

# Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

GEDANKEN IM RAHMEN DES E-FITNESS-PROGRAMMES VON ZERMATT TOURISMUS ZU ONLINE-BILDERN

**ZT** Ein gutes Bild löst mehr Emotionen aus als lange Beschreibungen. Der Tourismus lebt von Bildern. Ein gut gewähltes Bild ist zentral für die gut platzierte Botschaft, für die gute Story. Websites und Social Media brauchen darum aktuelle, emotionale und gut gewählte Bilder.

- «Ein Bild sagt mehr als tausend Worte», das machen sich seit Jahren alle Touristiker dieser Welt zunutze.
- Bilder liefern mehrere Informationen gleichzeitig und verdichten sie
- Bilder haben eine starke emotionale Wirkung
- Bilder erreichen Menschen aller Kulturen und Sprachen
- Bilder wecken schöne Erinnerungen an schon Erlebtes
- Bilder erwecken (Reise-)Wünsche

Alle Leistungsträger der Destination Zermatt - Matterhorn arbeiten seit ihrer Existenz mit Bildern. Was früher aufwendig, langwierig und teuer war, kann heute jeder. Ist das so? «Um den gewünschten emotionalen Effekt zu erzielen, muss geplant werden», sagt Edith Zweifel, Medienmanagerin von Zermatt Tourismus. Und oft lohnt es sich, Fachleute beizuziehen. Denn «die präsentierte Bildwelt auf der Website und in den Social Media ist für den Erfolg des Unternehmens zentral», fasst Zweifel zusammen.

## Ästhetik oder Lebendigkeit ?

Wer für eine Fachkraft kein Budget hat, dem helfen Überlegungen: Was ist mein USP, was sind meine Botschaften, was möchte ich zeigen, was mitteilen? Bei Restaurants oder Hotel-Lobbys werden oft wunderschöne Architekturfotos gezeigt. Aber sie sprechen kaum an, weil kein Mensch auf dem Bild zu sehen ist. Wer geht schon gern in ein leeres Restaurant? Also müssen darauf Menschen zu sehen sein, auch



**Wer mit Bildern arbeitet, braucht Motive, die Emotionen wecken.**



**Es ist nicht leicht, Fotos zu machen, die eine Stimmung vermitteln.**

wenn dies die Verfallzeit einer Aufnahme verkürzt. Denn Kleider verraten das Aufnahmejahr ziemlich genau. Für die Fotos braucht es Models, denn für Gäste und Unbekannte gilt der Persönlichkeitsschutz. Sie dürfen nicht einfach abgebildet werden.

## Saison, Tageszeit

Die Destination Zermatt - Matterhorn ist eine Ganzjahres-Destination. Das ist fast ein USP, denn viele andere Destinationen im Alpenraum bieten Sommer- und Wintertourismus, aber keine Zwischensaison an. Umso wichtiger ist es, dass auf den Websites der Zermatter Leistungsträger die Jahreszeiten auf den aufgeschalteten Bildern ersichtlich sind. Zudem muss der Zeitpunkt für das Wechseln der Bilder auf die Jahreszeiten strategisch bestimmt werden. Zermatt Tourismus wechselt jeweils Anfang November auf Winter und Anfang Mai auf Sommer.

Bilder wirken umso emotionaler, je intensiver die Farben sind. Leider werden viel zu oft Fotos gemacht, wenn die Sonne am höchsten steht. Dann sind die Farben am flachsten und sprechen kaum an. Darum lohnt es sich, früh, spät oder nachts durch die Linse zu schauen, um gute Fotos zu schießen. Viele internationale Tourismus-Destinationen zeigen überwiegend Abend-, Nacht- und Morgenbilder, weil die Farben Blau, Dunkelblau und Rosa mehr ansprechen als staubiges Hellblau oder verwässertes Grün. Der Trend ist im Moment eindeutig – siehe Dubai, New York, Paris, Island, Whistler und viele andere.

## USPs und Storytelling

Wenn im Betrieb etwas einmalig ist (Unique Selling Proposition), soll dies auf den Bildern gut in Szene gesetzt sein. Menschen sind die Gastgeber. Also müssen auch sie vorkommen. Im Porträt, beim Sport oder beim gemütlichen Beisammensein. Zu den Gastgebern, den langjährigen Mitarbeitern, gibt es sicherlich schöne Geschichten zu erzählen. Gäste wollen informiert sein – auch auf emotionaler Ebene. Menschen und Tiere bieten viel Emotion. Es müssen nicht immer die Knuddelschafe sein. Auch die Hauskatze ist eine Story wert. Oder der Steinbock, der sich jeden Abend am selben Ort zeigt. Oder das Adlerpaar, das jeweils im Herbst bei Bise immer am selben Ort kreist. Natürlich sind auch der Küchenchef, der Sommelier, aber auch die Hausdame, der Haus-Bergführer und andere mehr immer eine Story auf der Website oder auf Social Media wert.

## e-Fitness-Kurs «Bildsprache»

Wie mache ich für den Betrieb gute Fotos? Worauf achte ich, dass eine gute Bildsprache entsteht? Wo sind die Stolpersteine? Wie plane ich das Jahr? Das sind Fragen, die am Kurs erörtert werden. Kursreferentin: Edith Zweifel, Medien & Content, Zermatt Tourismus.

<b>Kursdatum</b>	23. November 2016
<b>Zeit</b>	14.00 bis ca. 16.00 Uhr
<b>Ort</b>	Zermatt Tourismus
<b>Anmeldung</b>	<a href="http://www.Ztnet.ch/e-Fitness">www.Ztnet.ch/e-Fitness</a>