

SOCIAL MEDIA FÜR FOTOGRAFEN

(Vortrag Rainer Rohbeck am 13.09.2024 –
DVF-Landesverband Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern)

Gliederung

1. Einführung
2. Plattformen – Wichtigkeit und Aufwand, Vor- und Nachteile
3. Facebook und Instagram – Besondere Werkzeuge
4. Plädoyer für Facebook
5. Bildformate der Plattformen mit Grafik zu Bildformaten
6. Der fotografische Workflow
Bearbeitung, Export, Upload, Sonstiges
7. Dateiformate
8. Workflow – Webseiten, Literatur, Videos

1. Einführung

Die Präsenz auf Social-Media-Plattformen ist für Fotografen – sowohl Profis als auch Amateure – eine strategische Entscheidung, die zahlreiche Vor- und Nachteile mit sich bringt.

Vorteile für Fotografen auf Social Media

1. Reichweite und Sichtbarkeit:

- **Zugang zu einem breiten Publikum:** Social Media ermöglicht es Fotografen, ihre Arbeiten einem weltweiten Publikum zu präsentieren. Plattformen wie Instagram, Facebook und Pinterest bieten eine enorme Reichweite, die sonst schwer zu erreichen wäre.
- **Viralität:** Ein außergewöhnliches Foto kann schnell viral gehen und tausende oder sogar Millionen von Menschen erreichen. Dies kann die Bekanntheit eines Fotografen massiv steigern.

2. Portfolio und Branding:

- **Virtuelles Portfolio:** Social-Media-Plattformen fungieren als digitale Portfolios, die Fotografen nutzen können, um ihre besten Arbeiten zu präsentieren. Dies ist besonders hilfreich für angehende Fotografen, die noch keine eigene Website haben.
- **Markenbildung:** Durch die konsequente Präsentation eines bestimmten Stils oder einer Nische können Fotografen ihre persönliche Marke stärken und sich von der Konkurrenz abheben.

3. Kundenakquise und Netzwerke:

- **Direkte Kundeninteraktion:** Fotografen können potenzielle Kunden direkt über Social Media ansprechen, Angebote machen und Aufträge generieren. Plattformen wie Instagram und LinkedIn bieten Möglichkeiten, gezielt Kunden anzusprechen.
- **Netzwerkaufbau:** Social Media ermöglicht es, sich mit anderen Fotografen, Künstlern und potenziellen Geschäftspartnern zu vernetzen. Diese Verbindungen können zu Kooperationen und neuen beruflichen Möglichkeiten führen.

4. Feedback und Verbesserung:

- **Echzeit-Feedback:** Fotografen können sofort Feedback von ihrer Community erhalten, was ihnen hilft, ihre Arbeit zu verbessern und neue Perspektiven zu gewinnen.
- **Inspiration:** Durch das Folgen anderer Fotografen und Künstler können sie sich inspirieren lassen und neue Techniken oder Ideen entwickeln.

5. Monetarisierung:

- **Verkauf von Fotos:** Plattformen wie Instagram bieten mittlerweile Funktionen an, mit denen Fotografen ihre Bilder direkt verkaufen können. Dies eröffnet neue Einkommensquellen.
- **Sponsoring und Kooperationen:** Beliebte Fotografen können durch Kooperationen mit Marken oder durch gesponserte Beiträge Einnahmen generieren.

Nachteile für Fotografen auf Social Media

1. Hoher Zeitaufwand:

- **Kontinuierliche Präsenz erforderlich:** Um auf Social Media erfolgreich zu sein, müssen Fotografen regelmäßig Inhalte posten und interagieren. Dies kann zeitaufwendig sein und von der eigentlichen Fotografearbeit ablenken.
- **Algorithmische Hürden:** Der Erfolg auf Social Media ist oft von den Algorithmen der Plattformen abhängig, die ständig geändert werden. Es kann frustrierend sein, wenn Beiträge nicht die erhoffte Reichweite erzielen.

2. Übermäßige Konkurrenz:

- **Marktübersättigung:** Social Media ist überflutet mit Inhalten, was es schwer macht, sich abzuheben. Fotografen müssen sich ständig neue Wege überlegen, um relevant zu bleiben.
- **Preisverfall:** Durch die große Anzahl von Fotografen auf Social Media kann es zu einem Preisverfall kommen, da viele Amateure ihre Dienstleistungen unter Wert anbieten.

3. Urheberrechtsprobleme:

- **Bilderdiebstahl:** Fotografen riskieren, dass ihre Werke ohne Erlaubnis kopiert und weiterverbreitet werden. Auch wenn Plattformen Schutzmaßnahmen bieten, ist der Missbrauch schwer zu kontrollieren.
- **Verlust der Kontrolle:** Sobald Bilder auf Social Media geteilt werden, verlieren Fotografen oft die Kontrolle darüber, wie und wo ihre Bilder verwendet werden.

4. Negative Kommentare und Cybermobbing:

- **Öffentliche Kritik:** Social Media kann ein Ort sein, an dem Fotografen nicht nur positives, sondern auch negatives Feedback oder sogar bösartige Kommentare erhalten. Dies kann psychisch belastend sein und die Motivation beeinträchtigen.
- **Toxische Konkurrenz:** Einige Fotografen könnten sich durch den ständigen Vergleich mit anderen unter Druck gesetzt fühlen, was zu Stress und Frustration führen kann.

5. Verzerrte Selbstwahrnehmung:

- **Likes und Follower:** Der Erfolg auf Social Media wird oft in Likes und Followern gemessen, was zu einer verzerrten Selbstwahrnehmung führen kann. Fotografen könnten sich mehr auf die Popularität als auf die Qualität ihrer Arbeit konzentrieren.

Fazit

Die Präsenz auf Social Media bietet Fotografen viele Chancen, birgt jedoch auch Herausforderungen. Um erfolgreich zu sein, müssen Fotografen eine ausgewogene Strategie entwickeln, die sowohl die Vorteile nutzt als auch die Nachteile minimiert. Dies erfordert Disziplin, Kreativität und ein gutes Verständnis der Funktionsweise von Social-Media-Plattformen.

2. Plattformen, Wichtigkeit und Aufwand, Vor- und Nachteile

Neben den bekannten Plattformen wie **Facebook, Instagram, X (ehemals Twitter), YouTube und eigene Webseiten**, können auch folgende Plattformen für uns Fotografen von Bedeutung sein:

- **Pinterest:** Visuelle Suchmaschine und Inspirationsquelle für Fotografen, gut für die Portfolio-Präsentation.
- **Flickr:** Spezialisierte Plattform für Fotografie, ideal zur Vernetzung mit anderen Fotografen.
- **500px:** Hochwertige Fotografie-Plattform, die es Fotografen ermöglicht, ihre Arbeiten zu verkaufen.
- **Behance:** Kreatives Portfolio-Netzwerk, besonders für künstlerische und kommerzielle Arbeiten geeignet.
- **Vero:** Eine werbefreie Social Media-Plattform, die bei Kreativen und Fotografen immer beliebter wird.
- **DeviantArt:** eignet sich hervorragend zum Netzwerken und Chatten mit anderen Fotografie-Enthusiasten.
- **TikTok:** Benutzer können ihre Arbeiten auf prägnante und ansprechende Weise teilen

2.1. Facebook

Facebook ist vielleicht nicht Ihre erste Wahl für Fotografie, aber es ist immer noch eine sehr beliebte Plattform. Erstellen Sie dazu eine Facebook-Seite, die Ihrem Fotografie-Geschäft gewidmet ist. man kann diese Seite verwenden, um für Ihre Dienste zu werben, Ihre Arbeit zu präsentieren und Kunden zu gewinnen.

Das Hosten Ihrer Fotos auf Facebook sieht zwar nicht so schön aus wie Instagram, ist aber eine hervorragende Möglichkeit, Kunden zu finden und mehr Leute kennenzulernen. Facebook hat auch ein etwas älteres Publikum und ist daher ein guter Ort, um Kunden im Alter zwischen 25 und 44 zu finden.

Facebook bietet Ihnen außerdem die Möglichkeit, Anzeigen zu schalten und bestimmte demografische Gruppen anzusprechen. Damit ist es ideal für Dienstleister und [Hochzeitsfotografen](#) mit einem bestimmten Nischenpublikum - am besten für Dienstleistungen

Wichtigkeit: Mittel bis hoch. Facebook ist wichtig für den Aufbau von Geschäftsbeziehungen und Netzwerken sowie für den direkten Kontakt zu einer breiteren, oft älteren Zielgruppe. Es ist auch nützlich für das Teilen von längeren Geschichten und das Erstellen von Fotoalben.

Aufwand: Moderat. Das Erstellen von Alben und längeren Posts ist relativ einfach, aber die Pflege einer aktiven Seite kann zeitaufwendig sein.

2.2. Instagram

Instagram ist die beliebteste Social-Media-Plattform für Fotografie, die zum Teilen von Bildern entwickelt wurde. Als Fotograf sollten Sie Instagram als Ihre Hauptplattform betrachten.

Um auf Instagram erfolgreich zu sein, müssen Sie sich auf ein Thema oder eine Nische konzentrieren. Darüber hinaus sollte Ihr gesamter Feed stilvoll und übersichtlich aussehen. Richten Sie also ein Konto für Ihre Arbeit und ein separates für private Fotos ein. Instagram ist auch ein großartiger Ort, um sich von anderen Kreativen inspirieren zu lassen.

Weitere Tipps sind die Verwendung von Hashtags und der Austausch mit anderen Fotografen in Ihrer Nische. Sie sollten versuchen, mindestens drei Bilder pro Woche hochzuladen, um das Wachstum der Plattform zu fördern - das Beste für alle

Wichtigkeit: Sehr hoch. Instagram ist die wichtigste Plattform für visuelle Künstler, insbesondere Fotografen. Die Plattform ist stark bildorientiert und hat eine große, aktive Gemeinschaft von Fotografie-Enthusiasten.

Aufwand: Moderat. Das Erstellen von Posts, Reels und Stories ist einfach, aber für langfristigen Erfolg sind regelmäßige Updates und Interaktionen erforderlich.

2.3. TikTok <https://www.tiktok.com/de-DE/>

TikTok ist eine beliebte App für Kurzvideos, die von Nutzern aller Altersgruppen, insbesondere jungen Menschen, angenommen wird. Dies macht sie zu einer idealen Plattform für Social-Media-Fotografie, da Benutzer ihre Arbeiten auf prägnante und ansprechende Weise teilen können. TikTok hat außerdem eine große und aktive Benutzerbasis, die Fotografen helfen kann, ein breiteres Publikum zu erreichen. TikTok für Social-Media-Fotografie ist eine großartige Plattform für Social-Media-Fotografie, insbesondere um Filmmaterial hinter den Kulissen zu präsentieren, kreative Bearbeitungstechniken zu teilen und ein jüngeres Publikum anzusprechen.

Wichtigkeit:

Wenn du Fotografie mit kurzen Videos oder Making-ofs kombinieren möchtest.

TikTok bietet Amateuren eine enorme Reichweite, um ihre Kreativität zu zeigen und eine potenziell große Anhängerschaft zu gewinnen. Selbst ohne ein großes Budget oder teures Equipment können kreative Inhalte viral gehen.

TikTok erlaubt es Amateuren, ihre Fotografien in kurzen Videos zu präsentieren, oft mit Musik, Effekten und anderen kreativen Tools. Dies kann die Kreativität fördern und neue Wege eröffnen, Fotografie darzustellen.

Aufwand:

Der Aufwand für die Erstellung von Inhalten auf TikTok kann moderat sein. Viele erfolgreiche TikToks sind spontan und einfach gemacht, was bedeutet, dass Amateure keine großen Produktionsaufwände haben. Allerdings erfordert die Plattform kontinuierliches Engagement und das regelmäßige Erstellen neuer Inhalte.

2.4. Pinterest <https://www.pinterest.de/>

Eine weitere Social-Media-Website für Fotografie ist Pinterest, eine sehr visuelle und beliebte Plattform, die sich hervorragend für Fotografen eignet. Pinterest eignet sich gut zum Teilen von Arbeiten und zum erneuten Posten von Bildern. Außerdem ist es ein großartiger Ort, um Inspiration und Blogbeiträge zum Thema Fotografie zu finden.

Die Plattform funktioniert, indem Pins erstellt und angezeigt werden. Sie erstellen Pins für Ihre Pinterest-Seite und andere Personen teilen Pins und speichern Ihre. Es ist eine sehr visuelle Site, obwohl Sie Ihre Fotos vertikal bearbeiten müssen, was auf dieser Sharing-Plattform besser funktioniert.

Wichtigkeit: Hoch. Pinterest ist eine visuelle Suchmaschine, die hervorragend geeignet ist, um Fotos langfristig auffindbar zu machen. Ideal für Fotoinspiration und das Teilen von Inhalten, die im Laufe der Zeit wiederentdeckt werden sollen.

Aufwand: Gering. Das Hochladen und Organisieren von Pins ist relativ einfach, und Inhalte können über Jahre hinweg wiederentdeckt werden.

2.5. Behance <https://www.behance.net/>

Mit Behance von Adobe können Fotoportfolios erstellt und online vernetzt werden.

Indem ein Online-Portfolio erstellt wird, können potenzielle Kunden unter anderem auf eine professionell aussehende Website geleitet werden... In vielerlei Hinsicht ist Behance wie LinkedIn für Fotografen. Wenn man sich mit Kreativen vernetzen möchte, ist es ein großartiger Ort.

Wenn man über Photoshop oder die Adobe Creative Suite verfügt, ist der Zugriff auf Behance bereits in Ihrem Abonnement enthalten - am besten zum Aufbau eines Portfolios

Wichtigkeit: Hoch. Behance ist eine Plattform, die von Kreativen genutzt wird, um ihre Portfolios zu präsentieren. Sie ist besonders bei professionellen Künstlern und Designern beliebt und eignet sich gut, um hochwertige Projekte und Serien zu zeigen.

Aufwand: Moderat. Projekte erfordern etwas mehr Vorbereitung, da Behance-Portfolios in der Regel umfassendere Präsentationen sind. Die Plattform belohnt jedoch qualitativ hochwertige Arbeit.

2.6. Flickr <https://www.flickr.com/>

Flickr ist die älteste Social-Media-Plattform für Fotografie. Obwohl Flickr erst 2004 gestartet ist, ist es immer noch eine aktive Website zum Speichern, Aufbewahren und Teilen von Fotos.

Ein Problem bei Social-Media-Sites ist, dass sie eine Beschränkung für Fotos und hochauflösende Dateien haben. Bei Flickr man kann 1000 Fotos in jeder Auflösung kostenlos hochladen. Außerdem gibt es ein Pro-Konto mit unbegrenztem Speicherplatz und 6K-Anzeigeoptionen.

Als Fotograf kann man zwischen verschiedenen Social-Media-Plattformen wählen, um die Arbeit online zu speichern und zu teilen. Man muss entscheiden, welche für Ihr Publikum am besten geeignet ist – Flickr ist am besten als Online-Speicher geeignet.

Wichtigkeit: Mittel. Flickr war einst eine führende Plattform für Fotografen, hat aber in den letzten Jahren an Bedeutung verloren. Es bietet jedoch immer noch eine gute Möglichkeit, Fotos zu archivieren und in hochwertigen Galerien zu präsentieren.

Aufwand: Gering bis moderat. Flickr bietet einfache Upload-Möglichkeiten und ermöglicht es, Fotos in Alben und Gruppen zu organisieren.

2.7. DeviantArt <https://www.deviantart.com/>

Social-Media-Fotografieplattformen sind eine großartige Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu treten. DeviantArt zielt auf eine Mischung aus Kreativen ab, darunter Animatoren und Grafiker. Man kann nicht nur Bilder kommentieren, sondern auch die Chat-Funktion nutzen, um Fragen zu stellen.

Mit der kostenlosen Mitgliedschaft kann man unbegrenzt Fotos hochladen, allerdings ist die Größe der Fotos begrenzt. Als Stammmitglied haben Sie Zugriff auf 20 GB privaten Speicherplatz und können Ihre Kunst gegen eine Verkaufsprovision verkaufen.

DeviantArt eignet sich hervorragend zum Netzwerken und Chatten mit anderen Fotografie-Enthusiasten. Es ist keine Website, um Kunden zu finden, sondern ein großartiger Ort für Amateurfotografen und zum Austausch von Tipps - am besten für die eigene Vernetzung

Wichtigkeit: Mittel. DeviantArt hat eine treue Gemeinschaft von Künstlern und Fotografen, die künstlerische, oft experimentelle Arbeiten teilen. Es ist besonders nützlich für diejenigen, die an digitaler Kunst und Fotomanipulation interessiert sind.

Aufwand: Moderat. Erfordert das Hochladen und Kategorisieren von Werken, aber die Community ist unterstützend und interaktiv.

2.8. 500 Pixel <https://500px.com/>

500px ist eine Foto-Sharing-Site, auf der Benutzer ihre Bilder verkaufen können. Die Site ist kostenlos, allerdings sind maximal 21 Uploads pro Woche möglich. Danach müssen Sie einen monatlichen Tarif bezahlen. man kann auch an Fotowettbewerben teilnehmen und durch exklusive Vertriebspartnerschaften Geld verdienen.

man kann es auch als Online-Portfolio verwenden und sich mit anderen Fotografen vernetzen. Was diese Plattform einzigartig macht, ist ihr Marktplatz, auf dem Sie Ihre Fotografen sehen können. Im

Grunde ist es ähnlich wie Shutterstock und Getty, da Sie dort Stockfotos verkaufen können.

Mit dem monatlichen Abonnement haben Sie außerdem Zugriff auf unbegrenzten Speicherplatz. Sie werden zwar nicht vom Verkauf von Stockfotos leben können, aber es ist eine gute zusätzliche Einnahmequelle.

Wichtigkeit: Hoch. 500px ist bekannt für seine hochwertige Fotografie-Community und wird von Profis und ambitionierten Amateuren genutzt. Es ist eine Plattform, auf der das Portfolio im Mittelpunkt steht, und die Arbeit wird nach künstlerischen Kriterien bewertet.
Aufwand: Moderat. Erfordert sorgfältige Auswahl und Bearbeitung der Bilder, um in der Community Anerkennung zu finden. Es gibt aber weniger Druck für regelmäßige Posts als auf Instagram.

2.9. Vero <https://vero.co/>

Vero ist die Social-Media-Fotografie-App. Auf Vero kann man hochauflösende Fotos ohne die Komprimierung und Beschneidung anzeigen, die auf anderen Plattformen zu finden sind. Es ist ein hervorragender Ort, um hochwertige Fotografie zu zeigen .

Vero soll eine Social-Media-Plattform für Kreative sein, darunter Fotografen, Musiker und Künstler. man kann sie also zum Online-Networking und zur Inspirationsuche nutzen. Ein weiteres Plus ist, dass Vero im Gegensatz zu anderen Plattformen wie Instagram werbe- und algorithmusfrei ist.

Man wird keine Kunden finden, die eine App wie Vero verwenden, da die meisten ihrer Benutzer Fotografen sind. Es ist jedoch immer noch eine gut aussehende Plattform für die Präsentation hochauflösender Arbeiten.

Wichtigkeit: Mittel. Vero hat sich als eine werbefreie Alternative zu anderen sozialen Netzwerken positioniert und gewinnt bei kreativen Nutzern zunehmend an Beliebtheit. Es bietet eine chronologische Timeline und fördert authentische Interaktionen.
Aufwand: Gering bis moderat. Die Plattform ist benutzerfreundlich und erfordert keinen hohen Aufwand für die Verwaltung von Inhalten.

2.10. X (ehemals Twitter) <https://x.com/?lang=de>

Wichtigkeit:

Für Hobbyfotografen ist X weniger zentral, da die Plattform eher textbasiert und weniger visuell orientiert ist. Dennoch kann es nützlich sein, um an Fotografie-Diskussionen teilzunehmen und sich zu vernetzen.

Aufwand:

Der Aufwand ist relativ gering, da es um kurze, regelmäßige Updates geht. Dennoch erfordert es eine kontinuierliche Aktivität, um relevant zu bleiben.

2.11. YouTube <https://www.youtube.com/>

Wichtigkeit:

YouTube kann für Amateure wichtig sein, wenn sie Tutorials, Behind-the-Scenes-Videos oder kreative Projekte teilen möchten. Es bietet eine Plattform, um sich selbst und ihre Fähigkeiten zu präsentieren.

Aufwand:

Der Aufwand kann hoch sein, da Videoproduktion Zeit und Ressourcen erfordert. Für Hobbyfotografen kann dies eine Herausforderung sein, insbesondere wenn sie nicht über die

notwendige Ausrüstung oder das Wissen verfügen

2.12. eigene Webseite

Wichtigkeit:

Eine eigene Website ist für Amateure nützlich, wenn sie ihre Arbeiten in einem professionellen Rahmen präsentieren möchten. Sie bietet eine kontrollierte Umgebung, um das eigene Portfolio und Informationen bereitzustellen.

Aufwand:

Der Aufwand ist moderat. Der Aufbau und die Pflege einer Website erfordert technisches Wissen und regelmäßige Updates, aber es ist eine einmalige Investition in die eigene Präsentation.

Zusammengefasst: Plattformen nach Aufwand sortiert:

1. **Pinterest:** Geringer Aufwand, da Pins langfristig wirken und der Upload-Prozess einfach ist.
2. **Vero:** Einfach zu bedienen und wenig Aufwand für die Veröffentlichung von Inhalten.
3. **Flickr:** Einfaches Hochladen und Organisieren von Fotos, ohne die Notwendigkeit ständiger Updates.
4. **X:** geringer Aufwand
5. **Instagram:** Moderater Aufwand mit der Notwendigkeit regelmäßiger, qualitativ hochwertiger Posts.
6. **Behance:** Moderater Aufwand mit Fokus auf hochwertige Präsentation und Portfolios.
7. **Facebook:** Moderater Aufwand für das Erstellen von Alben, Posts und die Pflege der Seite.
8. **500px:** Moderater Aufwand für die Erstellung eines gut kuratierten Portfolios.
9. **DeviantArt:** Moderater Aufwand, aber unterstützende Community.
10. **eigene Webseite:** moderater Aufwand für Pflege und regelmäßige Updates
11. **YouTube:** kann hoch sein bei Videoproduktionen
12. **TikTok:** Höchster Aufwand aufgrund der Notwendigkeit, ständig neue und trendige Inhalte zu erstellen.

Zusammenfassung:

Für ambitionierte Fotografen ist **Instagram** nach wie vor die wichtigste Plattform aufgrund der hohen Sichtbarkeit und der starken Fotografie-Community. **Behance** und **Pinterest** sind ebenfalls sehr wertvoll für die langfristige Präsentation und Auffindbarkeit künstlerischer Arbeiten. **500px** und **Facebook** bieten wichtige ergänzende Möglichkeiten zur Präsentation und Vernetzung. **Vero** und **Flickr** sind für den geringeren Aufwand attraktiv, während **TikTok** nur für Fotografen mit einer Neigung zu kreativem Videocontent wirklich relevant ist.

3. Facebook und Instagram – Besondere Werkzeuge

Reels, Stories und Hashtags sind essenzielle Werkzeuge für Fotografen auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram. Diese Funktionen bieten einzigartige Möglichkeiten zur Präsentation von Arbeiten, zum Aufbau einer Community und zur Erhöhung der Reichweite. Hier ist eine detaillierte Erklärung ihrer Bedeutung, Wichtigkeit und ihrer Vor- und Nachteile:

3.1. Reels

Erklärung und Bedeutung:

- **Reels** sind kurze, unterhaltsame Videos von bis zu 60 Sekunden auf Instagram und Facebook, die mit Musik, Effekten und Texten angereichert werden können. Sie erscheinen im Entdecken-Bereich, was sie für das Erreichen eines neuen Publikums sehr wertvoll macht.
- **Für Fotografen** bieten Reels eine Möglichkeit, ihre Arbeit in einem dynamischeren Format zu präsentieren. Beispiele könnten „Behind the Scenes“-Einblicke, Timelapse-Aufnahmen oder kreative Bearbeitungsprozesse sein. Reels können auch genutzt werden, um Tipps und Tricks zu teilen oder Fotoprojekte auf eine kreative Weise vorzustellen.

Wichtigkeit:

- **Erhöhte Sichtbarkeit:** Reels werden von den Algorithmen beider Plattformen priorisiert, was bedeutet, dass sie eine größere Reichweite als normale Beiträge erzielen können. Fotografen haben somit die Chance, auch von Personen entdeckt zu werden, die ihnen noch nicht folgen.
- **Engagement:** Reels fördern eine höhere Interaktion, da sie oft in den Entdecken-Bereichen angezeigt werden, wo Nutzer gezielt nach neuen und interessanten Inhalten suchen.

Aufwand und Nutzen:

- **Aufwand:** Das Erstellen von Reels erfordert Planung und Kreativität, besonders wenn sie professionell aussehen sollen. Das Filmen, Bearbeiten und Zusammenstellen der richtigen Musik und Effekte nimmt Zeit in Anspruch.
- **Nutzen:** Der potenzielle Nutzen ist hoch, da Reels eine große Reichweite erzielen und neue Follower generieren können. Sie bieten Fotografen eine Plattform, um ihre Arbeit auf kreative Weise zu zeigen und sich von der Masse abzuheben.

3.2. Stories

Erklärung und Bedeutung:

- **Stories** sind temporäre Beiträge, die nach 24 Stunden verschwinden und sowohl auf Instagram als auch auf Facebook verfügbar sind. Sie bieten eine weniger formale Möglichkeit, Inhalte zu teilen, und eignen sich hervorragend für spontane Updates oder „Behind the Scenes“-Material.
- **Für Fotografen** sind Stories ideal, um einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren, aktuelle

Arbeiten zu zeigen oder die persönliche Seite des Fotografen zu betonen. Sie können auch genutzt werden, um mit der Community in Echtzeit zu interagieren, etwa durch Umfragen, Fragen-Sticker oder direkte Nachrichten.

Wichtigkeit:

- **Direkte Kommunikation:** Stories fördern eine direkte und persönliche Interaktion mit Followern. Fotografen können hier kurzfristig auf Events, Veröffentlichungen oder besondere Angebote hinweisen.
- **Aufbau von Beziehungen:** Da Stories weniger formell sind, können Fotografen sie nutzen, um eine engere Beziehung zu ihrem Publikum aufzubauen, indem sie regelmäßige Einblicke in ihren Arbeitsalltag geben.

Aufwand und Nutzen:

- **Aufwand:** Der Aufwand ist im Vergleich zu Reels geringer, da Stories oft ungeplant und spontan erstellt werden können. Sie erfordern jedoch eine gewisse Regelmäßigkeit, um das Engagement aufrechtzuerhalten.
- **Nutzen:** Der Nutzen ist hoch, insbesondere für die Pflege der bestehenden Community und die Förderung von kurzfristigen Interaktionen. Stories können dazu beitragen, die Markenbindung zu stärken und das Publikum stärker in den kreativen Prozess einzubeziehen.

3.3. Hashtags

Erklärung und Bedeutung:

- **Hashtags** sind Schlagworte, die mit dem „#“-Symbol gekennzeichnet werden und dazu dienen, Inhalte auf Instagram und Facebook zu kategorisieren und auffindbar zu machen. Sie sind essenziell, um die Reichweite eines Beitrags zu erhöhen und neue Zielgruppen zu erreichen.
- **Für Fotografen** sind Hashtags ein mächtiges Tool, um ihre Werke einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Durch die Verwendung relevanter Hashtags wie #photography, #portraitphotography oder #naturephotography können Fotografen sicherstellen, dass ihre Beiträge von Personen entdeckt werden, die an ähnlichen Themen interessiert sind.

Wichtigkeit:

- **Erhöhte Auffindbarkeit:** Hashtags machen es möglich, dass Inhalte nicht nur von den eigenen Followern, sondern auch von Personen gefunden werden, die nach bestimmten Themen suchen.
- **Zielgerichtete Reichweite:** Durch die Verwendung von Nischen-Hashtags können Fotografen gezielt ihre Zielgruppe ansprechen und so die Qualität der Interaktionen steigern.

Aufwand und Nutzen:

- **Aufwand:** Der Aufwand für die Verwendung von Hashtags ist gering, erfordert jedoch Recherche und strategische Überlegungen, um die effektivsten Hashtags auszuwählen.
- **Nutzen:** Der Nutzen ist enorm, da Hashtags entscheidend für die Sichtbarkeit und

Reichweite eines Beitrags sind. Sie bieten Fotografen die Möglichkeit, ihre Arbeit gezielt zu bewerben und organisch neue Follower zu gewinnen.

3.4. Stehen Aufwand und Nutzen in einem guten Verhältnis?

Ja, der Aufwand steht in einem guten Verhältnis zum Nutzen, insbesondere wenn die Werkzeuge strategisch und regelmäßig eingesetzt werden:

- **Reels:** Hoher Nutzen bei moderatem bis hohem Aufwand. Ideal, um virale Inhalte zu schaffen und neue Follower zu gewinnen.
- **Stories:** Moderater Aufwand und hoher Nutzen für die Pflege der Community und regelmäßige Interaktion.
- **Hashtags:** Geringer Aufwand mit hohem Nutzen für die Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit.

Insgesamt bieten diese Tools Fotografen eine ausgezeichnete Möglichkeit, ihre Arbeit effektiv zu präsentieren, ihre Community zu erweitern und größere Reichweiten zu erzielen.

3.5 Reels erstellen (Smartphone, analog PC)

1. Zugriff auf Reels:

- Öffne die Facebook-App auf deinem Smartphone.
- Tippe auf das "Reels"-Symbol, das sich in der Navigationsleiste befindet oder scrolle im News Feed, bis du die Reels-Sektion findest.
- Alternativ kannst du auch über dein Profil auf die Reels-Funktion zugreifen.

2. Neues Reel Erstellen:

- Tippe auf "Erstellen", um ein neues Reel zu beginnen.
- Du hast die Möglichkeit, ein neues Video aufzunehmen oder ein vorhandenes Video aus deiner Galerie hochzuladen.
- Wenn du ein neues Video aufnehmen möchtest, halte die Aufnahme-Taste gedrückt, um die Aufnahme zu starten. Du kannst die Aufnahme auch in mehreren Abschnitten durchführen, indem du die Taste loslässt und erneut drückst.

3. Bearbeiten des Reels:

- **Musik hinzufügen:** Tippe auf das Musik-Symbol, um einen Song aus der Facebook-Musikbibliothek auszuwählen und ihn deinem Video hinzuzufügen.
- **Effekte verwenden:** Du kannst Filter, AR-Effekte (bei den Augmented-Reality-Effekten handelt es sich um **virtuelle Elemente, die sich wie eine Maske auf das Kamerabild legen und es dadurch verändern**. Die Effekte lassen sich über die Kamera der Instagram-App aufnehmen und anschließend in der Story teilen. und Text zu deinem Reel hinzufügen. Tippe auf die verschiedenen Symbole auf dem Bildschirm, um diese Funktionen zu nutzen.)
- **Länge und Geschwindigkeit anpassen:** Du kannst die Geschwindigkeit deines Videos anpassen und die Länge des Reels festlegen, bevor du es veröffentlichst.

4. Vorschau und Veröffentlichung:

- Nach der Bearbeitung kannst du eine Vorschau deines Reels ansehen, um sicherzustellen, dass es genau so aussieht, wie du es möchtest.
- Füge eine Beschreibung hinzu, wenn du möchtest, und wähle aus, wer das Reel sehen kann (z.B. öffentlich, Freunde).
- Tippe auf "Veröffentlichen", um dein Reel mit deinen Followern und der Facebook-Community zu teilen.

3.6. Stories Erstellen

1. Zugriff auf Stories:

- Öffne die Facebook-App und tippe oben auf dem Startbildschirm auf "Deine Story" oder das "+" Symbol neben den Stories deiner Freunde.

2. Neues Foto oder Video hinzufügen:

- Du kannst direkt ein neues Foto oder Video aufnehmen, indem du auf das Kamera-Symbol tippst. Halte die Aufnahme-Taste für Videos gedrückt.
- Alternativ kannst du auch ein vorhandenes Foto oder Video aus deiner Galerie hochladen, indem du auf das Galerie-Symbol tippst.

3. Story bearbeiten:

- **Text hinzufügen:** Tippe auf das "Aa"-Symbol, um Text zu deinem Foto oder Video hinzuzufügen. Du kannst die Schriftart, Farbe und Ausrichtung anpassen.
- **Sticker und Emojis:** Verwende das Sticker-Symbol, um verschiedene Sticker, Emojis,

- GIFs, Standort-Tagging und mehr hinzuzufügen.
- **Effekte und Filter:** Du kannst Filter über dein Bild oder Video legen und auch AR-Effekte (Augmented Reality) nutzen.
 - **Interaktive Elemente:** Füge Umfragen, Fragen oder andere interaktive Elemente hinzu, um mit deinem Publikum zu interagieren.

4. Story veröffentlichen:

- Nachdem du deine Story bearbeitet hast, tippe auf "Deine Story" oder wähle "Mit bestimmten Freunden teilen", wenn du sie nicht öffentlich machen möchtest.
- Deine Story wird nun für 24 Stunden sichtbar sein und kann von deinen Freunden oder Followern angesehen werden.

3.7. Tipps:

- **Zeitlich abgestimmte Inhalte:** Sowohl in Reels als auch in Stories kannst du die Länge und den Zeitpunkt der angezeigten Inhalte anpassen, um die Zuschauer auf besondere Momente hinzuweisen.
- **Privatsphäre-Einstellungen:** Überprüfe deine Privatsphäre-Einstellungen, um sicherzustellen, dass deine Reels und Stories nur von den gewünschten Personen gesehen werden.

Diese Funktionen sind darauf ausgelegt, einfach und benutzerfreundlich zu sein, sodass du schnell und unkompliziert kreative und unterhaltsame Inhalte teilen kannst.

3.8 Weitere wichtige Tools für Fotografen auf Facebook und Instagram

Neben Reels, Stories und Hashtags gibt es weitere nützliche, sinnvolle und wichtige Tools auf Facebook und Instagram, die Fotografen dabei unterstützen können, ihre Arbeit zu präsentieren, ihre Reichweite zu erhöhen und eine starke Marke aufzubauen. Hier sind einige dieser Tools:

3.8.1. Instagram und Facebook Ads

- **Erklärung:** Instagram und Facebook Ads ermöglichen es Fotografen, gezielte Werbekampagnen zu erstellen, um ihre Inhalte einem breiteren und spezifischeren Publikum zu präsentieren.
- **Nutzen:** Ads sind besonders nützlich, um neue Kunden zu gewinnen, Veranstaltungen oder besondere Projekte zu bewerben oder eine größere Reichweite für bestimmte Beiträge zu erzielen. Mit detaillierten Zielgruppen-Optionen können Fotografen ihre Anzeigen genau auf die Personen ausrichten, die am ehesten an ihrer Arbeit interessiert sind.
- **Aufwand:** Der Aufwand besteht in der Erstellung der Anzeige, dem Festlegen von Zielgruppen und Budgets sowie der Analyse der Kampagnenleistung. Der Nutzen kann jedoch erheblich sein, insbesondere für Fotografen, die ihre Marke bekannter machen oder konkrete Angebote vermarkten wollen.

3.8.2. Instagram Guides

- **Erklärung:** Guides sind eine Art kuratierter Inhaltskatalog auf Instagram, bei dem Fotografen eine Sammlung ihrer Beiträge, Produkte oder Orte zu einem bestimmten Thema zusammenstellen können.
- **Nutzen:** Fotografen können Guides nutzen, um ihre Arbeiten thematisch zu ordnen und eine Art Portfolio zu erstellen, das bestimmte Aspekte ihrer Fotografie hervorhebt. Sie sind ideal für Tutorials, Tipps, Reiseberichte oder thematische Sammlungen von Fotos.
- **Aufwand:** Der Aufwand für die Erstellung eines Guides ist moderat, da er hauptsächlich aus der Auswahl und Beschreibung von bestehenden Inhalten besteht. Der Nutzen ist groß, da Guides den Followern helfen, Inhalte besser zu navigieren und sich in den Arbeiten des Fotografen zu vertiefen.

3.8.3. Instagram Shopping (für Fotografen, die Prints oder Dienstleistungen verkaufen)

- **Erklärung:** Mit Instagram Shopping können Fotografen ihre Produkte, wie Fotodrucke, Bücher oder Workshops, direkt über ihre Instagram-Beiträge und Stories verkaufen. Beiträge können mit Produkt-Tags versehen werden, die zu einer Kaufseite führen.
- **Nutzen:** Dies ist besonders wertvoll für Fotografen, die ihre Arbeiten monetarisieren möchten. Instagram Shopping bietet eine direkte Verbindung zwischen der Präsentation der Arbeiten und dem Verkauf, was den Verkaufsprozess für Kunden einfach und nahtlos macht.
- **Aufwand:** Es erfordert die Einrichtung eines Instagram-Shops und das regelmäßige Taggen von Produkten in Beiträgen. Der Nutzen ist hoch, da es eine direkte Umsatzquelle schaffen kann.

3.8.4. Facebook und Instagram Insights (Analyse-Tools)

- **Erklärung:** Insights bieten detaillierte Analysen zur Performance von Beiträgen, Stories, Reels und Werbeanzeigen. Sie zeigen Metriken wie Reichweite, Engagement, Demografie der Follower und vieles mehr.

- **Nutzen:** Diese Tools helfen Fotografen zu verstehen, welche Inhalte bei ihrem Publikum am besten ankommen, wann die beste Zeit zum Posten ist und wie sie ihre Strategie anpassen können, um die Reichweite und das Engagement zu maximieren.
- **Aufwand:** Der Aufwand liegt hauptsächlich in der Interpretation der Daten und der Anpassung der Strategie. Der Nutzen ist groß, da eine datengetriebene Strategie oft zu besseren Ergebnissen führt.

3.8.5. Instagram und Facebook Live

- **Erklärung:** Live-Streaming auf Instagram und Facebook ermöglicht es Fotografen, in Echtzeit mit ihrem Publikum zu interagieren. Sie können Q&A-Sitzungen abhalten, Tutorials geben, „Behind the Scenes“-Einblicke teilen oder Live-Shootings durchführen.
- **Nutzen:** Live-Sessions bieten eine direkte und authentische Möglichkeit, mit Followern zu kommunizieren und eine engere Beziehung aufzubauen. Es fördert das Engagement und kann zu einer höheren Reichweite führen, da Live-Videos oft in den Feeds priorisiert werden.
- **Aufwand:** Der Aufwand ist gering bis moderat, da es hauptsächlich die Vorbereitung und Durchführung des Live-Streams betrifft. Der Nutzen liegt in der erhöhten Interaktion und dem Aufbau einer engagierten Community.

3.8.6. Facebook-Gruppen

- **Erklärung:** Facebook-Gruppen ermöglichen es Fotografen, Communities um spezifische Themen oder Interessen aufzubauen oder sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen.
- **Nutzen:** In einer eigenen Gruppe können Fotografen ihre Expertise teilen, Feedback zu Arbeiten erhalten und sich mit potenziellen Kunden oder anderen Profis austauschen. Gruppen bieten eine hervorragende Plattform, um langfristige Beziehungen zu einer engagierten Community aufzubauen.
- **Aufwand:** Der Aufwand kann hoch sein, insbesondere wenn der Fotograf die Gruppe aktiv moderiert und mit Inhalten füllt. Der Nutzen besteht in der tiefen Bindung zu einer speziellen Community und der Möglichkeit, sich als Experte zu positionieren.

3.8.7. Cross-Posting zwischen Facebook und Instagram

- **Erklärung:** Cross-Posting ermöglicht es Fotografen, Inhalte gleichzeitig auf Facebook und Instagram zu teilen. Dies spart Zeit und sorgt für eine konsistente Markenpräsenz auf beiden Plattformen.
- **Nutzen:** Cross-Posting erhöht die Effizienz und stellt sicher, dass die Inhalte auf beiden Plattformen gleichzeitig präsent sind, ohne zusätzlichen Aufwand.
- **Aufwand:** Der Aufwand ist minimal, da es sich um eine automatische Funktion handelt. Der Nutzen liegt in der Zeitersparnis und der breiteren Reichweite.

3.8.8. Facebook und Instagram Stories Highlights

- **Erklärung:** Stories Highlights sind gespeicherte Stories auf dem Instagram-Profil, die über die 24-Stunden-Grenze hinaus sichtbar bleiben. Sie können kategorisiert und thematisch geordnet werden.
- **Nutzen:** Fotografen können wichtige Arbeiten, Events, FAQs oder Testimonials in den Highlights speichern und so potenziellen Followern dauerhaft zugänglich machen. Dies ist besonders nützlich, um ein Portfolio oder spezielle Projekte zu präsentieren.
- **Aufwand:** Der Aufwand besteht in der regelmäßigen Pflege und Organisation der Highlights. Der Nutzen ist groß, da es eine dauerhafte, leicht zugängliche Galerie von

Inhalten bietet.

3.8.9. Fazit

Diese zusätzlichen Tools auf Facebook und Instagram sind für Fotografen äußerst wertvoll, um ihre Arbeit effektiv zu präsentieren, ihre Reichweite zu vergrößern und tiefere Beziehungen zu ihrem Publikum aufzubauen. Der Einsatz dieser Tools erfordert unterschiedlich viel Aufwand, doch stehen Nutzen und Aufwand in einem guten Verhältnis, besonders wenn sie strategisch und regelmäßig genutzt werden. Die Kombination dieser Tools mit Reels, Stories und Hashtags bietet Fotografen eine umfassende Möglichkeit, ihre Präsenz in den sozialen Medien zu maximieren.

4. Plädoyer für Facebook

Facebook ist für Fotografen im Vergleich zu Instagram noch relevant und interessant, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen als Instagram. Hier sind einige Schlüsselpunkte, warum Facebook weiterhin eine bedeutende Plattform für Fotografen ist:

1. Unterschiedliche Zielgruppen

- **Zielgruppe und Demografie:** Facebook hat eine breitere und oft ältere Nutzerbasis im Vergleich zu Instagram. Während Instagram bei jüngeren Nutzern beliebter ist, bietet Facebook Zugang zu einem Publikum, das möglicherweise mehr finanzielle Mittel und Interesse an hochwertigen, professionellen Dienstleistungen wie Fotografie hat.
- **Netzwerk- und Geschäftskontakte:** Facebook wird häufig genutzt, um mit anderen Profis zu vernetzen und Geschäftskontakte zu pflegen. Viele potenzielle Kunden oder Partner sind auf Facebook aktiv, was es zu einer wertvollen Plattform für Geschäftsbeziehungen macht.

2. Erweiterte Funktionen für Business und Marketing

- **Facebook-Seiten:** Professionelle Fotografen können ihre Arbeit auf speziell angelegten Facebook-Seiten präsentieren, die sich leicht für Marketing, Branding und Kundenkommunikation anpassen lassen.
- **Facebook-Gruppen:** Es gibt zahlreiche Gruppen auf Facebook, die sich auf Fotografie spezialisieren. Diese bieten eine Plattform zum Austausch, zur Teilnahme an Diskussionen und zur Vernetzung mit anderen Fotografen und potenziellen Kunden.
- **Veranstaltungen und Buchungen:** Facebook ermöglicht es, Veranstaltungen zu erstellen und direkt über die Plattform Buchungen zu verwalten. Dies ist besonders nützlich für Fotografen, die Workshops, Fotoshootings oder andere Events anbieten.

3. Längere Formate und Storytelling

- **Längere Beiträge und Alben:** Facebook erlaubt längere Textbeiträge, was es einfacher macht, ausführliche Geschichten oder Hintergrundinformationen zu den eigenen Fotos zu teilen. Auch das Erstellen von Fotoalben, in denen eine Serie von Bildern mit Erklärungen präsentiert werden kann, ist eine Stärke von Facebook.
- **Content-Vielfalt:** Neben Fotos kannst du auch Blogs, Artikel, Videos und Events auf deiner Facebook-Seite teilen, was dir ermöglicht, deine Arbeit in einem breiteren Kontext zu präsentieren.

4. Werbung und gezieltes Marketing

- **Facebook Ads:** Facebook bietet umfangreiche Werbemöglichkeiten mit präzisen Targeting-Optionen. Du kannst gezielt Anzeigen an bestimmte demografische Gruppen oder Interessen ausspielen, was besonders nützlich ist, wenn du deine Fotografie-Dienstleistungen oder -Produkte vermarkten möchtest.
- **Retargeting:** Du kannst Nutzer, die bereits deine Webseite oder Facebook-Seite besucht haben, erneut ansprechen. Das ist ein mächtiges Werkzeug, um Interessenten in Kunden zu verwandeln.

5. SEO (search engine optimization) und Sichtbarkeit

- **Suchmaschinenoptimierung:** Inhalte, die auf Facebook veröffentlicht werden, können von Suchmaschinen indiziert werden, was zur Online-Sichtbarkeit beitragen kann. Wenn jemand nach einem Fotografen in einer bestimmten Region sucht, kann deine Facebook-

Seite in den Suchergebnissen erscheinen.

6. Kundenbewertungen und Empfehlungen

- **Rezensionen und Empfehlungen:** Auf Facebook können Kunden direkt Rezensionen hinterlassen. Positive Bewertungen können potenzielle Neukunden überzeugen und das Vertrauen in deine Arbeit stärken.
- **Empfehlungsmarketing:** Facebook-Nutzer können deine Seite und Beiträge einfach teilen, was die Reichweite und Sichtbarkeit durch Mund-zu-Mund-Propaganda erhöht.

7. Nachhaltiger Content

- **Langfristige Auffindbarkeit:** Im Gegensatz zu Instagram, wo Inhalte schnell in der Timeline verschwinden, bleiben Beiträge auf Facebook-Seiten dauerhaft sichtbar und zugänglich. Das macht Facebook zu einem besseren Archiv für deine Arbeit.

Fazit:

Während **Instagram** mehr auf visuelle Inspiration und jüngere Zielgruppen fokussiert ist, bietet **Facebook** umfassendere Funktionen für Business-Marketing, Netzwerken und Kundenbindung, was es für Fotografen weiterhin relevant macht. Beide Plattformen erfüllen unterschiedliche Bedürfnisse und können sich gut ergänzen, wenn sie strategisch genutzt werden.

5. Bildformate der Plattformen

Verschiedene Social Media Plattformen haben unterschiedliche Anforderungen an Bildgrößen und -formate. Diese Anforderungen existieren, um sicherzustellen, dass Bilder korrekt dargestellt werden und sich optimal in das Layout der jeweiligen Plattform einfügen. Hier ist eine detaillierte Übersicht der gängigen Plattformen und ihrer Bildgrößenanforderungen:

1. Facebook

- **Profilbild:** 180 x 180 Pixel
- **Titelbild:** 820 x 312 Pixel
- **Bildbeitrag:** 1200 x 630 Pixel
- **Story:** 1080 x 1920 Pixel
- **Gruppen-Titelbild:** 1640 x 856 Pixel

Warum die Unterschiede?

Facebooks Layout ist stark auf verschiedene Gerätegrößen und Formate ausgerichtet, was bedeutet, dass Bilder flexibel auf verschiedenen Geräten skaliert werden müssen. Die spezifischen Abmessungen für verschiedene Bereiche (Profilbild, Titelbild, etc.) gewährleisten eine konsistente Darstellung, unabhängig von der Art des Geräts.

2. Instagram

- **Profilbild:** 320 x 320 Pixel
- **Quadratisches Bild:** 1080 x 1080 Pixel
- **Hochformat:** 1080 x 1350 Pixel
- **Querformat:** 1080 x 566 Pixel
- **Story:** 1080 x 1920 Pixel
- **Reels:** 1080 x 1920 Pixel

Warum die Unterschiede?

Instagram hat sich auf visuelle Inhalte spezialisiert, wobei das quadratische Bildformat historisch gesehen das Standardformat war. Mit der Einführung von Hoch- und Querformaten sowie Stories und Reels wurde das Layout jedoch flexibler, um den unterschiedlichen Anwendungsfällen gerecht zu werden, wie etwa der Darstellung auf mobilen Geräten oder in vertikaler Ansicht.

3. Twitter

- **Profilbild:** 400 x 400 Pixel
- **Titelbild:** 1500 x 500 Pixel
- **Bild in Tweets:** 1200 x 675 Pixel

Warum die Unterschiede?

Twitter ist textzentriert, verwendet jedoch auch Bilder, um Beiträge visuell zu unterstützen. Die Bildgrößen wurden so optimiert, dass sie auch in der Vorschau gut aussehen, ohne die Textinhalte zu verdrängen.

4. LinkedIn

- **Profilbild:** 400 x 400 Pixel
- **Titelbild:** 1584 x 396 Pixel
- **Bild in Beiträgen:** 1200 x 627 Pixel

Warum die Unterschiede?

LinkedIn ist eine professionelle Plattform, bei der der Fokus auf Klarheit und Formalität liegt. Die Bildgrößen sind darauf ausgelegt, dass visuelle Inhalte dezent bleiben und den beruflichen Kontext unterstützen, ohne abzulenken.

5. Pinterest

- **Profilbild:** 165 x 165 Pixel
- **Pin-Bild:** 1000 x 1500 Pixel
- **Board-Bild:** 222 x 150 Pixel

Warum die Unterschiede?

Pinterest verwendet eine sehr spezifische Bilddarstellung, die auf visuelle Inspiration ausgerichtet ist. Die Hochformat-Bilder sind optimiert, um maximalen Platz in den Pin-Feeds zu beanspruchen, was eine höhere Sichtbarkeit und Interaktion ermöglicht.

6. YouTube

- **Profilbild:** 800 x 800 Pixel
- **Kanal-Titelbild:** 2560 x 1440 Pixel
- **Thumbnail:** 1280 x 720 Pixel

Warum die Unterschiede?

YouTube legt großen Wert auf Videoinhalte, und die Bildformate sind darauf ausgelegt, Videoinhalte zu ergänzen. Thumbnails sind beispielsweise optimiert, um auch auf kleinen Bildschirmen gut erkennbar zu sein, während das Kanal-Titelbild groß genug ist, um auf verschiedenen Geräten ansprechend zu wirken.

7. TikTok

- **Profilbild:** 200 x 200 Pixel
- **Videoformat:** 1080 x 1920 Pixel

Warum die Unterschiede?

TikTok ist eine Plattform, die auf vertikale Videos spezialisiert ist, was durch das 9:16-Format unterstrichen wird. Dieses Format ist perfekt für die Darstellung auf Smartphones und fördert ein immersives Nutzererlebnis.

8. Webseiten

Optimierte Größe hängt von der Nutzung ab, aber 1200 x 800 Pixel ist ein gängiger Ausgangspunkt.

Bildformate für Social Media Plattformen

Detaillierte Übersicht der Bildgrößen

Facebook



Profilbild: 180 x 180 px



Titelbild: 820 x 312 px



Bildbeitrag: 1200 x 630 px

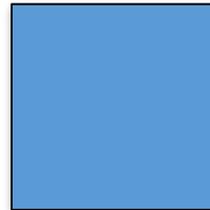


Story: 1080 x 1920 px

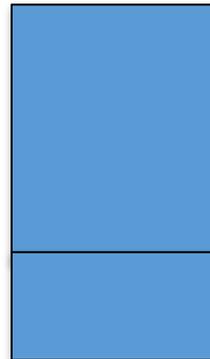
Instagram



Profilbild: 320 x 320 px



Quadratisches Bild: 1080 x 1080 px



Hochformat: 1080 x 1350 px

Querformat: 1080 x 566 px



Story: 1080 x 1920 px

Twitter

Profilbild: 400 x 400 px



Titelbild: 1500 x 500 px



Bild in Tweets: 1200 x 675 px



LinkedIn

Profilbild: 400 x 400 px



Titelbild: 1584 x 396 px



Bildbeitrag: 1200 x 627 px

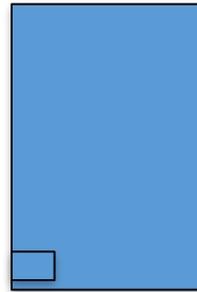


Pinterest



Profilbild: 165 x 165 px

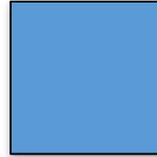
Pin: 1000 x 1500 px



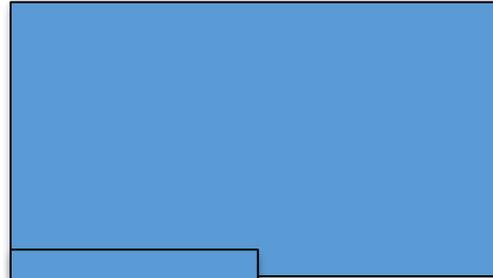
Board Bild: 222 x 150 px

YouTube

Profilbild: 800 x 800 px



Kanal-Titelbild: 2560 x 1440 px



Thumbnail: 1280 x 720 px



TikTok



Profilbild: 200 x 200 px

Videoformat: 1080 x 1920 px



6. Der fotografische Workflow

- Planung:** Festlegen, welches Bild für welche Plattform erstellt wird.
Fotografie: Aufnahmen idealerweise im RAW-Format, um maximale Flexibilität bei der Bearbeitung zu gewährleisten.
Import: Übertragen der Bilder von Kamera auf den Computer.
Sichtung+Auswahl: Auswählen der besten Bilder.

Diese Punkte – ohne Erklärung meinerseits, da allgemein bekannt und persönliches Vorgehen, abhängig von Software etc.

- Bildbearbeitung:** Anpassen von Belichtung, Kontrast, Farben, Farbraum
Export: In JPEG mit den richtigen Abmessungen und sRGB-Farbraum exportieren.
Wichtig Dateiformate !!!
Upload: Bilder auf die gewünschten Plattformen hochladen (über die Software oder Plattform selbst)
Überprüfung: Sicherstellen, dass die Bilder nach dem Upload korrekt dargestellt werden. (ohne weiteren Kommentar)

6.1. Bearbeitung, Export, Upload, Sonstiges für Social Media Plattformen

- **Bearbeitung, Export und Upload** kann erfolgen mit den eigenen Bildbearbeitungsprogramm, z.B. Photoshop, Photoshop Elements, Lightroom u.a. (wenn diese Programme alle obigen Funktionen unterstützen !)

Adobe Lightroom ist dabei ideal für die Bearbeitung und Optimierung von Bildern. Unterstützt Batch (Stapel) -Verarbeitung und ermöglicht es, mehrere Bilder gleichzeitig für Social Media zu exportieren.

Adobe Photoshop bietet detaillierte Bearbeitungsoptionen und ist besonders nützlich für die Vorbereitung von hochqualitativen Bildern. Canva (https://www.canva.com/de_de/) ist eine einfache Plattform für die Gestaltung von Social Media-Inhalten mit vorgefertigten Vorlagen.

Für die mobile Bearbeitung zur Vorbereitung für Social Media gibt es APPs wie Snapseed (bietet viele Bearbeitungswerkzeuge und ist einfach zu bedienen), VSCO (<https://www.vSCO.co/>) mit einer Vielzahl von Filtern und Bearbeitungswerkzeugen oder natürlich auch Adobe Lightroom Mobile, das erweiterte Bearbeitungsoptionen auf mobilen Geräten bietet.

oder man wählt sofort die automatische Anpassung von Fotos durch die Social Media Plattformen selbst, d.h. dann aber: Unbearbeitete Fotos können unscharf, schlecht belichtet oder farblich unausgewogen wirken. Plattformen können zudem automatisch komprimieren, was die Qualität weiter mindern kann.

Dazu eine weitere interessante Frage: Werden alle Fotos automatisch auf Facebook, Instagram etc. angepasst?

Skalierung: Facebook und Instagram passen alle Bilder automatisch an ihre Anforderungen an. Dies kann jedoch zu Qualitätsverlusten durch zusätzliche Komprimierung und Anpassungen führen.

Komprimierung: Beide Plattformen komprimieren die Bilder, um die Ladezeiten zu optimieren, was zu einem sichtbaren Qualitätsverlust führen kann. X (Twitter) komprimiert Bilder stark, insbesondere bei mehreren Bildern in einem Tweet.

YouTube passt Thumbnails an, wobei das Seitenverhältnis erhalten bleibt, aber die Auflösung kann reduziert werden. Webseiten - abhängig vom Content Management System (CMS) wird das Bild oft automatisch angepasst und komprimiert.

Zuschneiden: Wenn die Abmessungen der Bilder nicht den geforderten Aspekten entsprechen, können fast alle Plattformen die Bilder automatisch zuschneiden, was den Bildausschnitt verändern kann.

- **Sonstiges**

- **Farbraum sRGB:** Der am häufigsten verwendete Farbraum für das Web und Social Media. Da die meisten Displays und Plattformen auf sRGB optimiert sind, ist dies der beste Farbraum für Social Media-Inhalte. **Adobe RGB** für Social Media weniger empfehlenswert. Ebenso **ProPhoto RGB** ist nicht geeignet für das Web oder Social Media, da er nicht unterstützt wird und zu Farbverschiebungen führen kann.

Wenn man ein Bild in Adobe RGB oder ProPhoto RGB hochlädt, können Farben auf Social Media anders aussehen, da die Plattformen in der Regel auf sRGB konvertieren. Dies kann zu unerwünschten Farbverschiebungen führen.

- **S/W-Fotos** sollten ebenfalls im sRGB-Farbraum erstellt und bearbeitet werden, bevor sie hochgeladen werden. Die gleichen Standards für Dateiformate und Bildgrößen gelten auch hier.

– **Schutz vor Missbrauch auf Social Media**

Wasserzeichen: Hinzufügen eines dezenten Wasserzeichens, um Urheberrechtsschutz zu gewährleisten.

Metadaten: Metadaten mit Copyright-Informationen einbetten (allerdings entfernt Instagram diese beim Upload).

Bildgröße reduzieren: Hochladen von Bildern mit niedrigerer Auflösung, um Druckqualität zu verhindern.

Creative Commons Lizenzen: Bilder mit klar definierten Nutzungsrechten versehen.

6.2. Dateiformate

Die Wahl des richtigen Dateiformats ist entscheidend für die Qualität und Effizienz von Inhalten, die auf Social Media geteilt werden. Die folgenden Formate werden in allen gängigen Programmen genutzt und unterstützt.

1. JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Vorteile:

- **Weit verbreitet:** JPEG ist eines der am häufigsten verwendeten Formate auf Social Media, da es nahezu überall unterstützt wird.
- **Kompakte Dateigröße:** Durch verlustbehaftete Komprimierung wird die Dateigröße erheblich reduziert, was schnelle Ladezeiten ermöglicht.
- **Anpassbare Kompression:** Benutzer können den Kompressionsgrad steuern und somit ein Gleichgewicht zwischen Qualität und Dateigröße finden.

Nachteile:

- **Verlustbehaftete Kompression:** Beim Speichern gehen Details und Bildqualität verloren, was bei mehrfacher Bearbeitung und Speicherung zu sichtbaren Qualitätsverlusten führen kann.
- **Keine Transparenz:** JPEG unterstützt keine transparenten Hintergründe, was für bestimmte Grafikdesigns nachteilig sein kann.

2. PNG (Portable Network Graphics)

Vorteile:

- **Verlustfreie Kompression:** PNG-Dateien behalten auch nach mehreren Bearbeitungen ihre ursprüngliche Bildqualität.
- **Transparenz-Unterstützung:** PNG ermöglicht das Speichern von Bildern mit transparenten Hintergründen, was es ideal für Logos und Grafiken macht.
- **Hohe Farbtiefe:** PNG unterstützt eine größere Farbtiefe (bis zu 48 Bit), was es für komplexe Bilder mit vielen Farbabstufungen nützlich macht.

Nachteile:

- **Größere Dateigröße:** Aufgrund der verlustfreien Kompression können PNG-Dateien deutlich größer als JPEG-Dateien sein, was zu längeren Ladezeiten führen kann.
- **Nicht ideal für Fotos:** PNG ist eher für Grafiken und Bilder mit scharfen Kanten geeignet und weniger für hochauflösende Fotografien.

3. GIF (Graphics Interchange Format)

Vorteile:

- **Animierte Bilder:** GIFs sind ideal für kurze Animationen und werden häufig auf Social Media genutzt, um einfache, loopende Animationen zu erstellen.
- **Unterstützt Transparenz:** Ähnlich wie PNG kann GIF transparente Hintergründe haben, jedoch nur in einfarbiger Form.

Nachteile:

- **Begrenzte Farbpalette:** GIFs unterstützen nur 256 Farben, was zu einer geringeren Bildqualität führen kann, insbesondere bei komplexen Bildern.
- **Größere Dateigröße bei Animationen:** Animierte GIFs können schnell sehr groß werden,

was die Ladezeiten negativ beeinflusst.

4. MP4 (MPEG-4 Part 14)

Vorteile:

- **Weit verbreitet:** MP4 ist das am häufigsten verwendete Videoformat auf Social Media und wird von fast allen Plattformen unterstützt.
- **Effiziente Kompression:** Bietet eine gute Balance zwischen Dateigröße und Videoqualität, was es ideal für Online-Videos macht.
- **Unterstützt mehrere Codecs:** MP4-Dateien können Video, Audio, und sogar Untertitel in einer einzigen Datei enthalten.

Nachteile:

- **Verlustbehaftete Kompression:** Ähnlich wie JPEG können bei der Kompression von MP4-Videos Qualitätsverluste auftreten.
- **Hohe Prozessorauslastung:** Das Abspielen oder Bearbeiten von MP4-Dateien kann aufgrund der komplexen Komprimierung rechenintensiv sein.

5. MOV (QuickTime Movie)

Vorteile:

- **Hohe Qualität:** MOV-Dateien bieten eine sehr hohe Videoqualität, was sie ideal für professionelle Videoproduktionen macht.
- **Vielseitig:** Unterstützt eine Vielzahl von Codecs und kann Videos, Audio, Text und Effekte in einer Datei speichern.

Nachteile:

- **Große Dateigröße:** Aufgrund der höheren Qualität sind MOV-Dateien oft größer als MP4-Dateien, was zu längeren Ladezeiten führen kann.
- **Plattformabhängigkeit:** MOV ist ein Apple-eigenes Format und kann auf Nicht-Apple-Geräten und -Software möglicherweise nicht so gut unterstützt werden wie MP4.

6. WEBP

Vorteile:

- **Kombinierte Vorteile von JPEG und PNG:** WEBP bietet sowohl verlustbehaftete als auch verlustfreie Kompression, was es vielseitig macht.
- **Transparenz und Animationen:** WEBP unterstützt Transparenz wie PNG und kann auch Animationen wie GIFs enthalten, jedoch in besserer Qualität und kleinerer Dateigröße.
- **Effiziente Kompression:** Im Vergleich zu JPEG und PNG sind WEBP-Dateien oft kleiner bei vergleichbarer Qualität.

Nachteile:

- **Eingeschränkte Unterstützung:** Trotz zunehmender Verbreitung unterstützen noch nicht alle Plattformen und Tools das WEBP-Format vollständig.
- **Komplexere Verarbeitung:** Die Handhabung von WEBP-Dateien kann auf älteren Geräten oder in nicht unterstützten Browsern problematisch sein.

7. TIFF (Tagged Image File Format)

Vorteile:

- **Verlustfreie Qualität:** TIFF-Dateien bieten verlustfreie Bildqualität, was sie ideal für Archivierung und professionelle Fotografie macht.
- **Flexibilität:** Unterstützt mehrere Ebenen und eine hohe Farbtiefe, was es für komplexe Bildbearbeitungen nützlich macht.

Nachteile:

- **Sehr große Dateigröße:** TIFF-Dateien sind oft erheblich größer als andere Formate, was sie für den Einsatz auf Social Media weniger geeignet macht.
- **Geringe Kompatibilität:** Nicht alle Social-Media-Plattformen unterstützen das TIFF-Format, was die Verwendung einschränken kann.

Zusammenfassung

- **JPEG** ist ideal für Fotografien und allgemeine Bilder, bietet jedoch keine Transparenz.
- **PNG** ist besser für Grafiken und Bilder mit Transparenz, aber die Dateigröße kann groß sein.
- **GIF** ist nützlich für einfache Animationen, aber die begrenzte Farbpalette ist ein Nachteil.
- **MP4** ist das beste Format für Videos auf Social Media, bietet eine gute Balance zwischen Qualität und Dateigröße.
- **MOV** ist für hochwertige Videos geeignet, wird aber hauptsächlich von Apple-Geräten unterstützt.
- **WEBP** kombiniert die Vorteile von JPEG, PNG und GIF, aber die Unterstützung ist noch nicht universell.
- **TIFF** ist für professionelle Fotografie und Archivierung geeignet, jedoch aufgrund der Dateigröße weniger praktikabel für Social Media.

Diese Formate haben jeweils ihre spezifischen Einsatzbereiche und die Wahl des richtigen Formats hängt von den Anforderungen und der Art des Inhalts ab, den man teilen möchte.

An dieser Stellen fehlen aber noch die RAW-Daten Formate.

RAW-Datenformate werden auf den meisten Social-Media-Plattformen nicht unterstützt.

Es ist ja bekannt, dass RAW-Dateien unkomprimierte und unverarbeitete Bilddateien sind, die von Digitalkameras aufgenommen werden. Sie enthalten alle Bildinformationen, die der Kamerasensor erfasst, ohne dass diese Daten verändert oder komprimiert wurden. RAW-Dateien bieten Fotografen maximale Flexibilität bei der Bildbearbeitung, da sie eine höhere Bit-Tiefe und mehr Details enthalten als komprimierte Formate wie JPEG.

Warum werden RAW-Datenformate nicht unterstützt?

1. Dateigröße und Speicherbedarf:

- **Größe:** RAW-Dateien sind sehr groß, da sie alle Bildinformationen in hoher Qualität speichern. Eine typische RAW-Datei kann leicht 20 MB bis 100 MB oder mehr umfassen.
- **Speicherplatz:** Social-Media-Plattformen optimieren ihre Infrastruktur, um Millionen von Bildern täglich zu speichern und bereitzustellen. Große RAW-Dateien würden enorm viel Speicherplatz beanspruchen und die Ladezeiten der Plattformen negativ beeinflussen.

2. Kompatibilität und Verarbeitung:

- **Kompatibilität:** RAW-Dateien sind kameramodellspezifisch und es gibt viele verschiedene RAW-Formate (z.B. .CR2 für Canon, .NEF für Nikon). Um diese Dateien korrekt darzustellen, müssten Social-Media-Plattformen eine Vielzahl von Formaten unterstützen, was technisch aufwendig ist.
- **Verarbeitung:** RAW-Dateien müssen in der Regel bearbeitet und in ein gängiges Bildformat wie JPEG oder PNG konvertiert werden, bevor sie geteilt oder gedruckt werden können. Social-Media-Plattformen sind nicht darauf ausgelegt, diese komplexe Bildverarbeitung durchzuführen.

3. Optimierung für Web und Mobile:

- **Bandbreite und Ladezeiten:** Bilder auf Social-Media-Plattformen müssen schnell geladen werden, sowohl auf Desktop- als auch auf Mobilgeräten. Komprimierte Formate wie JPEG sind kleiner und laden schneller, was eine bessere Nutzererfahrung ermöglicht.
- **Automatische Komprimierung:** Plattformen wie Instagram, Facebook und Twitter komprimieren hochgeladene Bilder automatisch, um sie für die Webanzeige zu optimieren. RAW-Dateien würden durch diese Komprimierung erheblich an Qualität verlieren, was dem Hauptvorteil von RAW widerspricht.

Was bedeutet das für Fotografen?

Fotografen müssen ihre RAW-Dateien in gängigere Formate wie JPEG oder PNG konvertieren, bevor sie diese auf Social-Media-Plattformen hochladen. Dies geschieht in der Regel nach der Bearbeitung in einer Software wie Adobe Lightroom oder Photoshop, wo das Bild optimiert und für das Web exportiert wird.

- **Verlustfreies Arbeiten:** Fotografen bearbeiten ihre Bilder in RAW, um die bestmögliche Qualität zu gewährleisten. Nach der Bearbeitung konvertieren sie die Dateien in JPEG, das eine gute Balance zwischen Qualität und Dateigröße bietet und auf allen Plattformen unterstützt wird.
- **Optimierung für Social Media:** Bei der Konvertierung können Fotografen auch die Bildgröße und Auflösung optimieren, um sicherzustellen, dass ihre Bilder auf Social-Media-

Plattformen gut aussehen, ohne unnötig viel Speicherplatz oder Bandbreite zu beanspruchen.

Fazit

RAW-Dateiformate werden von Social-Media-Plattformen nicht unterstützt, da sie zu groß und unpraktisch für die Webnutzung sind. Fotografen bearbeiten ihre Bilder daher in RAW und konvertieren sie anschließend in gängigere, komprimierte Formate wie JPEG, um sie auf Social Media zu teilen. Diese Vorgehensweise stellt sicher, dass die Bilder sowohl in hoher Qualität präsentiert als auch effizient auf den Plattformen genutzt werden können.

7. WORKFLOW – WEBSEITEN/ LITERATUR/ VIDEOS

WEBSEITEN ZUM WORKFLOW

Für Fotografen, die ihren Workflow für Social Media, insbesondere Instagram und Facebook, verbessern möchten, gibt es eine Reihe von deutschen Webseiten, die nützliche Informationen und Anleitungen bieten. Hier einige von mir gefundene Seiten:

1. **Praxistipps – CHIP.de** / <https://www.chip.de/>

- Diese Seite bietet eine Fülle von Informationen zu verschiedenen technischen und kreativen Aspekten des Social-Media-Managements für Fotografen. Besonders nützlich sind die Tipps zur Bildbearbeitung, zum optimalen Timing von Posts und zur Nutzung von Hashtags.

2. **Fotografen Online-Marketing – Kwerfeldein** / <https://kwerfeldein.de/>

- Kwerfeldein ist ein beliebtes Online-Magazin für Fotografie. Hier findest du zahlreiche Artikel und Tutorials, die sich mit dem Workflow für Fotografen beschäftigen, einschließlich der Optimierung von Bildern für Instagram und Facebook. Die Seite bietet auch tiefgehende Diskussionen über Bildästhetik und Präsentation.

2. **Fotowissen.eu** / <https://www.fotowissen.eu/>

- Diese Plattform bietet spezifische Ratschläge für Fotografen, wie sie ihre Arbeiten effektiv auf Social Media präsentieren können. Es gibt Anleitungen zur Bildbearbeitung, zur richtigen Nutzung von Instagram und Facebook sowie zur Erstellung eines konsistenten visuellen Stils.

3. **Fotografie.at - Der Fotografie Blog** / <https://fotografie.at/>

- Dieser Blog bietet verschiedene Tutorials und Ratschläge für Fotografen, darunter auch spezifische Tipps zur Nutzung von Social Media, insbesondere Instagram und Facebook. Der Fokus liegt oft auf praktischen Beispielen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen.

Diese Webseiten bieten eine gute Mischung aus technischen Anleitungen, kreativen Tipps und praktischen Beispielen, die speziell für Fotografen zugeschnitten sind, um ihre Präsenz auf Instagram und Facebook zu optimieren.

DEUTSCHSPRACHIGE LITERATUR WORKFLOW (KEINE FACHZEITSCHRIFTEN)

Sorry, keine **aktuell** passende Literatur zum Workflow für Amateurfotografen gefunden...
nur Literatur zum Marketing für Fotografen...

DEUTSCHSPRACHIGE VIDEOS ZUM WORKFLOW

Auf youtube bitte selbst weiter suchen, was für einen am besten passt, es gibt unendlich viele filmchen dazu...

trotzdem hier ein paar Beispiele

- **"Wohin mit deinen Fotos? (Social Media für Fotografen)"**

<https://www.youtube.com/watch?v=uMmoQoJrcHk>

Dauer: 24 Minuten

In diesem Video diskutiert ein erfahrener Fotograf, wie man seine Fotos optimal auf Social Media Plattformen wie Instagram und Facebook präsentiert. Es werden praktische Tipps zur Auswahl der richtigen Plattformen und zur effizienten Bildbearbeitung gegeben.

- **"So bearbeite ich meine FOTOS in LIGHTROOM (Workflow 2023)"**

<https://www.youtube.com/watch?v=rpqptnpNqcc>

Dauer: 17 Minuten

Ein umfassendes Tutorial zur Bildbearbeitung mit Lightroom, das zeigt, wie man Fotos für Social Media aufbereitet. Dieses Video richtet sich an Fotografen, die ihre Arbeiten professionell auf Instagram und Facebook präsentieren möchten.

- **"Dein Workflow für Social Media"**

https://www.youtube.com/playlist?list=PLDmpztQK3FI-pr6HsfdrNac-bHRiX_il8

Dauer: 29 Minuten – mehrere Videos

In diesem Video teilt eine erfahrene Social Media-Expertin (Linda) Techniken und Tools, die Fotografen helfen, ihren Social Media Workflow zu optimieren. Besonders nützlich für diejenigen, die regelmäßig auf Instagram und Facebook posten.