

# Ein Bild sagt mehr als ...

Der Analyst Diffbot hat im vergangenen Juli 750 000 Twitter-Links unter die Lupe genommen und dabei herausgefunden, dass 36 Prozent davon Bilder waren.

Text: Thomas Hendele



Am häufigsten waren es selbst aufgenommene Fotos. Ein Grund für diesen Trend ist der Erfolg zahlreicher mobiler Foto-Sharing-Apps wie Instagram, die nicht ohne Grund für eine stolze Summe von 737 Millionen Dollar von Facebook aufgekauft wurde. Von allen Inhalten, die wir Tag für Tag im Internet teilen, sind Fotos und Bilder die bei weitem erfolgreichsten. Im Gegensatz zu Texten sprechen Sie uns fast immer auf einer emotionalen Ebene an. Noch besser können das Videos, da sie gleich mehrere Sinne ansprechen. Doch Videos fordern Zeit. Ein Foto

hingegen können wir in Bruchteilen von Sekunden erfassen und »bewerten«. Ein schnelles »gefällt mir« und fertig ist die »Kommunikation für zwischendurch«. Der »Image-Sharing«-Trend ist auch der Grund für den wachsenden Erfolg von Pinterest (samt vieler Klone) und für zahlreiche Redesigns bei Facebook, Twitter, Tumblr & Co.

**Alle großen Social Web Tools räumen Fotos mehr Platz ein – ob im Web oder mobil.**

## Profitieren auch Sie

Von diesem Trend können auch Hoteliers und Gastronomen profitieren. Dazu müssen sie dem Content-Typ »Foto« nur mehr Bedeutung beimessen und sich um entsprechend hochwertige Inhalte bemühen. Dank der Vielzahl an unterschiedlichen Plattformen und Vorlieben der User sind hier allerdings keine Grenzen gesetzt: Vom selbst gemachten Schnappschuss bis zum Profi-Foto ist alles möglich.

Wie können Sie von diesem Trend profitieren?

- Hochwertige Fotos, Bilder oder Infografiken können mit dem eigenen Logo versehen werden. So wird mit jedem »share« das Unternehmenslogo weiter verbreitet.
- Unternehmen sollten ihre Gäste aktiv auffordern, Inhalte zu teilen. Dazu ist es im Vorfeld nötig, alle Rechte am Bild zu besitzen.
- Ebenso können Gäste dazu angeregt werden, eigenes Bildmaterial zu erstellen. Welche Fotos sind schon authentischer als die Urlaubsimpressionen der Gäste?
- Bevor es ans Publizieren und Teilen geht, sollten sich Unternehmer die einzelnen Plattformen genau ansehen, insbesondere hinsichtlich der unterschiedlichen Nutzer und Inhalte. Neben altbekannten »Schwergewichten« wie Flickr, Panoramio oder Picasa(-web) haben im letzten Jahr vor allem Plattformen wie Pinterest und Instagram Millionen neuer Nutzer gewonnen. Doch Foto ist nicht gleich Foto. Ein genauer Blick auf die Plattformen, um herauszufinden, welche denn die geeignetste ist, lohnt in jedem Fall.

wird fortgesetzt ●



FOTO: PRIVAT

Autor  
Thomas Hendele.