



BILDSTRATEGIE · APRIL 2026

BILDSTRATEGIE FÜR DEN MITTELSTAND.

WAS SIE WIRKLICH BRAUCHEN (UND WAS NICHT).

Ein ehrlicher Leitfaden: Wann lohnt ein Shooting, wann reichen Smartphone-Fotos, wann hilft KI?



ÜBERSICHT

INHALT

01	Warum nicht jedes Unternehmen sofort ein Shooting braucht	3
02	Stufe 1: Was mit dem Smartphone geht	3
03	Stufe 2: Was der Fotograf bringt	4
04	Stufe 3: Was KI kann (und was nicht)	5
05	Die Entscheidungsmatrix	6
06	Warum ich diesen Artikel schreibe	7
07	Kontakt & Nächste Schritte	8



WARUM NICHT JEDES UNTERNEHMEN SOFORT EIN SHOOTING BRAUCHT.

Nicht jedes Unternehmen braucht sofort ein großes Fotoshooting. Das sage ich als jemand, der davon lebt.

Aber: Fast jedes Unternehmen, mit dem ich arbeite, gibt Geld für Bilder aus, die nichts leisten. Stockfotos, die nach Stockfotos aussehen. Handyfotos vom Praktikanten, die auf der Karriereseite landen. Oder neuerdings: KI-generierte Porträts von Mitarbeitern, die es so nie gegeben hat.

Das Grundproblem ist selten ein Mangel an Bildern. Es ist ein Mangel an Strategie. Ohne eine klare Vorstellung davon, welche Bilder welche Aufgabe erfüllen sollen, entsteht visueller Ausschuss: Fotos, die auf der Website keinen Platz finden, weil sie nicht zum Text passen. Bilder, die nach zwei Jahren veraltet wirken, weil sie einem Trend folgten statt der eigenen Identität. Und das Schlimmste: Inkonsistenz. Wenn Marketing, HR und Vertrieb unkoordiniert Bilder einkaufen, verwirrt das den Betrachter und verwässert die Marke.

Bevor ein Euro in neue Bilder fließt, braucht es deshalb ein visuelles Audit: Was haben wir? Was fehlt wirklich? Was kann bleiben? Die ehrliche Antwort ist manchmal, dass ein kleines Budget für Smartphone-Schulung mehr bringt als ein großes Shooting.

WAS MIT DEM SMARTPHONE GEHT.

Für vieles, was im Alltag anfällt, ist ein aktuelles Smartphone mehr als ausreichend. Social-Media-Stories vom Firmenevent. Ein schnelles Behind-the-Scenes für LinkedIn. Der Messestand vor dem Aufbau. Dokumentation für interne Zwecke.

Was hier zählt, ist nicht die technische Perfektion, sondern die Unmittelbarkeit. Ein Handyfoto, das einen echten Moment zeigt, ist hundertmal mehr wert als ein perfekt beleuchtetes Stockfoto, das nach Werbung aussieht. Aktuelle Marktforschung bestätigt: Authentische, leicht unperfekte Bilder erzeugen auf LinkedIn höhere Interaktionsraten als Hochglanz-Content. Der dokumentarische Wert schlägt die ästhetische Perfektion.

Für Unternehmen, die hier systematisch werden wollen, lohnt sich der Aufbau eines Corporate-Influencer-Programms: Mitarbeiter werden mit einfachen Leitlinien zu Licht, Bildausschnitt und Datenschutz ausgestattet und können so den Content-Output dezentral skalieren.



Wo das Smartphone an seine Grenzen kommt: Bei schlechtem Licht (Konferenzräume, Produktionshallen), bei Porträts mit professionellem Anspruch, bei allem, was gedruckt oder großformatig gezeigt werden soll. Die winzigen Bildsensoren können bei anspruchsvollen Lichtbedingungen physikalisch nicht genügend Photonen einfangen. Das Resultat: digitales Rauschen, Verlust von Texturdetails und eine flache Anmutung. Und wenn ein einheitlicher, wiedererkennbarer Look über 30 oder 50 Bilder hinweg gebraucht wird, scheitert das Smartphone nicht an der Technik, sondern an der fehlenden Nachbearbeitung und Bildkonzeption.

„Ein hastig aufgenommenes Smartphone-Foto der Geschäftsführung für den Jahresbericht untergräbt das Vertrauen in die Kompetenz des Unternehmens. Hier braucht es einen Profi.“

Stefan Franke, Fotograf Fulda

03 — STUFE 2

WAS DER FOTOGRAF BRINGT.

Es gibt Situationen, in denen ein Profi nicht „schöner“ fotografiert, sondern anders. Der Unterschied liegt weniger in der Kamera als in drei Dingen: Konzeption (was wollen wir eigentlich zeigen?), Menschenführung (wie bringe ich einen Geschäftsführer dazu, natürlich auszusehen?) und Nachbearbeitung (ein einheitlicher Look über den gesamten Bildpool).

Ein professionelles Shooting lohnt sich immer dann, wenn die Bilder nach außen wirken sollen: Karriereseite, Unternehmenswebsite, Imagebroschüre, Messestand, Pressematerial. Überall dort, wo Vertrauen aufgebaut werden muss und der erste Eindruck zählt. Denn im B2B entscheiden oft unbewusste Mikrosignale in Mimik und Haltung über Sympathie und Kompetenzvermutung.

Besonders kritisch ist das Thema Employer Branding. In Deutschland fehlen über 1,2 Millionen Fachkräfte. Das Bewerbungsverhältnis hat sich umgedreht: Unternehmen bewerben sich bei Kandidaten. Bewerber wollen sehen, wie ihr potenzieller Arbeitsplatz tatsächlich aussieht und wer ihre zukünftigen Kollegen sind. Stockfotos oder gar KI-generierte „Fake-Mitarbeiter“ werden sofort entlarvt und senden ein fatales Signal: Dieses Unternehmen ist nicht stolz auf sein echtes Team.

Aus meiner Erfahrung ist der Return on Investment erstaunlich hoch. An einem Vormittag entstehen 30 bis 50 fertige Bilder, die ein Unternehmen zwei bis drei Jahre lang auf allen Kanälen einsetzen kann. Diese „Hero-Images“ arbeiten wie ein gutes Logo: rund um die Uhr, auf jeder Plattform.



WAS KI KANN (UND WAS NICHT).

KI-Bildgeneratoren wie Midjourney, Googles Imagen oder Black Forest Labs Flux haben beeindruckende Fortschritte gemacht. Wer sie ignoriert, handelt fahrlässig. Wer sie als pauschalen Ersatz für Fotografie anpreist, versteht die Mechanik von Vertrauen im B2B nicht. KI ist ein hochspezialisiertes Werkzeug für drei konkrete Anwendungsbereiche:

01

Creative Composing

Produkte werden im Studio real fotografiert (100% Farbechtheit, Detailschärfe), dann per KI in fotorealistic Umgebungen eingebettet. Das spart Reisekosten, senkt den CO2-Fußabdruck und ermöglicht grenzenlose Anpassung für verschiedene Zielmärkte.

02

Asset-Rettung

Viele Mittelsändler besitzen wertvolle Archivbilder, deren Qualität für heutige Displays nicht ausreicht. KI-basiertes Upscaling und Entrauschen können fehlende Bildinformationen ergänzen und kleine Dateien verlustfrei auf Plakatgröße hochskalieren. Das verlängert den Lebenszyklus bestehender Assets erheblich.

03

Prototyping & Ideation

In der Konzeptionsphase eliminiert KI die Kommunikationslücke zwischen Agentur und Kunde. Anstatt abstrakter Skizzen entstehen in Minuten fotorealistic Moodboards. Die Entscheidungsfindung wird präziser, kostspielige Missverständnisse werden vermieden.

Wo KI nicht hingehört: Überall dort, wo echte Menschen gezeigt werden sollen. Ein KI-generiertes Team-Foto ist kein Teamfoto. Es ist eine Lüge, auch wenn sie gut aussieht. Eine Studie der FH Münster zeigt: Kunden bewerten den Einsatz von KI bei Personenmotiven kritisch. Der sogenannte „Uncanny Valley“-Effekt, bei dem zu perfekte oder generisch wirkende Gesichter Unbehagen auslösen, wird im B2B sensibel wahrgenommen und mit Misstrauen abgestraft.

Dazu kommt die rechtliche Dimension: Ab August 2026 schreibt der EU AI Act eine Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte vor, die realistisch wirken. Bei Verstößen drohen Bußgelder von bis zu 15 Millionen Euro oder 3% des weltweiten Jahresumsatzes. Und: KI-generierte Bilder genießen nach aktuellem Recht keinen Urheberrechtsschutz. Ihr Wettbewerber könnte mit dem gleichen Prompt nahezu identische Bilder erzeugen.



WANN BRAUCHE ICH WAS?

Wenn Karriereseite oder „Über uns“:

→ Professionelles Shooting. Vertrauen im B2B basiert auf menschlicher Verbindung. Nur echte, professionell ausgeleuchtete Porträts transportieren Kompetenz und Nahbarkeit.

Wenn Tagesaktuelle Updates für LinkedIn:

→ Smartphone. Hohe Frequenz erfordert niedrige Produktionskosten. Leichte Unperfektheiten fördern das organische Gefühl und steigern die Interaktionsrate.

Wenn Produkte in verschiedenen Umgebungen:

→ Kombination: Profi-Studiofoto + KI-Composing. Das Produkt bleibt zu 100% real, die teure Location wird per KI generiert. Maximaler ROI.

Wenn Employer Branding Fotos:

→ Professionelles Shooting im Reportage-Stil. Fachkräfte suchen die reale Arbeitswelt. Stock- oder KI-Bilder schrecken Top-Talente ab.

Wenn Altes Archivmaterial für Messe-Druck:

→ KI: Upscaling & High-End Retusche. Durch Entrauschen und Skalieren werden kleine Pixeldateien gerettet. Verhindert teure Neuproduktionen.

Wenn Konzepte oder Pitch-Decks visualisieren:

→ KI-Bildgenerierung. Ermöglicht sofortige, fotorealistische Visualisierung komplexer Ideen ohne Budgeteinsatz für Shootings.

Wenn Nicht sicher, was Sie brauchen:

→ Erstgespräch. Manchmal reicht eine halbe Stunde, um Klarheit zu schaffen. Das kostet nichts und spart am Ende Geld.



WARUM ICH DIESEN ARTIKEL SCHREIBE.

Weil ehrliche Beratung mehr Vertrauen aufbaut als ein perfekter Verkaufspitch. Ich verdiene mein Geld mit Fotografie. Trotzdem sage ich Ihnen, wenn ein Smartphone reicht. Oder wenn KI für Ihren Anwendungsfall die bessere Wahl ist.

Ein konkretes Beispiel: Ein Industrieunternehmen fragt ein Komplett-Shooting für veraltete Maschinenbilder an. Statt den lukrativen Auftrag anzunehmen, sage ich: „Ihre aktuellen Bilder sind von Perspektive und Ausleuchtung solide, lediglich die Auflösung ist zu gering. Lassen Sie uns KI-basiertes Upscaling nutzen. Das gesparte Budget investieren wir gezielt in ein Reportage-Shooting Ihrer Mitarbeiter für das drängendere Problem: Ihr Employer Branding.“

„Die stärksten Bilder entstehen nicht durch bessere Technik. Sie entstehen, wenn jemand versteht, was gezeigt werden soll, und wie man Menschen dazu bringt, sich vor der Kamera zu vergessen.“

Stefan Franke, Fotograf Fulda

Warum funktioniert das? Weil B2B-Einkäufer es gewohnt sind, dass ihnen Dienstleister das Maximum verkaufen wollen. Rät ein Experte von einer Investition ab, kollabiert diese Abwehrhaltung. Aus einmaligen Shootings entwickeln sich langfristige Beratungsmandate.

In 15 Jahren als Fotograf für Unternehmen und Institutionen in der Region Fulda und Rhön habe ich eines gelernt: Mir sind die Kunden lieber, die wissen, warum sie mich buchen. Die nach dem Shooting sagen: „Jetzt haben wir endlich Bilder, die wir zeigen wollen.“ Das kann kein Algorithmus. Und kein Smartphone.

Was bleibt am Ende einer guten Beratung? Ein Visual Playbook: ein verbindliches Dokument, das definiert, wann welches Werkzeug zum Einsatz kommt, wer für Smartphone-Content zuständig ist und in welchen Zyklen professionelle Shootings stattfinden.



LASSEN SIE UNS REDEN.

Ein Erstgespräch kostet nichts. Ein schlechtes Bild schon.

WEB stefanfranke.eu

MAIL anfrage@stefanfranke.eu

TELEFON 0179 403 1333

LINKEDIN linkedin.com/in/stefan-franke

PROJEKT ANFRAGEN — STEFANFRANKE.EU