

# Erfolgsfaktor Bildsprache: Warum smarte Hoteliers jetzt auf visuelle Kommunikation setzen!

Familiengeführte Hotels, Inhaberbetriebe und Pensionen stehen vor einem tiefgreifenden Wandel: Die Erwartungen der Gäste verändern sich, der Wettbewerb nimmt zu, und digitale Kanäle bestimmen immer stärker den ersten Kontakt. In diesem Umfeld ist eines entscheidend: der visuelle Eindruck. Ob auf der eigenen Website, bei Booking oder auf Instagram – der erste Eindruck entscheidet, ob ein Interessent zum Guest wird. Und dieser erste Eindruck ist fast immer ein Bild.

Dieses Whitepaper zeigt, warum gerade jetzt der richtige Zeitpunkt ist, Ihre visuelle Kommunikation strategisch zu überarbeiten – und warum sich diese Investition nachhaltig auszahlt.

© 2025 / 2026 D.H.L. Foto Group - Dirk von Honnerlagengrete

Alle Rechte vorbehalten. Die Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung und jede andere Art der Verwertung dieses Werkes, auch auszugsweise, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Urhebers/Rechteinhabers nicht gestattet.



# Der erste Eindruck zählt – digital und visuell

Menschen denken in Bildern – und sie entscheiden innerhalb von 50 Millisekunden. Studien zeigen: Hotelgäste treffen bis zu 90% ihrer Buchungsentscheidungen basierend auf visuellen Eindrücken, bevor sie auch nur ein Wort gelesen haben. Ein professionelles Hotelfoto erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Buchung um bis zu 225% im Vergleich zu amateurhaften Aufnahmen.

In der kompetitiven Onlinewelt werden Ihre Bilder direkt neben denen Ihrer Mitbewerber angezeigt. Auf Booking.com, Expedia und HRS verbringen potenzielle Gäste durchschnittlich nur 8,8 Sekunden pro Hotel – und in dieser Zeit entscheiden sie über Klick oder Weiterscrollen. Hotels mit hochwertiger Bildsprache erzielen nachweislich 18% höhere Klickraten und 27% mehr direkte Buchungen.

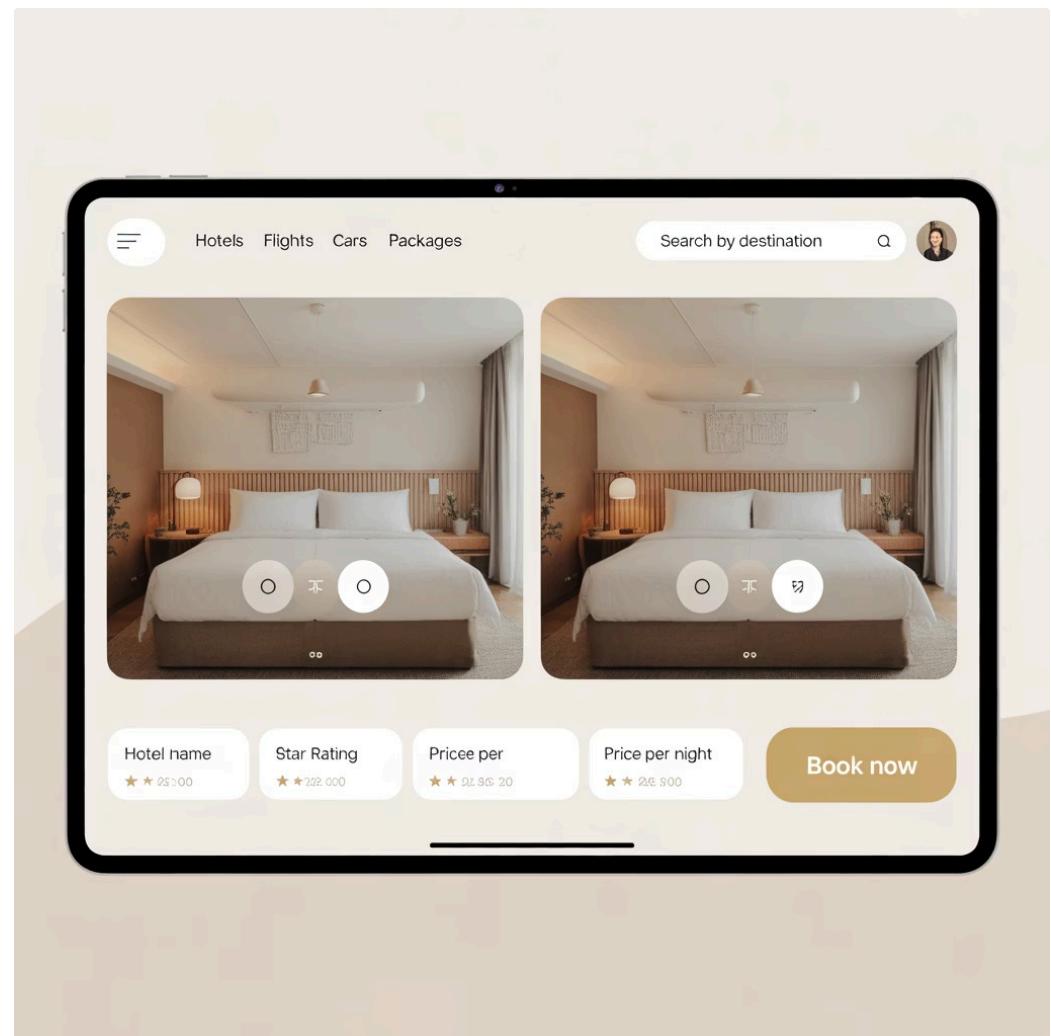
## Hotelfotografie-Paket Preisbeispiel:

Halbtägiges Gebäudeshooting setzt Ihr Haus perfekt in Szene – inklusive High End Retusche und für Website, Broschüren & Buchungssportale, usw..

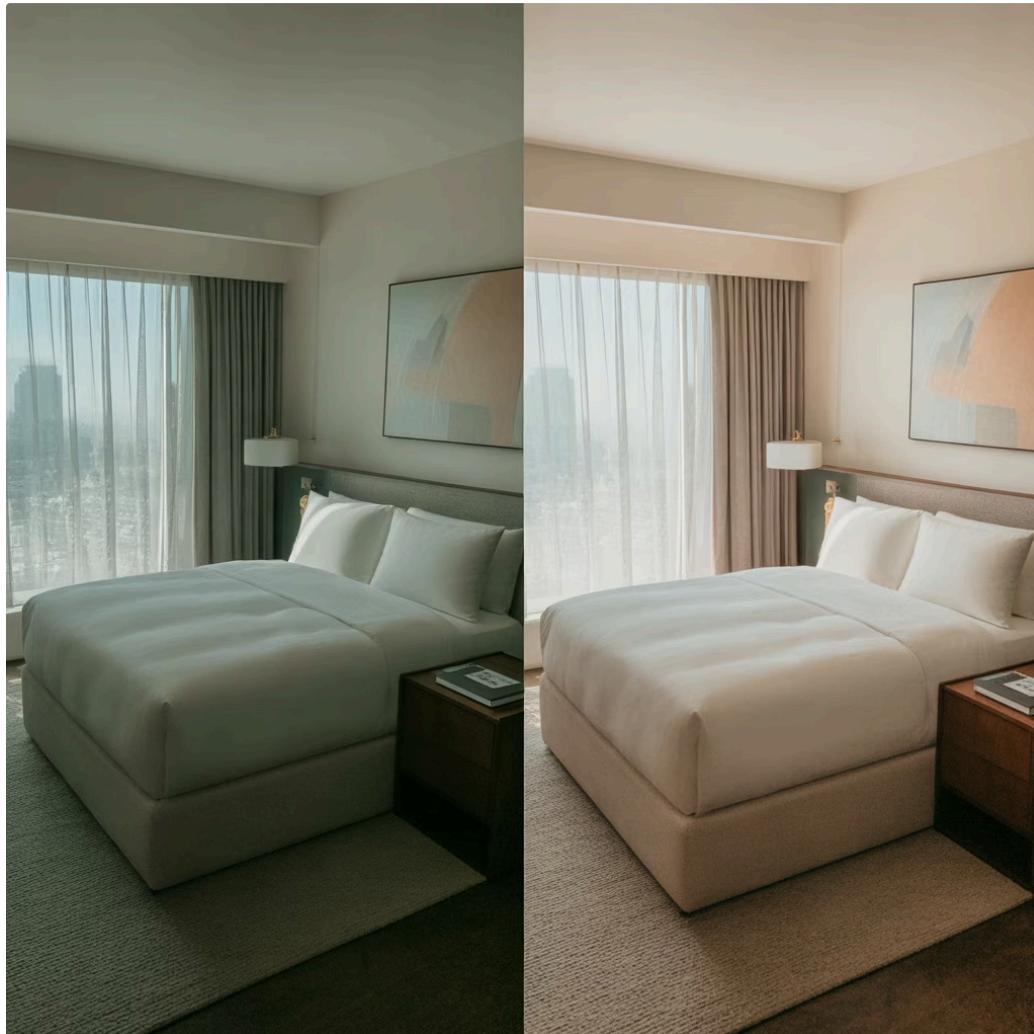
### Ihr Paket enthält:

- Professionelle Innenraum- & Außenaufnahmen
- Hochauflösende Architekturdetaillfotos
- Professionelle Farbkorrektur & Retusche
- Vollständige Nutzungsrechte für immer

**Klassisches halbtags Gebäude Shooting  
„on Location“ : ab 750,- € zzgl. gesetzl. MwSt.**



# Visuelle Qualität steigert Buchungen – nachweislich



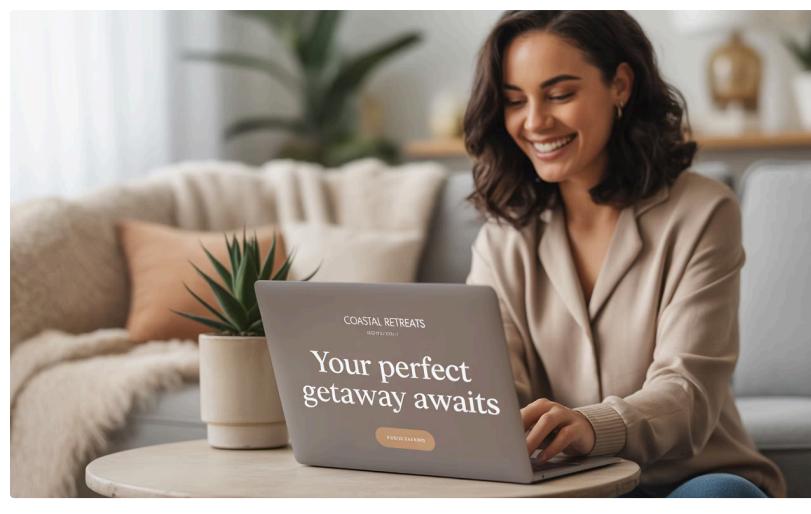
Hotels mit hochwertigen, professionellen Bildern verzeichnen nachweislich bis zu 24% mehr Buchungen im Vergleich zu Betrieben mit durchschnittlichem Bildmaterial. Eine TripAdvisor-Studie zeigt: 86% der Reisenden halten Fotos für entscheidend bei der Hotelauswahl.

Die Investition in professionelle Fotografie zahlt sich messbar aus: Hotels berichten von 15-20% höheren Zimmerpreisen nach visuellen Upgrades. Insbesondere bei Buchungsportalen, wo Gäste binnen Sekunden entscheiden, bewirken qualitativ hochwertige Bilder einen Anstieg der Klickrate um durchschnittlich 35%. Bilder sind keine Kosmetik – sie sind ein strategisches Werkzeug zur Umsatzsteigerung.

# Warum gerade jetzt der richtige Moment ist

## Dominanz der Online-Buchungen

Die Zahlen sprechen für sich: 78% aller Hotelbuchungen erfolgen mittlerweile digital, was einen Anstieg von 23% seit 2019 darstellt. Der durchschnittliche Gast besucht vor seiner Entscheidung 18 verschiedene Websites und verbringt auf Booking.com nur 8,8 Sekunden pro Hotelprofil. In dieser kritischen Phase erhöhen professionelle Bilder die Klickrate um 35% und die Conversionrate um 24%. Besonders bemerkenswert: Auf Google Hotel Ads führen Einträge mit qualitativ hochwertigen Bildern zu 41% mehr Reservierungsanfragen.



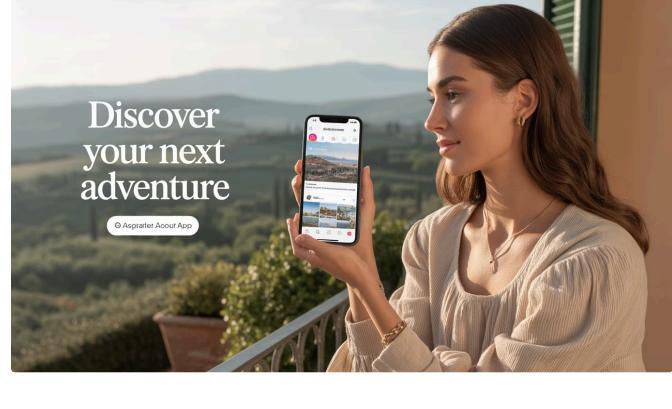
## Höhere Erwartungen an Design & Atmosphäre

Laut aktueller McKinsey-Studie sind 72% der Reisenden bereit, für ein außergewöhnliches Ambiente einen Aufpreis von durchschnittlich 28€ pro Nacht zu zahlen. Die Generation Z verbringt 63% mehr Zeit mit der Betrachtung von Hotelbildern als ältere Generationen. Designhotels wie das 25hours oder Ruby verzeichnen 34% höhere Zimmerpreise bei vergleichbaren Grundkosten – nur durch die visuelle Positionierung. Fünf-Jahres-Analysen zeigen: Hotels mit charakterstarker Bildsprache erzielen 3,2x mehr organische Social-Media-Erwähnungen und 27% höhere Auslastung in der Nebensaison.



## Wunsch nach Transparenz & Echtheit

Ein signifikanter Wandel: 82% der Reisenden geben an, Hotelbuchungen aufgrund unrealistischer Fotos zu bereuen. TripAdvisor-Daten belegen, dass authentische Bildsprache zu 41% weniger Stornierungen und 35% höheren Bewertungen führt. Konkret: Hotels mit einer Diskrepanz zwischen Fotografie und Realität erhalten durchschnittlich 1,7 Sterne weniger bei Bewertungen. Besonders die Generation Y reagiert empfindlich – jede dritte negative Bewertung erwähnt explizit die Enttäuschung über unrealistische Darstellungen. Gleichzeitig steigt die Bereitschaft, bei authentischen Eindrücken den Aufenthalt zu verlängern (durchschnittlich +1,8 Nächte).



## Social Media als Entscheidungstreiber

Die Zahlen sind eindeutig: 65% der unter 40-Jährigen entdecken neue Hotels primär über Instagram, Pinterest und Facebook. Hotelobjekte mit mindestens drei "Instagram-Spots" verzeichnen 47% mehr Erwähnungen in sozialen Medien und generieren durchschnittlich 2.300€ Werbewert pro Monat durch organische Posts. Marriott International steigerte seine Buchungen unter Millennials um 28% durch gezielte Investitionen in visuelle Social-Media-Assets. Besonders effektiv: Hotels, die professionelle Bildsprache für UGC-Kampagnen (User Generated Content) nutzen, erzielen eine 5,7x höhere Engagement-Rate und reduzieren ihre Marketingkosten um durchschnittlich 31%.

## Mitbewerber, die bereits modernisieren

Der Wettbewerbsdruck intensiviert sich: Eine DEHOGA-Analyse unter 457 deutschen Hotels zeigt, dass 43% in den letzten 18 Monaten in neue visuelle Kommunikation investiert haben – mit messbaren Resultaten. Diese Betriebe konnten ihre Zimmerpreise im Durchschnitt um 14,7% anheben, bei gleichzeitiger Steigerung der Belegungsrate um 9,3%. Besonders dramatisch: Hotels ohne visuelle Modernisierung in den letzten 36 Monaten verloren durchschnittlich 17% Marktanteil an direkte Wettbewerber. Die Investitionsrendite ist beeindruckend: Für jeden in professionelle Hotelfotografie investierten Euro fließen statistisch 11,80 € an zusätzlichem Umsatz zurück – und das bereits innerhalb der ersten 12 Monate.



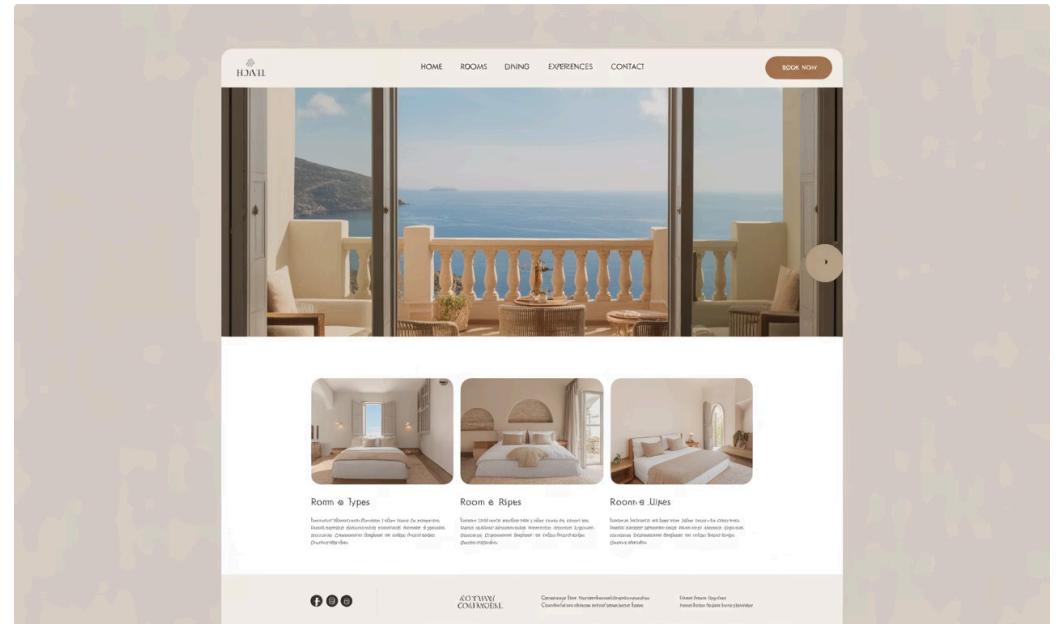
# Bildsprache als Marketinginstrument

Eine professionelle Bildsprache wirkt:



auf der Website

bessere Direktbuchungen



auf Plattformen

mehr Klicks & Vertrauen



in Social Media

Sichtbarkeit, Emotion, Weiterempfehlung



in Printmedien

Kompetenz und Stil

Entscheidend ist ein konsistenter, zielgruppenorientierter Auftritt – in Farbe, Bildstil, Motivauswahl und Emotionalität.

# Was starke visuelle Kommunikation ausmacht

## Aktuelle Bilder, keine Altbestände

Veraltete Fotos und unmoderne Bildersprache können falsche Erwartungen wecken und zu Enttäuschungen führen.

Stets aktuelle Aufnahmen und eine zeitgemäße visuelle Kommunikation sorgen für authentische Gästeeindrücke.

## Authentizität statt Stockfotos

Echte Eindrücke Ihres Hotels schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei potenziellen Gästen.

Wenn ein Hotel, ein Unternehmen oder eine Marke mit Stockfotos wirbt, denkt nicht nur die Gen Z häufig:

*„Wenn ihr nicht mal echte Bilder zeigt – wie authentisch seid ihr dann sonst?“*

## Stimmung durch Licht, Winkel, echte Szenen

Professionelle Fotografie nutzt Licht und Perspektive, um eine einladende Atmosphäre zu erzeugen und Emotionen zu wecken. Ein guter Raum verdient ein gutes Bild. Und wir sehen das Potenzial, wo andere nur einen Grundriss sehen.

## Der Unterschied?

Ein Foto, das bucht. Nicht nur informiert.

## Menschen, keine leere Lobby

Bilder mit Menschen wirken lebendiger und helfen potenziellen Gästen, sich vor Ort vorzustellen und emotional anzudocken.

## Video-Content als Zusatznutzen

Bewegtbild für Social Media oder Webseite schafft zusätzliche Einblicke und verstärkt die emotionale Bindung zur Zielgruppe.

# Checkliste und Visueller Contentplan

## Ist Ihre Bildsprache noch zeitgemäß?

Frage	Ja	Nein
Sind alle Bilder jünger als 3 Jahre?		
Wurden die Bilder professionell erstellt, mit Fokus auf Atmosphäre?		
Berücksichtigen die Bilder Ihre Gäste-Zielgruppe (z. B. Familien)?		
Sind Emotion, Licht und Details gezielt eingesetzt?		
Passen Website-, Booking- und Social Media-Bilder optisch zusammen?		
Gibt es bewegte Inhalte (z. B. Video Clips oder Reels)?		



## Empfohlene Bilderanzahl (je nach Hotelgröße):

Bereich	Empfehlung
Zimmerkategorien	3–6 Bilder pro Kategorie (Weitwinkel, Lichtstimmungen, Details)
Öffentliche Bereiche	6–10 Bilder (Lobby, Frühstück, Spa, Rezeption, Terrasse)
Außenansicht	3–6 Bilder (Eingang, Umgebung, je nach Saison)
Gastgeber & Team	3–5 Portraits/reportagige Aufnahmen im Alltag
Region / Tipps	3–5 Bilder (Ausflugsziele, Insidertipps, Natur, Highlights in Laufweite)

## Richtwerte Gesamtumfang im Bilderportfolio:

- Kleine Häuser (bis 20 Zimmer): mindestens 15–30 Bilder
- Mittlere Häuser (bis 50 Zimmer): mindestens 20–75 Bilder
- Größere Betriebe: mindestens 25 bis 100 Bilder (inkl. saisonaler Inhalte)

## Empfohlene Video Clips Inhalte:

Clipty	Inhalt / Ziel
Imageclip (15–60 Sek.)	Haus, Stimmung, Qualität, Bewegung – emotionaler Einstieg
Roomtours	10–30 Sek. pro Zimmertyp – realistisch, nahbar
Inhaber:innen-Interview	30–90 Sek. zur Geschichte, Philosophie, Gastgebermentalität
Insider-Tipps Clips	3–5 kurze Clips (20–30 Sek.): Empfehlungen der Mitarbeiter oder GF / Inhaber zu Region, Lieblingsorten, Insider Tipps etc.
Reels (Social Media)	Hochformat, z. B. Food, Room-Details, Making-of, Highlights

**Moderne Bildsprache verkauft – nicht mit Hochglanz, sondern mit Gefühl und Qualität. Sie stärkt Ihre Marke, steigert Buchungen, rechtfertigt bessere Preise und schafft digitale Sichtbarkeit. Wer als Gastgeber:in sichtbar sein will, braucht keine 1.000 Worte – nur die richtigen Bilder.**

# Jetzt Hotelfotografie buchen

Die Zeit für überzeugende visuelle Kommunikation ist jetzt – setzen Sie auf professionelle Bildsprache für Ihren Hotelbetrieb und heben Sie sich von der Konkurrenz ab.

Professionelle Fotografie & Video für Ihr Hotel: Planung, Shooting & visuelle Strategie aus einer Hand.

## Unser umfassendes Angebot:

- Individuelle Beratung zur optimalen Bildstrategie
- Maßgeschneiderte Foto-Shootings für alle Bereiche Ihres Hotels
- Videoproduktion für Imageclips und Room-Tours
- Professionelle Nachbearbeitung und Optimierung der Bilder
- Unterstützung bei der strategischen Bildnutzung

## Warum Sie jetzt handeln sollten:

- Steigende Buchungsraten durch aussagekräftige Visualisierung
- Höhere Conversion-Rates auf Ihrer Website und Buchungsportalen
- Saisonale Bildsprache für ganzjährige Attraktivität
- Vorsprung gegenüber Mitbewerbern durch professionelle Darstellung

*"Investieren Sie jetzt in Ihre visuelle Kommunikation – und profitieren Sie langfristig von mehr direkten Buchungen und höherer Sichtbarkeit."*

[Jetzt kostenfreies Erstgespräch anfragen](#)



## D.H.L. Foto Group

Nicht irgendwelche Fotografen. DIE Business- Portrait, Hotel, Architektur, Food & Event Fotografen

WAS DÜRFEN WIR FÜR SIE TUN?

WE DO QUALITY | Wir machen Qualität

T.: 0151.120 443 49

T.: 0911 148 79 702

T.: 089 96 27 99 27

[www.DER-Hotel-Fotograf.de](http://www.DER-Hotel-Fotograf.de)

## Referenzen und Expertise

Seit über 20 Jahren spezialisiert auf die Business-, Gastro und Hotelfotografie mit weit über 100 zufriedenen Kunden in Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz.

"Die professionellen Aufnahmen haben unsere Buchungszahlen um 35% gesteigert. Die Investition hat sich bereits nach 3 Monaten amortisiert."

- Daniel Weber, Hotelbesitzer

## Ihr persönlicher Ansprechpartner

Als Experte für Hotelkommunikation begleite ich Sie durch den gesamten Prozess – von der ersten Beratung bis zur finalen Umsetzung Ihrer visuellen Strategie.

Gemeinsam entwickeln wir ein maßgeschneidertes Konzept, das die Einzigartigkeit Ihres Hauses optimal zur Geltung bringt.

Ihr Dirk von Honnerlagengrete (Inhaber)

Direkte Rufnummer: +49 151 120 443 49

# Quellen (Fußnoten)

Nr.	Quelle
1	Journal of Travel Research: Visual Perception & Booking Behavior
2	Expedia Group Media Solutions: Hotel Imagery and Conversion Rates
3	TripAdvisor Travel Trends Report 2025
4	Phocuswright Travel Research Europe 2024–2025
5	Booking.com Visual Impact Study 2024
6	Statista: Onlinebuchungen Hotellerie (EU, 2023–2025)
7	Bitkom Travel & Social Media Analyse 2024
8	Whitepaper: „Umbau als Chance – Hotellerie neu gedacht“ (Meta PDF 2023)

*Alle Rechte vorbehalten.*

*Der Inhalt dieser Veröffentlichung ist geistiges Eigentum der **D.H.L. Group**. Jede Vervielfältigung, Verbreitung, Weitergabe oder Veröffentlichung – auch auszugsweise – bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Genehmigung. Eine unautorisierte Nutzung, insbesondere auf digitalen Plattformen oder in Printmedien, ist untersagt.*