



SERIE Teil 4 Online-Marketing

Professionelle Fotos für das virtuelle Autohaus

Zeigen, was man hat

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. In nur sieben Sekunden entscheidet der Betrachter darüber, ob ihm das Gesehene gefällt oder nicht. Das gilt auch für Fotos, die im Internet zu sehen sind. Denn der Besucher einer Website sieht und bewertet zuerst das Aussehen des Autohauses. Gefällt es ihm, bleibt er auf der Website.

Ins rechte Licht rücken

Das Internet ist eine ideale Gelegenheit, sein kundenorientiertes, geschultes und hochmotiviertes Personal zu zeigen. Allerdings sollte man nicht den eigenen Fotokünsten trauen, sondern einen echten Profi beauftragen.

Ähnlich dem klassischen Bewerbungsbild sollten alle Mitarbeiter in einer ähnlichen Körper- und Kopfhaltung abgelichtet werden. So wirkt die Seite mit den Ansprechpartnern nicht wie ein Memory-Spiel mit vielen unterschiedlichen Mitarbeitermotiven, sondern sie vermittelt Kompetenz. Die Botschaft dieser Darstellung

lautet: Wir haben eine Unternehmensphilosophie, in der alle Mitarbeiter einem Ziel folgen und nur auf die telefonischen oder E-Mail-Anfragen warten.

Die richtige Perspektive ist entscheidend. Der Kopf des Mitarbeiters sollte 15 bis 20 Prozent des Bildes einnehmen (siehe Fotos auf Seite 29).

Wer einen Profi beauftragt, sollte dies rechtzeitig im Unternehmen ankündigen. Es empfiehlt sich sogar, einen Make-up-Spezialisten zu buchen. Das erspart ein langwieriges Nachbearbeiten der Bilder sowie mögliche Spiegelungen auf Stirn und Nase.

Architektur in Szene setzen

Autohäuser kosten oft Millionen. Es wäre leichtfertig, solche wertvollen Gebäude auf die Schnelle zu fotografieren – womöglich noch bei Regen oder an einem tristen Herbsttag.

Ein Architekturfotograf kann selbst im trüben Herbst interessante Aufnahmen machen und das Autohaus ins rechte Licht rücken.

Wichtig ist in jedem Fall, so genannte planparallele Aufnahmen zu machen: Sie sorgen dafür, dass das Haus mit seinen Fassadenelementen nicht perspektivisch verzerrt erscheint oder wie eine Rakete im Himmel verschwindet.

Nun zu den Innenaufnahmen: Nachdem noch die Pflanzen arrangiert und der verstaubte Aufsteller aus der letzten Saison beiseite geräumt ist, wirkt das Autohaus frisch und interessant.

Für die Innenaufnahmen braucht man teilweise aufwendige Blitzlichtanlagen. Daran lässt sich schon erkennen, dass man diese Fotos keinesfalls selbst machen sollte. Schließlich unterscheidet die professionelle Fotografie aus gutem Grund 15 unterschiedliche Bereiche (Akt, Architektur, People, Landschaft, Tiere, Sport, Unterwasser, Stillleben, Werbung, Mode usw.), die jeweils spezielle Anforderungen an Stil und Technik stellen.

Internetbesucher mögen gerne die 360-Grad-Ansicht. Dabei wird die Kamera zentral aufgestellt und die Bilder werden anschließend di-

► Fit für Online

Diese fünfteilige Serie macht fit für das Online-Business:

- 1. Verändertes Informationsverhalten und Mediennutzung** in: »Gebrauchtwagen Praxis« 2/08
- 2. Konzeption einer Autohaus-Homepage:** Was muss und was kann enthalten sein (inklusive Checkliste), in: »Gebrauchtwagen Praxis« 3/08
- 3. Integration des Online-Business:** Prozessoptimierung, Fahrzeugbewertung, Annahme, Datenpflege, Verkauf, Qualitätskontrolle, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 4/08
- 4. Zeigen, was man hat:** Die richtige Fotoauswahl vom Autohaus, Mitarbeitern und Fahrzeugen, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 5/08
- 5. Online-Shops für Autohäuser:** Was man dazu braucht und was es bringt, inklusive einiger Beispiele, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 6/08



► TIPPS UND TRICKS FÜR DIE REIHENFOLGE DER FOTOS

- 1. Bild:** Türmchenbild mit Aufnahmen von vorn, hinten und innen als Blickfänger.
- 2. Bild:** Vollständige Frontansicht des Fahrzeugs, schräg über die Beifahrer- oder Fahrerseite für eine dreidimensionale Ansicht. Dabei auf die Stellung der Vorderräder achten: Je nach Modell bringt das zusätzliche Wirkung.
- 3. Bild:** Innenaufnahme aus Position der mittleren Hinterbank auf das komplette Armaturenbrett. Lenkrad gerade stellen und Lüftungsschlitze ausrichten. Eingeschaltete Instrumente. Navigation mit Kartenansicht einschalten. Möglichst ohne Zündschlüssel im Schloss.
- 4. Bild:** Vollständiges Seitenprofil für eine dreidimensionale Ansicht.
- 5. Bild:** Innenaufnahme in den Vorderraum von der Beifahrerseite aus, um die Sicht nicht durch das Lenkrad zu verdecken. Mit gerade aufgestellten Lehnen und Kopfstützen der Sitze, die im gleichen Abstand zum Armaturenbrett positioniert sind. Dabei werden weitere Details wie Navigati-
- on oder Holzveredelung gleich mit eingefangen.
- 6. Bild:** Innenaufnahme von der Seite in den Hinterraum mit gleich aufgestellten Kopfstützen und heraus geklappter Zwischenlehne. Auf Besonderheiten der hinteren Innenkonsole achten.
- 7. Bild:** Detailansicht des Vorderrads. Wichtig sind dabei die Felge und das Reifenprofil.
- 8. Bild:** Kofferraum
- 9. Bild:** Motorraum
- 10. Bild:** Cabrio mit offenem und geschlossenem Verdeck
- 11. Bild:** Detailfotos von Soundsystem, Leder- ausstattung
- 12. Bild:** Detailfotos von Panoramadach, Glas- oder Schiebedach
- 13. Bild:** Detailfoto Automatik
- 14. Bild:** Detailfoto von besonderen Fenster- hebern oder eventuellen Gebrauchsspuren sowie kleinerer Schäden.
- 15. Bild:** Mosaikbild, bestehend aus einer Auswahl an vielen kleinen Fotos des jeweiligen Fahrzeugs.
- 16. Bild:** Platzhalterbild = eine Außenaufnahme des Autohauses.
- 17.-24. Bild:** Weitere besondere Details

nen Blick von allen Seiten und von innen sehen. Damit sticht man aus der langen Trefferliste heraus und steigert das Interesse am Fahrzeug. Die weitere Bildreihenfolge orientiert sich an den „Tipps und Tricks für die Reihenfolge der Fotos“ (siehe Kasten).

Das letzte Bild könnte ein Mosaikbild aus allen Fotos sein, die auf der Homepage des Autohauses zu finden sind. An dieser Stelle kann man dem Kunden auch anbieten, ihm per E-Mail weitere Fotos zu schicken.

Für die Aufnahmen vom Fahrzeuginnenraum ist es wichtig, ein Schema festzulegen, nach dem Sitze, Armaturenbrett, Lenkrad etc. abgelichtet werden. Dabei auf keinen Fall durch die Scheibe fotografieren! Die Autos werden immer aufgeschlossen und von innen fotografiert.

Viele Autohäuser lassen die Fahrzeuge von Dienstleistern fotografieren. Auf Wunsch vergleichen die Mitarbeiter dieser Dienstleister auch die Fahrzeugausstattungen mit den vorhandenen Daten und ergänzen sie gegebenenfalls.

Olaf Dicker ◀

Der Autor ist Geschäftsführer der Agenturen 5w-50 und 4selected Consulting in Potsdam und Berlin.



So sollten Mitarbeiterporträts im Internet aussehen: gleiche Kopfhaltung, gleicher Hintergrund. Das vermittelt Kompetenz und ein gemeinsames Ziel.

Darüber hinaus erweisen sich XXL-Bilder als ideal im Verhältnis zur Ladezeit auf dem Monitor des Interessenten. Das heißt, dieser muss auch bei einer langsamen Internetverbindung

gital zu einer Schleife aneinander gereiht. So entsteht der Eindruck eines realen Besuchs im Autohaus. Zu sehen ist dies beispielsweise beim BMW-Autohaus Riller & Schnack in Berlin (www.rillerschnack.de), dem Gewinner des „Vertriebs Award 2008“.

Details zeigen

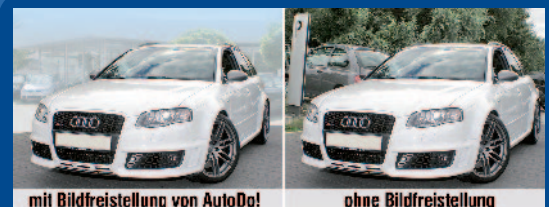
Für eine überzeugende Fahrzeugpräsentation sind Fotos ebenso wichtig wie die technischen Fahrzeugdaten und eine Beschreibung der Ausstattung. Ein gepflegtes Auto mit sauberen Fußmatten und fleckenfreien Polstern spricht für sich.

Die Firma AutoDo empfiehlt eine XXL-Bildgröße von 640 x 480 Bildpixeln. Damit kann der Betrachter das Fahrzeug auch in Vollgröße auflinden.

nicht zu lange warten, bis sich die Fahrzeugaufnahmen öffnen. Als zusätzliche Präsentationsform bietet sich eine Bildfreistellung an. Die Fotoaufnahmen werden manuell retuschiert und mit frei wählbaren Hintergrundmotiven versehen. Neben hochwertigen Fotos und der Bildfreistellung ist es unbedingt wichtig, das Händler-Logo und gegebenenfalls ein Gebrauchtwagensiegel einzubinden.

Viele Bilder in Börsen einstellen

So viel zur Präsentation des Unternehmens auf der eigenen Internetseite. Doch wie kommt man zu guten Fahrzeugfotos für die Online-Börsen? Hier sollte man jeweils die maximal mögliche Anzahl an Bildern einstellen. Idealerweise sollte das Startbild ein Türmchen- oder Logobild sein. So kann der Interessent das Fahrzeug auf ei-



mit Bildfreistellung von AutoDo!

ohne Bildfreistellung



Weitere XXL Bilder auf unserer Homepage.



Jahreswagenverkauf

Verschiedene Varianten mit optimalen Aufnahmen von außen und innen.