

Das Auge isst mit

INSTAGRAM, FACEBOOK & CO

Unter dem Hashtag (=Suchbegriff) „#food“ findet man bei Instagram rund 240.000.000 Einträge, für „#bread“ sind es immer noch satte 7.700.000 Bilder. Kurz gesagt: Hier dreht sich vieles ums Essen und um hochwertige Lebensmittel. Wer seine Produkte in den sozialen Medien präsentiert, nutzt eine – relativ kostengünstige – Möglichkeit, neue Zielgruppen anzusprechen. BackSzene kennt die wichtigsten Tipps, die man bei Produkt-Fotos für soziale Medien beachten sollte.



▲ In kürzester Zeit Kunden neugierig machen und Kaufinteresse wecken

bereits beim Anblick das Wasser im Munde zusammenlaufen.

Achten Sie beim Fotografieren auf einen hellen, sauberen Hintergrund (Ausnahme: Bei Arbeiten in der Backstube sorgen Mehls Spuren & Co für Authentizität) und eine dezente Beleuchtung (Tageslicht).

▼ Helle Hintergründe haben eine positive Wirkung.



Menschen wecken Emotionen: zum Beispiel das Kind mit Zuckermund, das in den Krapfen beißt; die fröhliche Seniorenrunde im Café; der Lehrling beim konzentrierten Kneten des Teiges oder das Hochzeitspaar beim Anschneiden der Hochzeitstorte. (Achtung: von jedem Fotografierten eine schriftliche Einverständniserklärung zur Veröffentlichung einholen!)

Je nach Kanal empfehlen sich Bilder in unterschiedlichen Formaten: Bei Facebook wird das Querformat empfohlen (1200x630 pixel), bei Instagram das Quadrat (1080x1080 pixel) und bei Pinterest das Hochformat (238 pixel/Höhe wird skaliert, max 10 MB). Das bedeutet nicht, dass andere Fotos nicht gepostet werden können – sie erscheinen am Bildschirm nur weniger harmonisch (unscharf, abgeschnitten etc.).

Wer mit dem Smartphone fotografiert, sollte es immer parallel zum Es-

▼ In erster Linie müssen Emotionen geweckt werden.



sen halten – insbesondere, wenn das Stück Torte auf einem Teller steht, denn diese sehen durch einen schrägen Winkel leicht verzerrt aus. Tipp: Die App „Foodie“ unterstützt bei der perfekten Inszenierung von Lebensmitteln und zeigt den idealen Winkel an.

Weniger ist oft mehr: Die Teller oder Brotkörbe nicht überladen, lieber kleinere Stücke präsentieren. Kontraste (z.B. etwas Kresse am Butterbrot) machen das Foto attraktiver. Trotz aller Tipps und Trends au-

thentisch bleiben: Der Dorfbäcker mit Charme, älterer Backstube und Blümchengeschirr gewinnt in seiner Zielgruppe ebenso Sympathien wie der marketingtechnisch durchgestylte Filialist. Die Besonderheiten, für die sie Ihre Kunden im Alltag schätzen, kommen in der Regel auch in sozialen Medien gut an.

Mit der App „Foodie“ ist es möglich, schnell und einfach Produkte in Szene zu setzen. Mit nur wenigen Klicks kann man so Bilder aufnehmen, bearbeiten und sofort posten.

Im Bereich Food Fotografie bietet die Akademie des deutschen Bäckerhandwerks Kurse mit Fotografenmeister Bernd Siebold an. Weitere Infos unter:

www.akademie-weinheim.de/seminare/seminar-beschreibung/1478/



▲ Einfache, aber effektive Bildbearbeitung am Handy gibt Bildern einen professionellen Touch.

ALLGEMEINE BAU CHEMIE

ABDICHTUNG · BETONSANIERUNG · INDUSTRIEBODEN



SANIERUNGEN IM LAUFENDEN BETRIEB

Bodensysteme von ABC für Generationen

- Fugenlose und dichte Oberflächen
- Optimale Hygiene
- Mechanisch extrem belastbar
- Hohe Abriebfestigkeit
- Dichte Anschlüsse

- Hohe chemische und thermische Beständigkeit (-40 bis +150 °C)
- Flüssigkeitsdicht
- Rutschfest (R9 bis R13)
- Leicht zu reinigen

Qualität aus Österreich - seit mehr als 40 Jahren