufgrund dieses Verstoßes also abmahnfähig!

Hinzu kommt, dass auch selbst geschossene Fotos nicht immer frei verwendbar sind, da ggfs. das Motiv geschützt sein kann. Der Fotograf Henri Cartier-Bresson sagte einst:

” *Fotografieren ist wie Bogenschießen: Richtig zielen, schnell schießen, abhauen.*

Nur ist das Abhauen gerade im Social Web so gut wie unmöglich...

Christian Solmecke und Jakob Wahlers erklären den Unterschied zwischen dem *Recht am Bild* (=Urheberrecht) und dem *Recht am Motiv* sehr gut in ihrem Werk *RECHT IM SOCIAL WEB*. Dabei gehen sie auch auf die verschiedenen Arten von Bildern ein (z.B. Fotografien oder Grafiken) und unterscheiden die Art der Verwendung (z.B. Rezensionen, Berichterstattung, Teilen und Verlinken von Bildern oder der Abbildung zum Weiterverkauf).

Thomas Schwenke hat für diesen Zweck in seinem Buch SOCIAL MEDIA MARKETING & RECHT ([Rezension lesen](#)) eine Checkliste mit wichtige Fragen zusammengestellt, die du vor der Verwendung eines Bildes beantworten solltest. Mit seiner Erlaubnis habe ich sie visuell etwas aufpoliert, sodass du sie (völlig risikofrei!) über diverse Social Media Kanäle teilen kannst (ein Klick auf die Grafik führt zum Blogbeitrag).



Bildernutzung im Internet

- Recht am Bild**
Habe ich das Recht, das Bild für den geplanten Zweck zu nutzen?
 - ✓ Ist das Bild urheberrechtlich geschützt?
 - ✓ Habe ich eine Einwilligung?
 - ✓ Liegt eine Ausnahme vor (z.B. ein Zitat oder Satire)?

- Recht am Motiv**
Habe ich das Recht, das Motiv des Bildes für den geplanten Zweck zu nutzen?
 - ✓ Ist das abgebildete Werk urheberrechtlich geschützt?
 - ✓ Habe ich eine Einwilligung?
 - ✓ Sind Personen abgebildet?
 - ✓ Ist fremdes Eigentum abgebildet?
 - ✓ Sind fremde Marken oder Markenprodukte abgebildet?
 - ✓ Sind fremde Designs oder Designobjekte abgebildet?
 - ✓ Liegt eine Ausnahme vor (z.B. Zitat, Satire, Berichterstattung, unwesentliches Beiwerk, Panoramafreiheit)?

© Robert Weller. www.toushenne.de. Informationen bereitgestellt von Thomas Schwenke in *Social Media Marketing & Recht* (1. Auflage 2012, O'Reilly Verlag)

Je nachdem wie deine Antworten auf diese Fragen ausfallen darfst du ein Bild ohne weitere Vorkehrungen verwenden (wenn kein Schutz besteht, du eine Einwilligung hast oder es ausnahmsweise nutzen darfst) oder eben nicht. Dann solltest du, sofern es dir möglich ist die entsprechenden Rechteinhaber zu kontaktieren, zunächst den Sachverhalt klären oder auf ein anderes Bild ausweichen.

Das Zitat als Ausnahme vom Grundsatz des Zustimmungserfordernisses sowie eine weitere beschreibt Dr. Carsten Ulbricht auch in seinem Buch:

1. Fremde Inhalte als Zitate verwenden

Das Zitatrecht (§ 51 UrhG für alle die es nachschlagen möchten) ermöglicht die Verwendung geschützter Werke unter gegebenen Voraussetzungen. Hierzu zählt die *Kennzeichnung*, z.B. durch Anführungszeichen, *ein angemessenes Verhältnis* der kopierten Inhalte zu den eigenen sowie eine entsprechende *Quellenangabe* des Zitats.

2. Creative Commons Lizenzmodelle

Die Creative Commons (kurz CC) sind ein System vorformulierter Lizenzverträge die es Autoren ermöglichen – ähnlich dem Prinzip „Open Source“ – der Öffentlichkeit auf einfache Weise Nutzungsrechte einzuräumen. Im nächsten Beitrag dieser Reihe werde ich noch näher auf dieses System eingehen, da viele Stockarchive Bilder unter der CC-Lizenz kostenlos zur Verfügung stellen.

Eine Unsicherheit bleibt jedoch auch bei CC-lizenzierten Bildern aus Stockarchiven, denn wir wissen nämlich nie genau, ob die Bilder dort wirklich vom Urheber selbst oder zumindest mit dessen Einverständnis zur Verfügung gestellt wurden.

Der sicherste Weg Bilder online zu verwenden ist meiner Ansicht nach der, und so versuche ich es auch hier im Blog zu handhaben, Bilder bzw. Grafiken selbst zu erstellen oder zumindest von zuverlässigen Quellen zu beziehen. Bestenfalls mit einer schriftlichen Nutzungserlaubnis.

Und sind wir doch mal ehrlich: ein paar Cent pro Bild zu bezahlen ist wirklich nicht die Welt, oder? Vor allem wenn wir bestimmte Motive immer wieder verwenden können...

„Checkliste: Rechtliche Risiken bei der Verwendung von Bildern in Social Media“



3

**PASSENDE BILDER FINDEN
FÜR DEINEN BLOG
UND SOCIAL MEDIA**

Nach dem Was und dem Warum kommt das Wo.

Wo finde ich gute Bilder, um meinen Content zu visualisieren?

Diese Frage haben wir uns alle schon gestellt, richtig?

Bilder sind quasi ein Muss im Online-Marketing, aber nicht jedes Unternehmen hat – und wir Solo-Blog-Online-Unternehmer sowieso nicht – die notwendigen Ressourcen oder das Know-how um visuelle Content-Formate inhouse zu produzieren. Es muss also „zugekauft“ oder auf kostenlose Fotoarchive ausgewichen werden. Eine kleine Auswahl solcher Archive habe ich in diesem Kapitel vorbereitet, viel wichtiger ist mir jedoch die Erklärung der Creative Commons Lizenzen und der damit einhergehenden Nutzungsrechte, denn einige meiner Leser fühlen sich im Umgang mit kostenlosen Bildern noch nicht wirklich sicher.

Es gibt schließlich immer einen Haken!

Die Checkliste aus dem letzten Kapitel hat hoffentlich die allgemeine rechtliche Situation im Umgang mit Bildern ausreichend – wenn auch nicht unbedingt zufriedenstellend, denn 100% Sicherheit gibt es eben nicht ohne Absicherung – aufgeklärt. Ich möchte daher gleich zu den Creative Commons Lizenzen übergehen, auf die sich so viele von uns Bloggern im Alltag verlassen.

Hand aufs Herz: *Hast du die verschiedenen Lizenzen gelesen?*

Vollständig meine ich, nicht nur die Zusammenfassungen? Weißt du sofort, welche Rechte du bei welcher Lizenz erhältst und wie bzw. wo du die Bilder nutzen darfst?

Nachfolgend ein Überblick, die vollständigen Nutzungsbedingungen musst du allerdings schon selbst lesen ;-)

DIE VERSCHIEDENEN CREATIVE COMMONS LIZENZMODELLE

Um Bildrechte einfacher kommunizieren zu können wurden das Creative Commons (kurz CC) System erschaffen. Es besteht aus folgenden Lizenzen:

- **CC BY:** Ausgelegt auf die maximale Verbreitung erlaubt diese Lizenz jede Form der Nutzung (auch kommerziell) unter namentlicher Nennung des Urhebers – daher der englische Zusatz BY (übersetzt von). Weiter ist ein Link zur Lizenz erforderlich sowie eine Kennzeichnung bei Änderung. Diese Anforderungen gelten auch für alle folgenden Lizenzen.
- **CC BY-SA:** Das „Wikipedia“-Modell erlaubt ebenfalls jede Form der Nutzung unter namentlicher Nennung, zwingt den Nutzer jedoch zur Weitergabe seines eigenen Werks unter denselben Bedingungen (der Zusatz SA steht für „Share Alike“, also übersetzt genauso teilen). Wenn ich in meinem Blog ein Bild unter dieser Lizenz nutze, dann aber noch den Titel meines Blogartikels drüberlege und mein Logo platziere, dann darf jeder auch dieses Bild nutzen.
- **CC BY-ND:** Das ND steht für „No Derivatives“ und bedeutet, dass ich über das Werk frei verfügen, es aber nicht bearbeiten/verändern darf und ist für uns Blogger daher nur selten von Interesse, wir wollen schließlich unsere Bilder individualisieren!
- **CC BY-NC:** Die vierte Lizenz beschränkt die Nutzung auf nicht-kommerzielle Zwecke (NC steht für „Non Commercial“) und damit für uns Blogger quasi uninteressant, da Blogs fast immer einem kommerziellen Zweck dienen, wenn auch keiner finanziellen Gewinnabsicht.
- **CC BY-NC-SA** und **CC BY-NC-ND:** Unschwer zu erkennen sind dies Mischformen aus den vorangegangenen Modellen, wobei letztere die restriktivste ist, da sie nur die nicht-kommerzielle Nutzung gestattet.
- Zu guter Letzt die Public Domain oder **CC0-Lizenz:** Wer seine Werke unter dieser Lizenz anbietet verzichtet auf sämtliche Rechte („No Rights Reserved“). Der Nutzer darf diese Werke also frei verwenden.

Über die [Creative Commons Search](#) findest du entsprechend lizenzierte Bilder, der Suchaufwand und die Qualität der Resultate stehen jedoch nicht immer in einem guten Verhältnis.

KOSTENLOSE BILDER AUS STOCKARCHIVEN

Neben der Creative Common Search oder auch der Google Suche (ja, auch hier ist ein entsprechender Filter für frei verwendbare Bilder möglich) bieten sich diverse Stockphoto-Archive zur Bildersuche an. Zu den bekanntesten / beliebtesten gehören unter anderen:



- [Gratisography](#) – Hier stellt eine einzige Fotografin ihre Bilder unter der CC0-Lizenz zur freien Verfügung. Klar Vorteil von dieser Plattform: wir kennen der Urheber!
- [Unsplash](#) – Alle 10 Tage findest du hier 10 neue, hochauflösende Fotos unter der CC0-Lizenz.
- [Little Visuals](#) – Alle 7 Tage erhältst du 7 hochauflösende Bilder unter der CC0-Lizenz, als Download oder per Mail.
- [Picjumbo](#) – Kostenlose Bilder für den privaten und kommerziellen Gebrauch.
- [Pexels](#) – Eine mittels Hashtags kuratierte Bildsammlung unter der CC0-Lizenz.
- [IM Creator](#) – Hier findest du thematisch kuratierte Bildsammlungen von unterschiedlichen Plattformen und unter unterschiedlichen Lizenzen – perfekt für jeden der auf der Suche nach einem bestimmten Bild ist, eine genaue Überprüfung der jeweiligen Lizenz ist aber zwingend notwendig!

RECHTLICHE RISIKEN BEI BILDERN AUS STOCKARCHIVEN

Absolut risikofrei sind solche kostenlosen Bildarchive schon deswegen nicht, da wir **den Ursprung der Bilder nur in den seltensten Fällen nachvollziehen können**, wir müssen also dem Betreiber des Archivs vertrauen. Doch einen „Schutz des guten Glaubens für Bildnutzer“ gibt es nicht, wie es Thomas Schwenke so schön in seinem Blog zum Thema [6] formuliert.

Anders ist das bei kostenpflichtigen Bildarchiven, die meist für die Rechtmäßigkeit der angebotenen Bilder gewährleisten und im Falle einer Abmahnung deine Kosten erstatten müssen.

Zudem kommt es, wie schon im vorherigen Beitrag dieser Serie erwähnt, nicht nur auf das Urheberrecht an, sondern auch auf die Rechte am Motiv. Sobald fragliche Motive wie Marken, Kunst oder Personen abgebildet sind ist ohnehin eine genauere Betrachtung erforderlich.

Und zu guter Letzt wäre da noch die Verwendung von Stockphotos in sozialen Medien. Wir Blogger nutzen Bilder vielleicht nur auf unserer Webseite, aber unsere Leser teilen Blogartikel gerne mit einer Bildvorschau.

Bei CC-Lizenzen (ausgenommen CC0) ist die Nutzung in sozialen Medien nicht erlaubt, da sich Plattformbetreiber wie Facebook & Co. sämtliche Nutzungsrechte einräumen lassen (sogenannte „IP-Lizenz“). Da wir durch die Creative Commons jedoch selbst nur Nutzungsrechte haben, dürfen wir keine Rechte übertragen. Die Nutzung auf sozialen Plattformen stellt also einen Verstoß gegen die Lizenzbedingungen dar. Dadurch verlieren wir selbst unsere Nutzungslizenz und das wiederum führt zu einem abmahnbaren Urheberrechtsverstoß (da wir ein Bild quasi ohne Erlaubnis verwendet haben).

Unterm Strich ist also das Einholen des Einverständnisses des Urhebers – neben der Eigenproduktion – immer der sicherste Weg. Alternativ würde ich fast schon die Nutzung (kostenpflichtiger) Bildarchive empfehlen, die eine Gewährleistung für ihre Bilder übernehmen. Ein gutes Beispiel hierfür ist *ClipDealer* mit ihrer speziellen Social Media Lizenz [8].

„Kostenlose Bilder für Blog & Social Media: Die besten Stockarchive“



4

**KOSTENLOSE TOOLS
UM FOTOS ONLINE
ZU BEARBEITEN**

TOOLS ZUR BEARBEITUNG VON BILDERN

- **Voll im Trend: Canva**

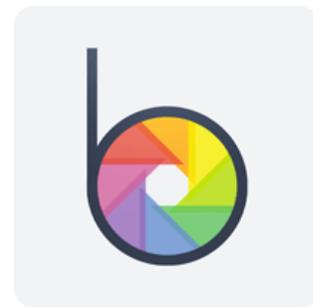
Auf der Homepage von *Canva* [9] steht geschrieben: „Canva enables anyone to become a designer (PSFK)“. Und dieses Tool ermöglicht es dir wirklich, deine Ideen für visuellen Content relativ einfach umzusetzen, egal ob speziell für Social Media, deinen Blog oder andere „unbekannte“ Formate.

Und falls du Dienstleister bist kannst du deinen Kunden die Gestaltung mithilfe des Canva Buttons selbst in die Hand geben – sieht ziemlich cool aus, hat damit schon jemand Erfahrungen gemacht?



- **Geheimtipp: BeFunky**

Ein kleiner Geheimtipp von Kevan Lee (Content Crafter bei Buffer) ist das Tool *BeFunky* [10]. Bereits ohne Anmeldung lassen sich Bilder mit diesem Tool zuschneiden, automatisch korrigieren und mit einfachen stilistischen Mitteln bearbeiten – etwa dem Textwerkzeug oder ColorMixer. Neu ist die Collage-Funktion und für alle Social Media User bietet das Tools sogar eine spezielle Funktion um Facebook Coverfotos zu erstellen.



- **Der Alleskönner: PicMonkey**

PicMonkey [11] habe ich erst für diesen Beitrag getestet und bin erstaunt von den vielen Funktionen. Leider kann sich der Laie schnell darin verlieren und fängt an zu „basteln“, was dann mit der intendierten effizienten Bildbearbeitung nur noch wenig zu tun hat. Immerhin hilft der PicMonkey Blog mit Anleitungen und Tipps zur Bearbeitung von Bildern, zum Beispiel der Retusche oder speziellen Formaten für Social Media.



- **Skitch – speziell für Screenshots**

Skitch [12] ist ein kleiner Helfer von Evernote und unterstützt dich bei der Modifikation von Screenshots durch hilfreiche „Annotation-Features“. Damit kannst du Text-, aber auch grafische Elemente wie etwa Pfeile hinzufügen.

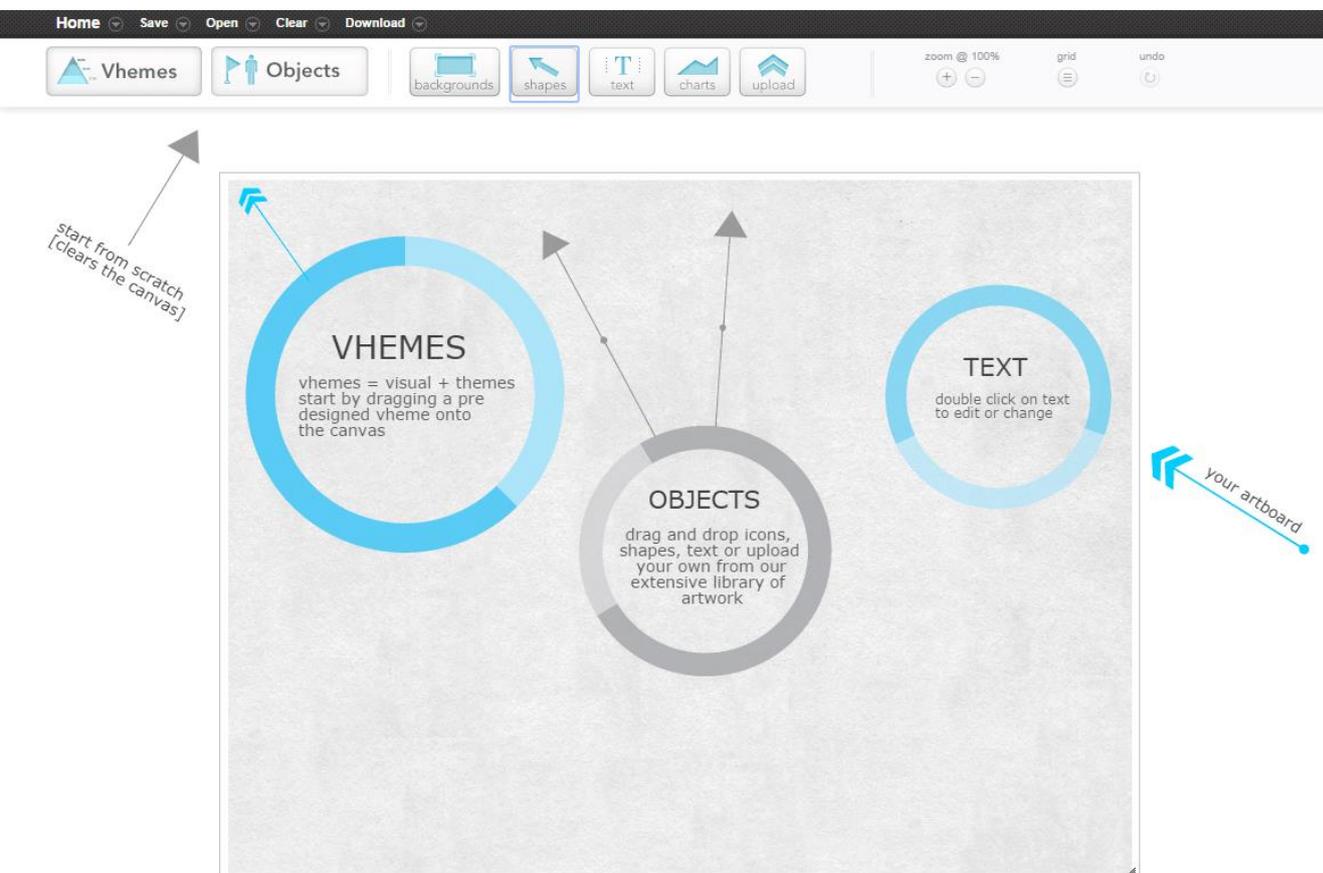


TOOLS ZUR GESTALTUNG VON INFOGRAFIKEN

- **Easel.ly – einfach und effizient**

Der Einstieg in die Gestaltung mit *Easel.ly* [13] ist dank der Auswahl an (beliebten und bewährten) Templates sehr leicht. Diese lassen sich schnell mit entsprechenden Informationen füllen und in kurzer Zeit zu einer ansehnlichen Grafik verwandeln.

Wer lieber selbst kreiert kann sich der verschiedenen Hintergründe, Formen, Charts und weiterer verfügbarer Objekte bedienen, um die Arbeit zu vereinfachen.



- Eine Alternative zu *Easel.ly* ist **Piktochart** [14]. Im einfach zu bedienenden Drag and Drop-Editor kannst du Objekte, Text, Hintergrund und andere Elemente platzieren und deine fertige Grafik in unterschiedlichen Formaten speichern (oder auch direkt teilen).
- Und auch **Visual.ly** [15] ist eine gute Anlaufstelle für Infografiken, allerdings hat sich diese Plattform vom DIY-Tool eher zu einem Marktplatz entwickelt, wo sich freie Designer auf ausgeschriebene (bezahlte) Projekte bewerben können.

- **Für Daten: Infogr.am**

Infogr.am [16] eignet sich, wie der Name schon sagt, besonders gut zur Visualisierung von Daten in Form von Graphen und Charts. Mehr als 30 unterschiedliche Templates stehen hierfür zur Verfügung und der Import von Excel- oder CSV-Dateien ist möglich.

Der Nachteil: Du kannst deine Werke im kostenlosen Tool nur online teilen und nicht direkt privat speichern, ebenso enthalten deine Werke ein Infogr.am Branding.

FAZIT: EGAL WELCHES TOOLS, ARBEITE EFFIZIENT

Ich nutze wie gesagt ausschließlich *Photoshop* für meine Bilder, weil ich das Programm kenne und schon Jahre lang damit arbeite.

Egal für welches Tool du dich entscheidest, ich empfehle dir immer, dich schnellstmöglich damit vertraut zu machen um dann **von Beginn an effizient zu arbeiten**. Denn wenn du zu lange für deine Bildbearbeitung brauchst hast du im Grunde nichts gespart. Templates, vorgefertigte Objekte und einfache Bedienoberflächen sollen den gesamten Gestaltungsprozess schließlich erleichtern und dir nicht zu viel Zeit rauben.

Kommst du mit einem Tool also nicht zurecht, probiere einfach das nächste, das deinen Bedürfnissen entspricht, solange bis du die für dich optimale Arbeitsweise gefunden hast!

Und wenn keines der hier vorgestellten passt, dann schreib mir einfach eine Mail und ich nutze mein *Photoshop* um auch deine Bilder zu gestalten ;-)

Hast du Vorschläge für weitere Tools?

Wie sind deine Erfahrungen mit solchen Tools und wie schätzt du ihre bzw. deine Effizienz ein?

„Die besten Tools um Bilder & Infografiken online zu gestalten“



5

**DAS IDEALE BILDFORMAT
UM DIE WIRKSAMKEIT
DEINER SOCIAL MEDIA BEITRÄGE
ZU MAXIMIEREN**

Bilder in Social Media Beiträgen steigern die Klick- und Interaktionsrate.

Wie wir gelernt haben funktioniert visueller Content generell besser als reine Textinhalte.

Doch uns Marketer stellt diese Tatsache vor ein Problem, denn wir müssen uns etwa für jeden neuen Blogbeitrag nicht nur um ein Beitragsbild kümmern, sondern es auch für die Verbreitung auf unterschiedlichen Plattformen vorbereiten.

Augenscheinlich erfordert jedes Netzwerk sein eigenes Format, aber ist das wirklich so?

Da du die Headline gelesen hast wirst du jetzt wahrscheinlich direkt nein sagen, aber weißt du auch wieso?

Kennst du das ideale Format für deine Bilder?

Ein Hinweis vorweg: Wir sprechen hier nicht von Cover- oder Profildotos! Während letztere fast immer quadratisch und für die meisten Plattformen ähnlich sind, wirst du beim Coverbild nicht um die individuelle, aber eben nur einmalige, Anpassung herumkommen.

Betrachten wir uns zunächst die aktuell gültigen Formate für Bilder in ausgewählten sozialen Netzwerken. Ich bediene mich hierfür bei likeablemedia [\[17\]](#), die eine sehr übersichtliche Infografik zusammengestellt haben (klicke auf das Bild um die Vollversion bei Pinterest zu öffnen):



Wir erkennen schnell, dass das sogenannte „Landscape“-Format auf den meisten Plattformen funktioniert, wenn auch in unterschiedlicher Anzeigegröße. Einige lösen Bilder im 4:3-Verhältnis auf, andere 2:1 und wiederum andere in eher unkonventionelleren Relationen.

Wir halten uns als „Mittelweg“ am besten an das TV-typische 16:9-Format und erstellen Bilder in der größtmöglichen Auflösung, um stets die beste Qualität zu gewährleisten.

Folgende Vorteile haben wir hierdurch:

- Bei Google+ haben wir die Chance, dass unser Beitrag durch ein Großformat über die volle Breite angezeigt wird, was beim vorgeschlagenen Minimalformat von 800x600 Pixel (4:3) unwahrscheinlich ist.
- Bei Facebook wird das Bild über die volle Breite angezeigt und nimmt in der Höhe so viel Platz ein wie möglich (eben entsprechend des Formats, idealerweise 4:3).
- Bei Twitter werden Bilder für die Vorschau ohnehin auf ein Landscape-Format im 2:1-Verhältnis zugeschnitten, wobei jeweils der (vertikale) mittlere Ausschnitt gewählt wird (sprich der obere und untere Bildteil gehen bei jedem anderen Format verloren).
- Bei LinkedIn wird das Bild nur dann über die volle Breite angezeigt, wenn es im Landscape-Format ist. Andernfalls entsteht links und rechts unschöner Weißraum.
- Pinterest kommt glücklicherweise mit jedem Format zurecht und beschneidet Bilder nicht, doch dazu später mehr.
- **Tipp** (danke hierfür an Dustin Stout): Wenn du deine wichtigen Bildelemente – etwa zusätzlichen Text – (horizontal) mittig im Bild hältst kannst du das Format auch für Instagram nutzen, wo Bilder stets auf ein Quadrat beschnitten werden.

Achte auch darauf, Text nicht zu klein zu schreiben, da die Bilder für die Vorschau oft auf ein Drittel der Originalgröße reduziert werden.

FAZIT: VIELE PLATTFORMEN, EIN FORMAT

Warum kompliziert und aufwändig, wenn es auch einfach geht? Nutze einfach meine Vorlage um künftig nur noch ein Bild für dein Social Sharing bearbeiten zu müssen! Es ist im Grundformat ideal für Facebook, Twitter, LinkedIn und Google+ und beinhaltet ein Raster für die quadratische Instagram-Optimierung.

[Kostenlose Formatvorlage downloaden \(JPG + Photoshop\)](#)

6

**BILDER KOMPRIMIEREN
UM DIE LADEZEIT
DEINES BLOGS
ZU OPTIMIEREN**

DIE GÄNGIGSTEN DATEIFORMATE FÜR BILDER IM BLOG

Die Erfahrung lehrt uns (oder zumindest mich...), dass es kein perfektes Dateiformat für Web-Grafiken gibt, sondern immer abhängig vom Motiv ist. Folgende drei Formate haben sich mittlerweile durchgesetzt, werden jedoch noch nicht von jedem Webseitenbetreiber ihren Stärken entsprechend eingesetzt.

GIF



PNG



JPG



(© Gefunden auf techranger.org)

- **JP(E)G: Für Fotos mit vielen Details und vielen Farben**
Das Format der Joint Photographic Experts Group stellt 16,8 Million Farben dar und ist das meistverbreitete im Netz. Doch die Dateigrößen sind teilweise enorm (zumindest bei maximaler Bildqualität) und die Komprimierung verlustbehaftet. Für uns Blogger ist es nicht immer die beste Wahl, schon gar nicht für Bilder mit harten Kanten oder enthaltenem Text, sondern eignet sich eher für Fotografien.
- **PNG: Für Grafiken mit großen Farbflächen und Transparenz**
Portable Network Graphics komprimieren sehr gut (es sind 24 Bit als auch 8 Bit möglich) und können sogar Transparenz darstellen. PNG ist das ideale Format für Grafiken mit wenigen Farben, zum Beispiel Logos, Illustrationen oder Diagrammen.
- **GIF: Für Bewegtbild und Animationen**
Das Graphics Interchange Format kann zwar nur 256 Farben darstellen, ist jedoch gleichzeitig das einzige, das Animationen abspielen kann. Mit dem neuen Trend der „Cinemagraphs“ erlebt das bisher aufgrund der geringen Qualität so verschriene GIF nun quasi eine Wiedergeburt. Einen schönen Beitrag dazu hat Tobias Kerstin verfasst.

Meine Empfehlung: JPG für Fotos, PNG für Grafiken und GIF für Bewegtbild.

Übrigens: nicht selten sehe ich verpixelte Profilbilder bei Facebook oder Twitter. Auch das hängt oft mit dem Dateiformat zusammen. Wenn du dasselbe Problem hast, dann probiere es mal mit einer Alternative. PNG funktioniert meiner Ansicht nach am besten, sowohl für Profil- als auch Coverphotos.

Hast du deine Dateiformate nun „richtig“ organisiert, geht es an die Optimierung. Denn selbst aus den Resultaten professioneller Grafiksoftware können wir noch mehr rausholen!

MEINE LIEBSTEN TOOLS UM BILDDATEIEN ZU VERKLEINERN

Neben einer erweiterten Exportfunktion von Photoshop nutze ich vor allem zwei Online-Tools (eigentlich ist es ein Tool für zwei verschiedene Bildformate), um Bilder für die Nutzung in meinem Blog zu komprimieren: TinyPNG [\[18\]](#) und TinyJPG [\[19\]](#).



Shrink PNG files

Advanced lossy compression for PNG images that preserves full alpha transparency.

Wie die Namen schon vermuten lassen, kannst du sowohl deine PNG-Dateien als auch JPG-Dateien **ohne Qualitätsverlust komprimieren**.

Hervorragend arbeitet das Tool auch mit Transparenz, die Photoshop zum Beispiel nur in einem 24Bit-PNG sauber abspeichern kann. TinyPNG's Algorithmen reduzieren den Umfang allerdings auf 8Bit – ohne merklichen Qualitätsunterschied – und verkleinern die Bilddatei dadurch um bis zu 70% (wer wissen will, wie genau das funktioniert, kann sich gerne melden, ich will an dieser Stelle jedoch nicht zu sehr ins technische Detail gehen).

Übrigens funktionieren die beiden Web-Tools ohne Anmeldung oder Werbung – einfach hochladen und die komprimierten Bilder wieder downloaden.

Und damit sind wir am Ende angelangt.

Grundlegendes visuelles Marketing ist prinzipiell nicht schwer und ich hoffe, ich konnte dir durch diesen kleinen Guide etwas die Angst davor nehmen, dich in diesem Dschungel zu verlaufen. Die folgenden Fragen solltest du jetzt alle beantworten können:

1. Warum ist visueller Content so wichtig?
2. Warum funktioniert visueller Content besser als reiner Text?
3. Welche visuellen Content-Formate kann ich nutzen?
4. Welche rechtlichen Risiken bestehen bei der Verwendung von Bildern, speziell in Social Media?
5. Wo finde ich passende Bilder für meinen Blog?
6. Welche Bilder darf ich in welcher Art und Weise verwenden?
7. Wie kann ich meine Bilder bearbeiten?
8. Welches Bildformat nutze ich idealerweise für meine Blog- & Social Media Posts?
9. Welche Dateiformate eignen sich am besten?
10. Wie kann ich meine Bilder optimieren?

Damit bist du nun gerüstet, um auch dein Inbound Marketing zu verbessern. Durch Bilder. Durch Grafiken. Durch eine insgesamt einheitliche Bildsprache und den nachhaltigen Aufbau einer Marke.

Ich wünsche dir viel Erfolg dabei und bedanke mich vielmals, dass du dir die Zeit genommen hast dieses Ebook zu lesen und womöglich gleich noch zu teilen ;-)

Falls noch Fragen offen geblieben sind kannst du mir gerne eine Nachricht schreiben – auf www.toushenne.de, bei [Google+](#) oder [Twitter](#).

„Content Design im Inbound Marketing – Visuelle Medien verstehen und gestalten“





ÜBER DEN AUTOR

ROBERT WELLER

Vielfalt zeichnet mich aus. Ich bin leidenschaftlicher Sportler mit akademischen Abschluss im Management, studierter Verlagsgrafiker, zertifizierter Inbound- und Online-Marketing-Manager, langjähriger Blogger, angehender Buchautor.