

Perspektive

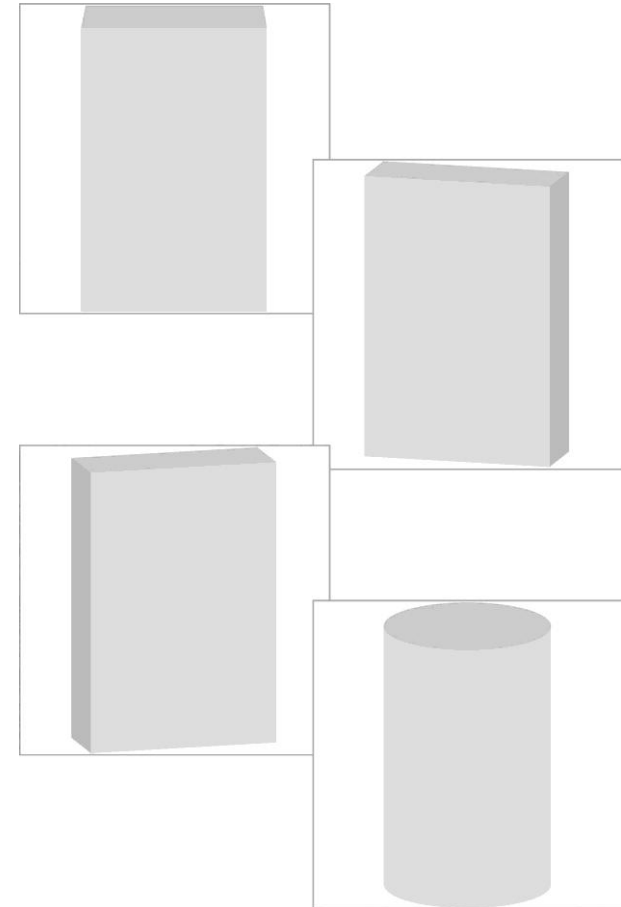
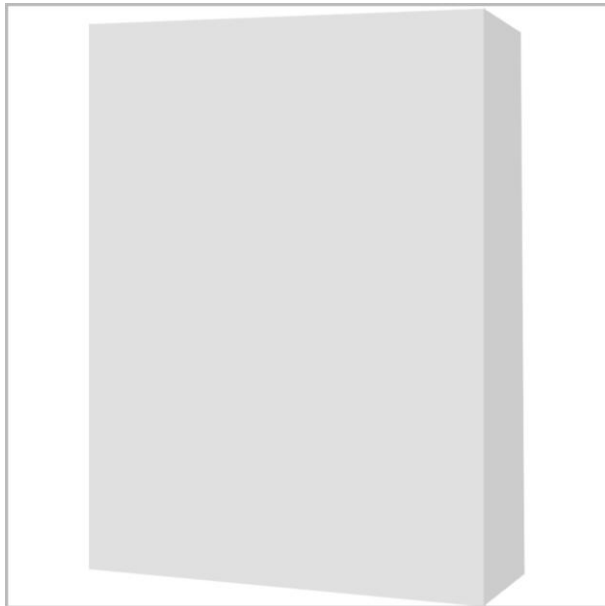
Um den unterschiedlichen Ansprüchen unserer Kunden gerecht zu werden, bieten wir Produktabbildungen in verschiedenen Ausrichtungen an. Dabei sollen jedoch eine gewisse Einheitlichkeit sowie eine realistische Darstellung gewahrt bleiben.

Falsch:

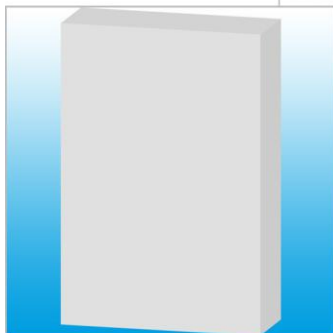
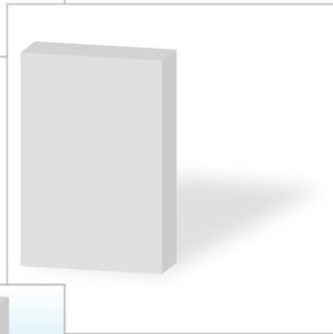
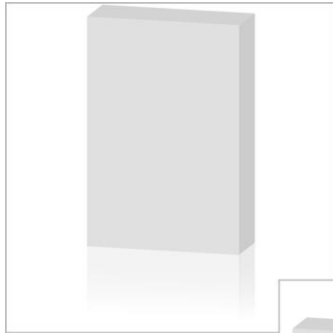
←
Apotheken verkaufen keine Hochhäuser, sondern Produkte, die i.d.R. nur wenige Zentimeter groß sind. So sollten sie auch dargestellt werden. Verzichten Sie daher bitte auf Perspektiven unterhalb der Oberkante des Produktes.

Richtig:

→
Das Produkt ist leicht von oben angeschnitten. Neben der frontalen Perspektive kann das Produkt auch leicht links bzw. rechts gedreht sein. Runde Produkte werden frontal abgebildet.



Effekte



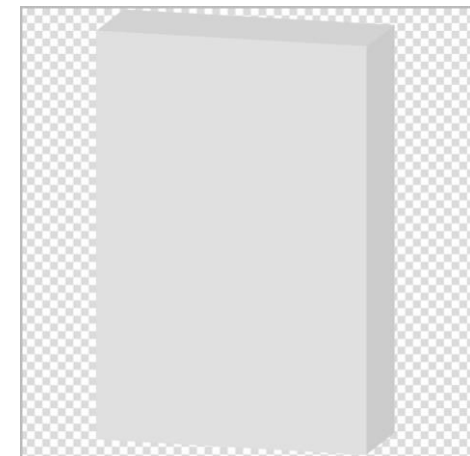
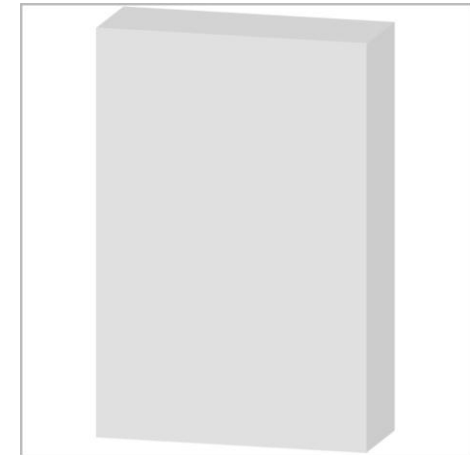
Die meisten Online-Shops verwenden weiß als Hintergrundfarbe. Im Mittelpunkt steht natürlich immer die Präsentation des Produktes, daher sollte auf alle optischen Elemente, die über das reine Produkt hinausgehen, verzichtet werden.

Falsch:

← Schatten und Reflektionen sorgen dafür, dass viel Platz, der für das eigentliche Produkt genutzt werden könnte, verloren geht. Ein farbiger oder grauer Hintergrund lenkt enorm vom Produkt ab und passt optisch in die wenigsten Online-Shops. Verzichten Sie daher auf derartige Elemente. Gerne können Sie uns die Produktbilder auch als offene Dateien (TIF oder PSD) zusenden, in denen Schatten, Hintergrund etc. als separate Ebenen hinterlegt sind.

Richtig:

→ Ideal sind ein weißer oder transparenter Hintergrund und der Verzicht auf sämtliche optischen Gestaltungselemente.



Größe

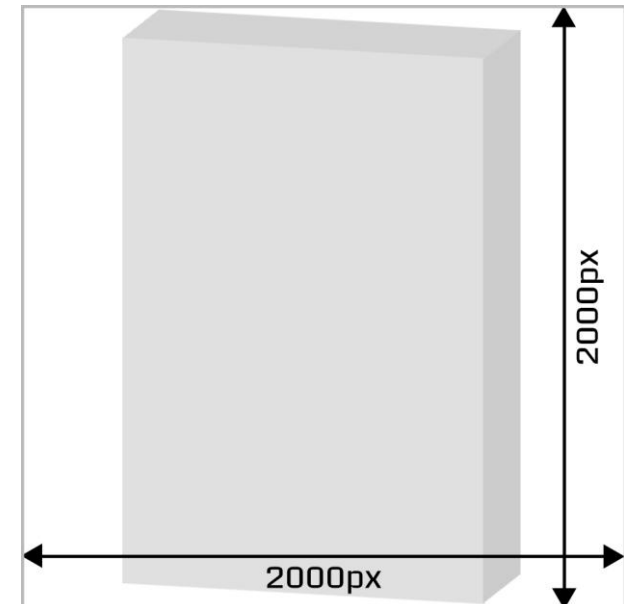
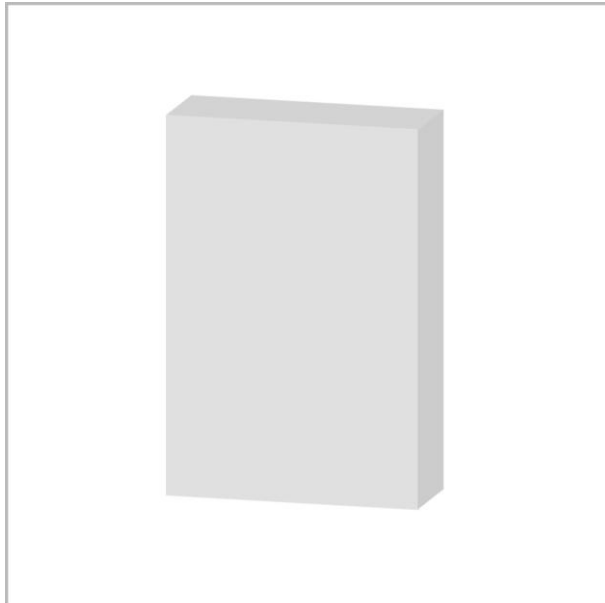
Viele Online-Shops nutzen heutzutage Zoom-Funktionen, mit denen man ein Produkt sehr detailliert ansehen kann. Daher ist es wichtig, Produktabbildungen in einer ausreichenden Größe anzubieten.

Falsch:

← Die Produktabbildungen sollten mindestens 2.000 Pixel breit bzw. hoch sein. Es genügt nicht, ein 800 Pixel kleines Bild auf einen Hintergrund von 2.000 Pixel zu bringen, da dann ein breiter weißer Rand entsteht.

Richtig:

→ Das Produkt sollte die 2.000 Pixel voll ausfüllen, um auch entsprechend groß dargestellt werden zu können. Die Größe von 2.000 Pixeln ist dabei das absolute Minimum. Gerne können Sie uns auch größere Produktabbildungen zukommen lassen.



Format und Einstellungen

Produktabbildungen können in den folgenden Dateiformaten übermittelt werden: **TIF, JPG, BMP, PNG, PSD.**

Bevorzugt wird das **TIF-Format.**

Idealerweise sollte das Produkt **nicht als Hintergrundebene**, sondern als normale Ebene vorliegen.

Die **Auflösung** sollte **300 dpi** betragen.

Die Bilder können **randbeschnitten** oder **quadratisch** sein.

Der Farbraum kann sowohl **RGB** als auch **CMYK** sein.

Die Übertragung der Dateien kann als **E-Mail-Anhang** oder per **Download-Link** (z.B. WeTransfer) erfolgen.
Alternativ freuen wir uns ggf. über einen Zugang zu Ihrer **Bilderdatenbank.**