







Pferd verkaufen – aber richtig! "Pimp my Anzeige" (Teil 1)

von Ulrike Amler & Karen Diehn

Mein-Isi.de - DER Pferdemarkt im Internet

Bild	Pferd	Preis	Eignung
	*** Knudel Schecke*** UNBEDINGT ANGUCKEN! * 2011 Fuchsschecke, Hengst	VB	Freizeit, Sport, Fahren, Distanz, Dressur, Zucht
	Graufalbe - Hengstanwärter - v. Weltmeister! * 2010 Graufalbe mögl. Splash, Hengst	4.000	Sport, Freizeit, Dressur, Zucht
	Stute * 2001 braun, Stute	2.500	Freizeit, Barock, Distanz, Dressur
kein Bild vorhanden!	Freizeitpferd mit viel Tölt, groß, vielseitig ausgebildet, deutsch gezogen	5.000	Freizeit, Dressur
	Supertolles Turnierpferd! * 2003 Rappe, Wallach	VB 10.000	Sport, Freizeit, Dressur
	Liebes Freizeitpferd / Familienkumpel / Kinderpferd / Reitschule * 1999 Rappe o.A., Stute	xx - Platz vor Preis!	Freizeit, Dressur, Therapie
	Talentierte Viergänger * 2001 Brauner, Wallach	VHS	Sport, Freizeit

Jeder, der schon einmal ein Pferd gesucht hat, kennt das: Man schaut in Verkaufspferdebörsen und diverse Anzeigenblätter und stößt dabei auf Annoncen, die einen auf Anhieb ansprechen und auf solche, die man glatt übersieht – ohne Bild, das einen anspricht, ohne Text, der einen neugierig macht. Der Interessent klickt weiter, obwohl das so übersehene Pferd vielleicht sogar den echten "Wow"-Faktor gehabt hätte...

Wenn der Interessent durch nichts aufmerksam gemacht wird, nichts seinen Blick fängt, dann hat der Verkäufer schlechte Chancen. Wer aber sieht und liest, was ins "Beuteschema" passt, dann ist das

Interesse für die gesamte Anzeige geweckt. Aufmerksamkeit ziehen Anzeigen auf sich, deren gesamte Gestaltung stimmig ist. Dazu zählt der formulierte Text mit der Überschrift genauso wie die ansprechende bildliche Präsentation des angebotenen Vierbeiners.

Teil 1 – Bilder sprechen lassen

Gerade den Bildern kommt große Bedeutung zu, denn sie werden meist als Anzeigenaufmacher an exponierter Stelle präsentiert und sind nicht zuletzt auch eine Visitenkarte des Verkäufers, vor allem aber von professionellen Zucht- und Ausbildungsbetrieben mit Kommissionsverkauf. Deswegen sollten die Bilder als "Eycatcher" verstanden werden, der darüber entscheidet, ob der Anzeigentext bis zum Preis und den

Angaben zum Anbieter überhaupt gelesen wird. Die fotografische Präsentation eines Verkaufspferdes darf nicht unterschätzt werden, dann der erste Blick setzt die Emotionen frei, die das weitere Interesse aktivieren. Darum gilt beim Pferdeverkauf immer: Auch wenn eine Fotoanzeige womöglich etwas mehr kostet, sind die Euros hierfür gut angelegt. Und letztendlich nehmen diese sich beim stattlichen Verkaufspreis gering aus. Professionelle Fotos, die Interessenten ansprechen, rechtfertigen sogar einen höheren Verkaufspreis. Können keine Bilder eingestellt werden, sollte der Verkäufer auf jeden Fall ansprechende Fotos in einem vernünftigen Email-Format bereits für erste Käuferanfrage in Reserve halten. Wer Interesse an einem Pferd hat, der will sich ein Bild machen, bevor er sich zum Proberitt anmeldet und ist das Interesse erst geweckt, haben es potentielle Käufer meist eilig, mehr über das Pferd zu erfahren. Wer dann nur ein x-beliebiges Motiv zur Hand hat, was er zufällig noch im Handy hatte, der vergibt die Chance, mit einer Anzeige oder einer Antwortmail einen guten Eindruck zu hinterlassen, der potenzielle Käufer überzeugt. Auch ein unscharfer schwarz-weiß-brauner Fleck zwischen buntem Mikado – das Verkaufspferd – mit einem Preis im vierstelligen Bereich wird trotz aller Turnierfolge einen intensiv mit der Suche beschäftigten Pferdekäufer nicht ansprechen.



Solche Porträts zeigen Wirkung. Der junge Hengst wirkt edel, weil das Vorfürhalter keinen "Schmuddellook" erzeugt und nichts vom Kopf verdeckt. Der grüne Hintergrund lenkt nicht ab.

Bildauswahl mit Wissen um die Wirkung

Im Internet sind die Möglichkeiten, Anzeigen mit Bildern zu spicken oftmals deutlich größer als in Printmedien. Je nach Anbieter lassen sich sogar kleinere Bildergalerien anlegen. Doch wie viele Bilder und welche Motive braucht man für eine Anzeige? Weil Käufer sich von sehr

unterschiedlichen Dingen ansprechen lassen, ist eine pauschale Empfehlung für die Anzahl und Bildauswahl kaum möglich. Sicher ist jedoch, dass wenige aber dafür richtig gute Fotos eher ansprechen als ein Familienalbum aus Schnappschüssen in jeder Lebenslage. Wer ein Pferd fürs Turnier sucht, möchte Gänge sehen und gibt sich nicht mit einem Porträt zufrieden. Umgekehrt gilt, wer einen liebenswerten Freizeitkumpel für seine Kinder kaufen möchte, den interessieren keine Turnierbilder. Ein Pferd mit freundlichem Blick und Wuschelmähne ist hier eher gefragt. Die Darstellung richtet sich nach der Klientel, die angesprochen werden soll, andererseits muss sie Interieur, Exterieur, Gangvermögen und Einsatzzwecke des Pferdes möglichst präzise abbilden.



Gespitzte Ohren sind bei einem Porträt Pflicht. Ein passender Hintergrund ebenfalls. Sonst lenkt Gerümpel oder ein Zaun wie bei dem Schecken vom eigentlich Motiv ab und erzeugt einen falschen Eindruck. Gute Kameras können den Hintergrund sanft ausblenden. Das Resultat sind Fotos wie das von dem Erdfarbenen, der vor einem Haus aufgenommen wurde.

Wer ein oder zwei unterschiedliche Porträts, Bilder vom aufgestellten Pferd und einige für die Eignung aussagekräftige Bewegungs- oder Reitbilder mit Trab, Tölt oder Galopp präsentieren kann, hat bereits viel über das angebotene Pferd preisgegeben. In verschiedenen Anzeigebörsen können Bilder sogar variieren. In jedem Fall gilt aber: Qualität geht vor Quantität!

Vor der Bildauswahl steht die Frage, welcher Eindruck vermittelt werden soll und welches Motiv das Pferd von seiner besten Seite zeigt? Jeder Verkäufer kennt die Schwächen des Pferdes und weiß um seine Stärken. Der Anzeigenbetrachter sieht jedoch nur das, was ihm der Verkäufer im Bild und Verkaufstext vorlegt. Bilder lassen Raum für Interpretationen: Steht

ein verschwitzter Verkaufskandidat neben einer Frau mit Sicherheitsweste, mag das für den Verkäufer mit der Erinnerung an einen schönen Tagesritt verbunden sein, bei dem das Pferd die ganze Zeit fröhlich lief und fürs Foto von einer Mitreiterin gehalten wurde. Dasselbe Motiv kann bei einem möglichen Interessenden aber ganz andere Assoziationen hervorrufen. So könnte aus einem kooperativen und ausdauernden Freizeitpartner ein Pferd mit trüben Ausdruck werden, das reiterlich so sehr fordert, dass man lieber eine Sicherheitsweste tragen sollte...

Interessenten mustern Verkaufspferdebilder ähnlich intensiv wie Personalchefs Bewerbungsbilder und Singles Fotos in Kontaktanzeigen. Verkaufsfotos müssen in ihrer Aussage eindeutig sein und dürfen keinen Interpretationsspielraum zulassen oder Erklärung der Umstände erfordern. Dies gilt besonders, wenn Reitbilder verwendet werden sollen. Im privaten Archiv findet man vielleicht noch Kurs-, Ausritt- oder Spaßturnierfotos. Gerade hierbei ist kritisch zu prüfen, ob das Bild dem Pferd und seinem aktuellen Ausbildungsstand tatsächlich noch/schon gerecht wird und ob das Gezeigte das Pferd wirklich von seiner besten Seite zeigt.



Zunge raus, schief auf den Beinen – so ein Schnappschuss macht aus dem Fuchs nicht gerade einen Hingucker. Eine unpassende Perspektive von schräg oben, ein Zaun im Vordergrund und ein schiefes Halfter schmeicheln keinem Pferd. So wirkt auch der Schecke klein und unproportional. Genauso wie der Rappe rechts, dessen Aufmerksamkeit mehr beim Gras liegt als beim Fotografen bzw. Betrachter.

Deswegen gehören Fotos, bei denen das Verkaufspferd die Augen geschlossen hat, die Ohren hängen lässt, die Zunge zeigt, gähnt, die Beine schief unter dem Körper hat, mit Artgenossen herumkaspert oder nur halb zu erkennen ist in die Kategorie "ungeeignete



Solche Porträts machen Lust aufs Anschauen.

Schnappschüsse". Für den Verkäufer mögen solche Bilder spaßige Situationen aus dem Pferdealltag darstellen. Ein gähnendes Pferd mit Schlappohren, verdeckt von einem Zaun ist jedoch für die wenigsten Interessenten verlockend genug, um sich die Anzeige genauer anzusehen und Kontakt aufzunehmen.

Von einem Vierbeiner im "Schmuddellook" mit abgewetztem Halfter, schlammigen Beinen und herausgewachsenen Beschlägen ein echtes "Wow"-Foto zu bekommen, das gelingt selbst mit Profikameras (siehe unten!) nicht. Die Grundvoraussetzung für gute Fotos, egal ob sie ein Profi oder

Laie macht, ist immer ein ordentlich gebürstetes Pferd mit ebensolcher Mähne, ordentlicher Ausrüstung und gepflegten Hufen. Wer mit dem Gedanken spielt ein Pferd anzubieten, sollte schon im Sommer eine Fotosession planen, bei der das Pferd im kurzen, blanken Fell abgelichtet wird. Das sieht mit wenigen Handgriffen besser aus als winterliches Zottelfell. Zudem legen Käufer durchaus darauf Wert, sich vom Fell- und Pflegezustand im Sommer hinsichtlich etwaiger Scheuerneigung (Sommerekzem) zu überzeugen.

Der richtige Fokus

Das zu verkaufende Pferd muss das Hauptmotiv des Verkaufsfotos sein und möglichst bildfüllend abgelichtet werden. Eine Weide mit Unkraut oder Pferdemist lässt negative Rückschlüsse auf Haltungsbedingungen zu. Störende Nebenmotive müssen vermieden

Links: Tölt an der Hand? Mit einem Bild wie links kann man nur ahnen, was das Pferd hätte zeigen können. Optisch läuft das Pferd vor dem potentiellen Käufer davon.

Mitte: Alle Gliedmaßen sollten im Bild zu sehen sein, auch wenn das Pferd in Bewegung ist.

Rechts: Hier stimmt die Bewegungsphase genauso wenig wie der Hintergrund. Zudem ist das Bild noch unvorteilhaft schief.



werden. Dazu zählen andere Pferde oder gar eine ganze Herde in der der Verkaufskandidat untergeht, Zäune – schon gar nicht im Vordergrund –, Raufen, fremde Reiter, Häuser, Misthaufen usw.. Lassen sich Nebenmotive nicht vermeiden, sollten sie mittels Bildbearbeitungssoftware herausgeschnitten werden.

Für ein gelungenes Foto ist in jedem Fall Nähe zum Objekt erforderlich, außerdem eine passende Perspektive, ein guter Hintergrund und Licht (Sonne/Lichtquelle im Rücken). Einen Rappen an einem regenverhangenen Tag in einer dunklen Stallgasse fotografieren zu wollen erzeugt im Zweifelsfall ein konturschwaches, verblitztes oder unscharfes Bild. Mit der Standardeinstellung vieler Handykameras, die im Weitwinkel und ohne Autofokus und optischen Zoom arbeiten, gerät man in solchen Situationen schnell an technische Grenzen. Denn mit Bildschärfe und genügend Helligkeit sollte der Fotograf nicht geizen. Der Griff zur guten kompakten Digitalkamera ist daher sinnvoll.



Trab und Galopp in passender Bewegungsphase, mit gutem Hintergrund und bildfüllend. So lenkt nichts ab und das Pferd zeigt sich von seiner besten Seite.

Wer ein grasendes Islandpferd aus 1,8m Höhe von schräg oben ablichtet, macht es zum unproportionierten Kopffüßler. Selbst stattliche Pferde wirken aus dieser Perspektive immer gedrungen und klein. Zudem verhindern Gras oder Sand den Blick auf Hufe und Gelenke. Eine passendere Perspektive ergibt sich, wenn der Fotograf sich bei den Aufnahmen mit der Kamera etwa auf Augen- oder Rückenhöhe bewegt und sicherstellt, dass das Pferd zumindest hochschaut. Wer potenziellen Käufern das Gebäude des Pferdes präsentieren will, sollte mit Helfern die klassische Aufstellmethode auf einem ebenen, festen Untergrund wählen. Dazu muss das Pferd auf allen vier Hufen gleichmäßig stehen, kein Beinpaar sollte zu weit unter oder hinter dem Körper sein und das Pferd sollte aufmerksam nach vorne schauen. Die inzwischen häufig gesehene langgezogene "Schäferhundaufstellung", die an das sogenannte Stretchen oder Parken von Tennessee Walkern erinnern, ist bei Zuchtpferden vor dem Richter

gefragt. Für ein normales Verkaufsbild ist eine solche Haltung aber nicht notwendig und für Otto-Normal-Kaufinteressent die Qualität auf dem Gebäude kaum interpretierbar. Der Aufmacher darf durchaus auch ein Kopfportrait sein bei dem das Pferd den Betrachter mit wachem Auge und offenen Blick ansieht oder ein Reitfoto bei dem Pferd und Reiter auf den Betrachter zukommen.

In Bewegung



Das vordere Pferd ist gut getroffen, die Bewegungsphase stimmt. Das hintere allerdings ist nicht zu erkennen – ist dies der Verkaufskandidat, dann ist das Bild denkbar ungeeignet.

Reit- und Bewegungsbilder sind selbst mit einer Kompaktkamera eine Herausforderung. Schließlich soll das Foto das Verkaufspferd in einer guten Bewegungsphase zeigen. Wer bei laufenden oder gerittenen Pferden ansehnliche Bilderergebnisse erzielen will, braucht eine Kamera mit Sport- oder Bewegungsmodus und schnellen Verschlusszeiten sowie Serienbildfunktion. Das steigert zum einen die Bildausbeute. Zum anderen helfen die Einstellungen dabei, die Bewegung

"einzufrieren". Wie bei Stand- und Porträtbildern kommt es hierbei auf geeignete Phasen und gute Momente an, die es abzulichten gilt.

Reitbilder von Gangpferden werden bevorzugt von der Seite oder von schräg vorne "geschossen". Das Pferd sollte bildfüllend und mit allen Körperteilen zu sehen sein. Für eine Verkaufsanzeige nicht geeignet sind Bilder, die das Pferd unter dem Reiter und im Freilauf unvorteilhaft zeigen. Zähne blecken, Zunge zeigen, ein dicker Unterhals oder Verwerfen sind nur einige Beispiele hierfür. Gerade die klassischerweise gewählten Seitenansichten zeigen das Wesentliche: Vorhandaktion, Takt, Raumgriff, Haltung, Ausrüstung und die reiterliche Einwirkung. Auf diese Details sollte man bei der Auswahl der bewegten Bilder achten. Übrigens: Ein Kaufinteressent kann anhand des Fotos nicht beurteilen, ob das Pferd zum Zeitpunkt der Aufnahme "nur" drei Monate oder schon drei Jahre Ausbildung genossen hat, ob hinter ihm ein professioneller Beritt oder ein Kurs lag. Wenn er also beispielsweise ein passiges Pferd in absoluter Aufrichtung zu sehen bekommt, wird er darin kaum den im Text

angepriesenen "lockeren Tölter mit viel Takt und guter Form" sehen, selbst wenn das dem aktuellen Ausbildungsstand des Verkaufspferdes tatsächlich entspricht.

Bilder mit professioneller Hilfe

Das Anfertigen von Verkaufspferdebildern gehört zum Angebotskatalog von vielen (semi)professionellen Pferdefotografen. Was bringt so ein Engagement? Ein Profi bringt eine entsprechende Kameraausstattung mit, die es ihm ermöglicht, von vornherein bildfüllend zu fotografieren. Eine Profikamera kann auch mal eine ganze lange Ovalbahnseite lang Bilder in Serie schießen, um so selbst unter schwierigen Bedingungen eine optimale Bewegungsphase zu erwischen – vorausgesetzt, das Pferd kann eine solche auch liefern – die die Gangqualitäten des Pferdes zeigen.

Bedient ein Profi die Kamera, kann sich der Verkäufer auf die harmonische Präsentation des Pferdes konzentrieren. Außerdem haben geübte Pferdefotografen einen geschulten Blick für "Schokoseiten", passende Hintergründe, geeignete Perspektiven und die besten Momente bei der späteren Bildauswahl.

Wer nur zwei oder drei schlechte Bilder zur Auswahl hat und noch dazu mit der Kamera auf Kriegsfuß steht, für den empfiehlt es sich, einen Fotografen zu engagieren. Auch wenn hierfür noch einmal Geld investiert werden muss, kann

Wissenswertes

Bildqualität

Die Qualität eines digitalen Bildes wird mit zwei Werten angegeben, die beide mit dem Begriff "Auflösung" beschrieben werden: einmal der dpi-Wert und das Pixelmaß (z.B. 1200 x 1800 px).

Als Faustformel gilt: Je größer das verwendete Bild in dpi-Zahl und Pixelmaß ist, desto besser wird die Wiedergabe- und Druckqualität. Fürs Web reichen 72 dpi, für den Druck sollten es besser 300 dpi sein. Fürs Internet verkleinerte ("heruntergerechnete") Bilder, Screenshots oder Bildscans sollten vor der Verwendung auf ihre Eigenschaften hin überprüft werden (-> Dateieigenschaften).

Bildrechte

Für Anzeigen wie für jede andere Publikation (Flyer, Handzettel, Webseite) können nur Bilder genutzt werden, für die der Auftraggeber der Anzeigen die Nutzungsrechte besitzt. Wer Bilder selbst fotografiert hat, ist auf der rechtlich sichersten Seite. Hat einer Dritter fotografiert, dann muss die Nutzung mit diesem Urheber/Copyrightinhaber (= Fotograf) abgeklärt werden. Wer Turnierbilder erwirbt oder Fotos überlassen bekommt, hat damit nicht automatisch die Nutzungsrechte für Verkaufsanzeigen, Flyer o.ä. Gleiches gilt für Bilder, die ein Fotograf im Rahmen einer Fotosession gemacht hat, außer eine entsprechende Nutzung wurde ausdrücklich vereinbart.

Das Kopieren und Verwenden von Bildern aus dem Internet, aus anderen Anzeigen, Datenbanken, von Hofwebseiten und aus sozialen Netzwerken stellt ebenfalls eine Verletzung des Urheberrechtes dar. Fliegt so ein "Bilderklau" auf, kann der Fotograf als Urheber Schadens-Ersatz bzw. ein Nachhonorar verlangen.

es sich doch auszahlen. Professionelle Bilder werben eine Anzeige deutlich auf, erhöhen die Zahl der zu einem persönlichen Erstkontakt bereiten Interessenten und steigern den Verkaufserlös.



Vorzeigbare Videos lassen sich heute schon mit vielen Smartphones herstellen.

Videos

Videos kommt zunehmend mehr Bedeutung zu beim Pferdeverkauf. Auf vielen Internetverkaufsplattformen lassen sich Videos bereits einbinden oder zum Beispiel via YouTube verlinken. Diese Chance sollte man sich nicht entgehen lassen, denn wer beispielsweise ein Gangpferd anbietet und von "schicken Bewegungen" oder "Tölt ohne Ende" in seiner Anzeige schreibt, kann dies mit einem Video

unter Beweis stellen. Aber wie bei unbewegten Bildern gilt wiederum, dass sich der Interessent nur von dem ansprechen lassen kann, was er sieht. Wer ein Pferd mit "schickem Trab und Tölt" verkaufen will und die Anzeige mit einem Video versieht, in dem das Pferd außer Buckeln und Galopp nichts zeigt, unterstreicht so natürlich nicht die Qualität der mittleren Gänge.

Am besten ist ein Zusammenschnitt in dem das Pferd ungesattelt aufgestellt ist, anschließend im Freilauf und abschließend in allen „verkaufsfähigen“ taktreinen Gängen gezeigt wird. Beim Aufstellen erhält der Betrachter einen ersten Eindruck, ob das Pferd gehorsam und willig den Anweisungen folgt oder sich entzieht, ungezogen rempelt oder herumhampelt. Im Freilauf entsteht ein Eindruck über die natürliche Gangverteilung, die Selbsthaltung und das Gleichgewicht des Pferdes sowie der Hinterhandaktivität und der Vorhandaktion. Ein Bild über den Ausbildungsstand des Pferdes gibt die Vorstellung unter dem Sattel, die bis auf Rennpass aufgrund der geringeren Entfernung in einer hellen Halle oder einem Reitplatz gedreht werden können. Tempounterschiede in allen Gangarten und das saubere Reiten gebogener Linien geben einen Eindruck über Rittigkeit und Balance des Pferdes. Wird eine dressurmäßige Ausbildung des Pferdes erwähnt, sollte auch deren Ergebnis beispielsweise durch saubere Seitengänge untermauert werden.

Versuchen Sie auch auf Bildern nur das abzubilden, was sie guten Gewissens verkaufen können, und verzichten Sie auf fotografische Tricks hinsichtlich Größe, Gebäudepräsentation

oder Ekzemneigung. Sparen Sie sich zeitaufwändige und erfolglose Besichtigungen von Menschen, die bei einem guten Foto auf den ersten Blick hätten sehen können, dass das Pferd nicht zu ihnen passt und konzentrieren sie sich darauf einen Besitzer zu finden, der mit dem Pferd und das Tier mit ihm glücklich wird.

Text: / Fotos: Ulrike Amler & Karen Diehn

© töltknoten.de 2013

Die Autorinnen fotografieren seit vielen Jahren Pferde für Zeitungen, Zeitschriften und Buchverlage wie den Cadmos Verlag oder den Kosmos Verlag und stehen für Fragen zur Anzeigengestaltung zur Verfügung.

2013

© töltknoten.de

2013

© töltknoten.de