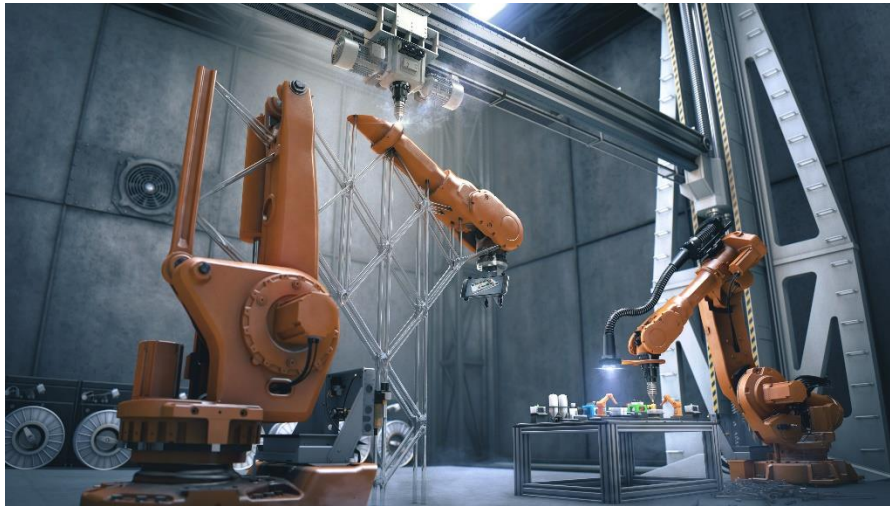


# Produktfotos versus Produktrenderings



## „...wir brauchen keine Renderings – wir haben Fotos...“

Diesen Satz hören wir oft von Kunden und stellen uns dann entsprechend ein professionelles Fotostudio mit komplexen Lichtsetups und einem Turntable o.ä. vor, auf dem das Produkt ästhetisch in Szene gesetzt wird. Position und Winkel zur Kamera werden genau dokumentiert. Oder auch eine Außenszene an einer belebten Straße, wo z.B. ein Werbedisplay in optimaler Umgebung steht, je nach Sonnenstand, und im goldenem Schnitt ausgerichtet ist.

Bei einem Blick auf die Website kommt dann jedoch häufig die Ernüchterung: Gezeigt werden kleine Produktabbildungen (z.B. Schraubendreher), alle aus unterschiedlichen Blickwinkeln und andersartig beleuchtet, mit sichtbaren Produktionsspuren, Fingerabdrücken oder sonstigen Flecken. Die Produkte wurden auf eine weiße Oberfläche gelegt, abfotografiert (eventuell frei Hand mit dem Smartphone) und umgehend auf der Website veröffentlicht. Kurz: die Wertigkeit, die Funktionalität und das Design des Produktes werden nicht bildlich kommuniziert.

Oft ist die Entscheidung dazu, Produktfotos mit möglichst wenig Aufwand zu produzieren, gerechtfertigt; nicht aber dann, wenn es deshalb passiert, „weil wir das immer so gemacht haben“. Vor nicht allzu langer Zeit waren professionelle Produktfotos noch sehr kostspielig, und Renderings weit von einer Fotorealität entfernt bzw. in guter Qualität aufwändig und teuer.

Heutzutage trifft das nicht mehr zu. Die Fototechnik hat sich stark weiterentwickelt (Smartphones, günstige mobile Lichtzelte, Stative, usw.) und die Rendering-Technologie hat mit Hilfe moderner Grafikkarten einen großen Sprung nach vorne gemacht. Die Qualität bewegt sich signifikant in Richtung Fotorealismus; Lichter und Materialien werden nach physikalisch korrekten Parametern erstellt. Zusätzlich ist die Rendering-Zeit, also jene Zeit, in der ein Bild oder Video berechnet wird, so weit gesunken, dass Bilder in wenigen Sekunden berechnet werden können (abhängig von Auflösung, Komplexität usw.).

Heute sind deshalb ca. **70%** der im Internet abgebildeten **Produktbilder gerendert!**

## Was sind die Pros und Cons von Renderings vs. Fotos?

### Vorteile von Produkt-Renderings

- Produkt-Renderings sind ab der **ersten 3D-Konstruktionsphase möglich**. Es muss kein Prototyp gebaut, lackiert und bedruckt werden. Wenn die 3D- Daten nicht aus der CAD-Konstruktion kommen, müssen sie allerdings in den Rendering-Tools erstellt werden.



- Alle Bilder (einer Bildserie) können **im selben Blickwinkel** abgebildet werden. Dies ist wiederholgenau.



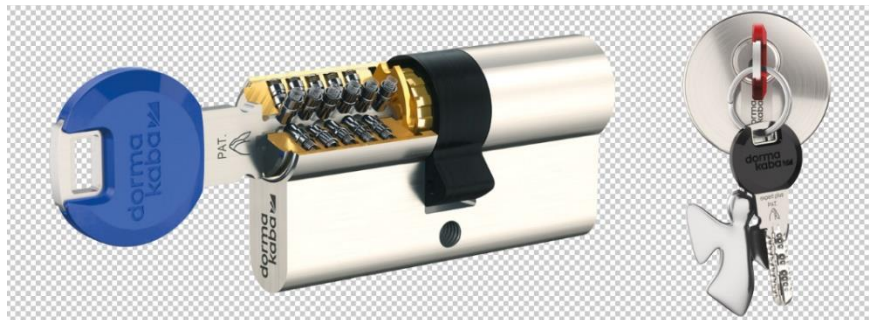
- Die Ausleuchtung und Materialien (Setup) werden **einmal erstellt** und können **beliebig oft angewandt** werden. Dadurch sehen die Produkte gleich aus, **unabhängig** davon, zu welchem **Zeitpunkt** die Bilder entstanden sind. Gerade bei modularen Produkten oder Farb-Variationen ist das ein erheblicher Zeitvorteil. Die Bilder der Varianten werden sehr schnell generiert.
- Produktdarstellungen sind von **schematisch bis fotoreal**, und **darüber hinaus**, machbar und somit für verschiedene Anwendungen möglich. Produkte werden schöner dargestellt, als sie in der Realität aussehen (keine Verarbeitungsspuren, Unregelmäßigkeiten etc.).



- Die **Auflösung ist in beliebiger Größe** möglich. Die Rendering-Zeit steigt zwar mit höherer Auflösung an, jedoch ist es möglich, ein Produkt auf „Hauswandgröße“ abzubilden. Die Fotografie ist in diesem Bereich limitiert, da ab einer bestimmten Größe Bilder nur mehr aus vielen Detailaufnahmen zusammengesetzt werden können (Stitching).
- **Produktänderungen zu einem späteren Zeitpunkt** sind oft mit **wenigen Klicks** implementiert. Setups für Material und Ausleuchtung, Position der Produkte und Kameras wurden gespeichert. In der Fotografie hingegen ist es nahezu unmöglich, ein Produkt zu unterschiedlichen Zeiten genau gleich und in gleicher Umgebung darzustellen.



- **Freisteller sind** im Rendering **sofort verfügbar**, während in Fotos Produkte manuell maskiert und freigestellt werden müssen. Bei Renderings können verschiedene Kanäle oder Ebenen nachträglich bearbeitet werden. In der Postproduction können Bilder rasch abgeändert werden, ohne dass alles neu berechnet werden muss.



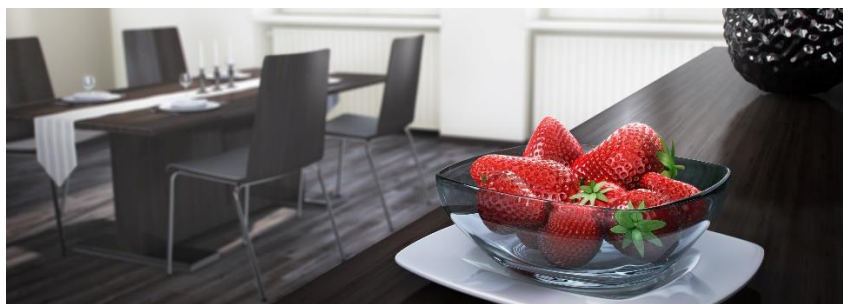
- **Videos oder Animationen** können **rasch generiert werden**, wodurch Produkt-, Erklär- oder Imagevideos sehr einfach möglich sind. Sie können auch gut mit Realfilm und/oder Fotos kombiniert werden.
- **Explosions-Ansichten oder Querschnitte** sind in der Realität schwer darzustellen. Es reicht nicht aus z.B. ein Fensterprofilsystem zu schneiden. Die Schnittgrate können nicht gleichmäßig bearbeitet und Schleifstaub kann aus Profilrohren schwer entfernt werden. Renderings beruhen auf 3D-Baugruppen-Daten. Die Einzelelemente können freischwebend im Raum platziert werden; Quer- und Ausschnitte durch die Baugruppe lassen sich leicht erzeugen.



- Renderings können **vielfältig verwendet** werden: für Websites, Kataloge, Manuals und Tutorials (Montage, Wartung), die interne und externe Kommunikation, Designstudien bei Produktupdates und vieles mehr. Diese zahlreichen Synergieeffekte bieten Fotos nicht.
- **Replizierbarkeit bei anderen/neuen Auftragnehmern:** Marketing- und Content-Agenturen sowie Fotostudios stehen in stetigem Wandel. Wenn Rendering-Daten (vom Auftraggeber) gespeichert werden, können sie einfach an andere Auftragnehmer übertragen werden, die dann mit ihnen weiterarbeiten.

### Vorteile von Produkt-Fotos:

- **Schnelle und einfache Herstellung:** vom spontanen Foto mit dem Smartphone bis hin zu komplexen Fotosetups. Produktfotos sind ideal für das „schnelle“ Bild, das nur einmal benötigt wird.
- **Kostengünstiger als Renderings:** Dies relativiert sich allerdings schnell, wenn Bilder nachbearbeitet und freigestellt, oder ähnliche Bilder für unterschiedliche Anwendungen aufgenommen werden müssen.
- Produkte, die **nicht auf CAD-Systemen konstruiert werden (können)**, sind mit Fotos schneller und oft besser abbildbar, z.B. Kleidungsstücke, Lebensmittel, Fertigerichte.



- Die **Gesamtszene kann gut erfasst werden**. So kann etwa ein Wellnessbereich mit schöner Dekoration mit wenig Aufwand gut und schnell fotografiert werden, um ein Hotel-Spa zu präsentieren.

- **Menschen (oder Tiere)** sind mit **Rendering Methoden sehr schwer realistisch darzustellen** – auch in der Film- und Spielebranche, wo die Aufwände dafür sehr hoch sind. Fotos von Menschen und Tieren lösen sofort Emotionen aus und vermitteln einen Teil der „Story“. Die Darstellung einer glücklichen Familie im Wohnzimmer, des entspannten Business-Manns im Zug oder der Hektik und des Treibens eines Bahnhofes sind mit Fotos einfacher möglich als mit Renderings.

Aber auch hier ist eine Kombination möglich: bei Immobilienrenderings werden oft Realfotos von Menschen, Tieren und Pflanzen eingesetzt, um eine positive Grundstimmung zu erzeugen.

Die Frage, welcher Weg für Ihr Unternehmen nun der „richtige“ ist, lässt sich pauschal nicht beantworten. Oft ist jedoch eine gesunde Kombination aus beiden Welten optimal. Wichtig ist, sich im Entscheidungsprozess über die Anwendungsbereiche der Produktabbildungen im Klaren zu werden (Was möchte ich mit den Bildern kommunizieren/erreichen? Wo kann und will ich sie verwenden?) und dann dementsprechend zu planen.

#### Eine kurze Gegenüberstellung:

Anwendungsbereich	Rendering	Foto
„Erklärungsbedürftiges“ Produkt	x	
Produkt ist (noch) nicht vorhanden	x	
Mehrere Bilder mit Variationen werden benötigt (mit gleichem Look)	x	
3D- bzw. CAD-Daten sind verfügbar	x	
Längerfristige Produkte/Produktserien mit regelmäßigen Updates	x	
Querschnitte oder Explosionsansichten werden benötigt	x	
Verschiedene Anwendungen für die Bilder (Marketing, Dokumentation etc.)	x	
Hohe Auflösungen oder Detailzooms werden benötigt	x	x
Bild muss freigestellt oder nachbearbeitet werden	x	x
Bild wird schnell benötigt (Produkt immer verfügbar)		x
Menschen/Tiere/Pflanzen im Bild		x
Bilder von Lebensmitteln, Kleidung		x
Große/komplexe Umgebungsszenerie wird benötigt		x