

Warum schlechte Produktbilder Umsatz kosten

Wie Unternehmen ihre Produkte online überzeugend präsentieren – ein Leitfaden für Hersteller, Händler und E-Commerce-Unternehmen

WHITEPAPER

E-COMMERCE

PRODUKTFOTOGRAFIE

Viele Unternehmen investieren viel Zeit in Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing – doch die visuelle Präsentation ihrer Produkte wird häufig unterschätzt. Gerade im Onlinehandel entscheiden wenige Sekunden darüber, ob ein Kunde Interesse entwickelt oder weiterklickt. Dieses Whitepaper zeigt, warum hochwertige Produktbilder entscheidend sind und welche Faktoren Unternehmen beachten sollten.

Der erste Eindruck entscheidet

Online vs. stationärer Handel

Im stationären Handel können Kunden Produkte anfassen, testen und vergleichen. Online übernimmt das Bild diese zentrale Aufgabe – es ist der einzige Berührungspunkt zwischen Produkt und potenziellem Käufer, noch bevor ein einziges Wort gelesen wird.

Produktfotografie vermittelt Qualität, Vertrauen und Professionalität auf einen Blick. Studien bestätigen, dass visuelle Inhalte maßgeblich beeinflussen, ob ein Produkt näher betrachtet oder ignoriert wird.

Was ein Produktbild leisten muss

→ **Vertrauen schaffen**

Kunden kaufen, was sie als zuverlässig und hochwertig wahrnehmen.

→ **Qualität vermitteln**

Materialien, Verarbeitung und Details werden sichtbar gemacht.

→ **Funktionen zeigen**

Einsatzzweck und Anwendungsszenarien werden klar kommuniziert.

→ **Emotionen auslösen**

Das Bild erzeugt den Wunsch, das Produkt zu besitzen oder zu nutzen.

Häufige Fehler bei Produktbildern

In vielen Online-Shops, Katalogen und Marktplätzen lassen sich immer wieder dieselben Schwachstellen beobachten. Diese Fehler wirken sich direkt auf Kaufentscheidungen und die Markenwahrnehmung aus.

1

Schlechte Beleuchtung

Produkte wirken flach, unattraktiv oder unprofessionell. Schatten verdecken Details, Farben erscheinen verfälscht – der erste Eindruck ist ruiniert, bevor der Kunde überhaupt den Beschreibungstext liest.

2

Unklare Perspektiven

Wenn nur eine einzige oder ungünstige Perspektive gewählt wird, erkennt der Kunde wichtige Details, Abmessungen oder Funktionen nicht. Unsicherheit entsteht und Unsicherheit verhindert Käufe.

3

Zu wenige Bilder

Ein einzelnes Produktbild reicht selten aus. Kunden wollen das Produkt von allen Seiten sehen, Details begutachten und sich ein vollständiges Bild machen können.

4

Keine Anwendungssituationen

Freisteller allein reichen nicht. Ohne Kontextbilder sehen Kunden nicht, wie das Produkt tatsächlich eingesetzt wird und können sich die Nutzung schwer vorstellen.

5

Inkonsistente Darstellung

Unterschiedliche Bildstile, Hintergründe, Beleuchtung und Perspektiven innerhalb eines Shops oder Katalogs wirken unruhig und unprofessionell – sie untergraben das Vertrauen in die Marke.

Welche Produktbilder Unternehmen wirklich brauchen

Eine überzeugende Produktdarstellung besteht nicht aus einem einzelnen Bild, sondern aus einem durchdachten Mix verschiedener Bildtypen. Erst in ihrer Kombination helfen sie Kunden, Produkte vollständig zu verstehen und Vertrauen aufzubauen.



Freisteller

Der klassische Bildtyp für Kataloge, Shops und Marktplätze. Klarer Hintergrund, neutrale Beleuchtung – der Fokus liegt vollständig auf dem Produkt. Unverzichtbar für alle Produktkategorien.



Detailaufnahmen

Zeigen Verarbeitung, Materialien und Qualitätsmerkmale aus nächster Nähe. Besonders wertvoll für hochwertige Produkte, bei denen Oberflächenstruktur und Präzision entscheidend sind.



Anwendungsbilder

Verdeutlichen Einsatzmöglichkeiten und zeigen das Produkt in realen Nutzungssituationen. Sie helfen Kunden zu verstehen, wie das Produkt in ihren Alltag oder Arbeitsablauf passt.



Lifestyle-Bilder

Transportieren Emotion, Markenidentität und Lebensgefühl. Sie sprechen nicht nur den Verstand an, sondern wecken den Wunsch – und sind damit ein kraftvolles Instrument der Markenkommunikation.

Produktbilder im E-Commerce

Gerade im Onlinehandel haben visuelle Inhalte einen direkten, messbaren Einfluss auf den Geschäftserfolg. Professionelle Produktfotografie ist kein Luxus, sondern ein strategisches Instrument, das Produkte klar positioniert und vom Wettbewerb abhebt.

67%

Bildeinfluss

der Konsumenten nennen Produktbilder als den entscheidenden Faktor bei Kaufentscheidungen im Onlinehandel.

3x

Mehr Engagement

erzielen Produkte mit professionellen Bildern im Vergleich zu Produkten mit Amateur-Fotografie.

Direkter Einfluss auf drei Schlüsselbereiche

Kaufentscheidungen

Hochwertige Bilder senken die Hemmschwelle und machen es leichter, den Kauf-Button zu klicken.

Vertrauen

Professionelle Fotografie signalisiert Seriosität – sie ist das visuelle Aushängeschild des Unternehmens.

22%

Weniger Retouren

verzeichnen Online-Shops, die mehrere hochwertige Bilder pro Produkt einsetzen – dank realistischerer Erwartungen.

Markenwahrnehmung

Konsistente, hochwertige Bilder positionieren das Unternehmen als kompetenten und verlässlichen Anbieter.

Produktfotografie als Teil der Markenkommunikation

Produktfotos sind weit mehr als technische Abbildungen. Sie sind ein zentraler Bestandteil der Markenkommunikation – jedes Bild sendet eine Botschaft darüber, wer das Unternehmen ist und wofür es steht.

Ein konsistenter Bildstil schafft Wiedererkennungswert über alle Kanäle hinweg: Website, Katalog, Social Media, Marktplätze. Wenn alle Bilder dieselbe Bildsprache sprechen, entsteht ein kohärentes Markenerlebnis, das Vertrauen aufbaut und in Erinnerung bleibt.

Markenidentität stärken

Ein durchgehender Bildstil mit konsistenten Farben, Perspektiven und Stimmungen macht die Marke unverwechselbar. Kunden erkennen Produkte sofort als Teil eines bestimmten Unternehmens – noch bevor sie den Markennamen lesen. Diese visuelle Kohärenz ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil in überfüllten Märkten.

Wiedererkennung erhöhen

Je konsistenter und charakteristischer der Bildstil, desto stärker prägt er sich im Gedächtnis der Kunden ein. Wiedererkennung fördert Vertrauen, und Vertrauen fördert Loyalität. Stammkunden kehren zu Marken zurück, deren visuelle Identität sie als verlässlich und vertraut empfinden.

Professionalität vermitteln

Hochwertige Produktfotografie signalisiert auf den ersten Blick: Dieses Unternehmen nimmt seine Arbeit ernst. Sie ist ein stiller Qualitätsversprechen und hebt Unternehmen von Wettbewerbern ab, die bei der visuellen Präsentation sparen.

Produktfotografie als strategische Investition

Produktfotografie ist weit mehr als eine reine Dokumentation eines Produkts. Sie ist ein zentrales Instrument der Kommunikation mit Kunden und ein entscheidender Hebel für den wirtschaftlichen Erfolg im digitalen Handel.

Unternehmen, die ihre Produkte visuell überzeugend präsentieren, schaffen Vertrauen, erhöhen die Aufmerksamkeit und steigern die Wahrscheinlichkeit, dass Interessenten sich intensiver mit ihrem Angebot beschäftigen. Im Umkehrschluss bedeutet das: Jedes schwache Produktbild ist eine verpasste Chance – eine Chance, die direkt Umsatz kostet.

Für Hersteller

Hochwertiges Bildmaterial unterstützt Händler und B2B-Kunden dabei, Produkte selbstsicher weiterzuvermarkten und in die eigenen Kanäle zu integrieren.

Für Online-Shops

Professionelle Bilder reduzieren Absprungraten, erhöhen die Verweildauer und verbessern nachweislich die Conversion-Rate auf Produktseiten.

Für Händler

Konsistente Produktdarstellung stärkt das Markenimage und hebt das Sortiment auf Marktplätzen wie Amazon oder idealo deutlich vom Wettbewerb ab.

Für Startups

In der Aufbauphase setzt professionelle Fotografie ein wichtiges Signal: Qualität und Ernsthaftigkeit – auch wenn das Unternehmen noch jung ist.

- ❑ Investitionen in professionelle Produktfotografie zahlen sich direkt aus – durch höheres Kundenvertrauen, bessere Conversion-Raten und eine stärkere Markenwahrnehmung über alle Kanäle hinweg.

Sind Ihre Produktbilder wirklich optimal?

Sie sind unsicher, ob Ihre aktuellen Produktbilder optimal wirken? Auf Wunsch werfen wir gerne einen kurzen Blick auf Ihre Produktdarstellung und geben eine unverbindliche Einschätzung.

Jetzt unverbindlich anfragen