

## Bildgröße und -Format für Social Media Unternehmensseiten und Profile

---

Infoblatt von marenköppen | marketing + kommunikation

Im Folgenden stelle ich Informationen für die Erstellung von Bildern für die Social Media Unternehmensseiten zur Verfügung. Damit meine ich die Header-/Titelbilder für die Unternehmensseiten und auch die Bilder, die in Posts (Neuigkeiten, Updates) geteilt werden.

### Social Media Bilder - Bildgröße/Maße und Formate

Portal	Bild Typ	Format	Größe	Maße
<b>LinkedIn</b>	Headerbild für Unternehmensseite	PNG, JPEG, GIF	max. 2 MB	1536x768px
<b>LinkedIn</b>	Post Image	PNG, JPEG, GIF	max. 100 MB	840x440px*
<b>Twitter</b>	Headerbild für Profil	PNG, JPEG, GIF	max. 10 MB	1500x500px
<b>Xing</b>	Headerbild für Business-Seite	PNG, JPEG, GIF		984x246px
<b>Xing</b>	Post Image für Business-Seite	PNG, JPEG, GIF		774x498px
<b>Xing</b>	Logo für Business-Seite	PNG, JPEG, GIF		128x128px
<b>Twitter</b>	Post Image	PNG, JPEG, GIF	max. 5 MB	840x520px*
<b>YouTube</b>	Kanalbild	PNG, JPEG, GIF	max. 4 MB	2048x1152px

Die Angaben zu den Bildgrößen stammen jeweils von den Social Media Portalen selbst. Die mit \* gekennzeichneten Angaben sind von uns erarbeitet worden. Diese Angaben weichen von den Empfehlungen der Portale ab, haben sich jedoch in der Praxis als besser geeignet herausgestellt.

**Praxistipp!** Wenn Ihr Twitter Post Bilder erstellt habt nach den von uns erarbeiteten Maßen, dann könnt Ihr diese auch für die Neuigkeiten auf der Xing Business-Seite verwenden, es wird nur ein kleiner Bereich am Rand abgeschnitten.

### Erläuterungen

#### Twitter Headerbild - Besonderheiten, die bei der Bildgröße zu beachten sind

1500x500 Pixel bieten viel Platz. Diesen sollten Ihr jedoch nicht komplett ausnutzen, da Twitter bei der Skalierung der Bilder etwas vom Rand abschneidet.

- Ihr solltet oben und unten einen Streifen von ca. 80 Pixel nicht nutzen, also hier keine Bildelemente platzieren, die sichtbar sein sollen.

- Auch am rechten Rand empfiehlt es sich, etwas Platz zu lassen. Etwa 30 Pixel sind zu empfehlen.
- Und bitte beachtet: Das Profilbild ragt in das Headerbild rein. Es wird links dargestellt, je nach Bildschirmgröße im linken Drittel oder Viertel des Headerbildes, nach oben ragt es dann zwischen 150 und 200 Pixel ins Bild rein.

In unserem Projekt sind wir fast wahnsinnig geworden bei der Erstellung des Twitter Headerbildes. Wir hatten sehr viele Elemente unterzubringen im Bild und haben den Platz voll ausgenutzt. Und immer wurde irgendwo etwas abgeschnitten, wir konnten aber nicht erkennen wie dabei vorgegangen wurde. Gerettet hat uns ein toller Beitrag von B2N Social Media Services mit einer genauen Beschreibung des Headerbildes und einer Grafik mit Tipps, wie das Bild beschnitten wird. Link: [Der neue Twitter-Header](#).

## YouTube Kanalbild - Besonderheiten, die bei der Bildgröße zu beachten sind

Richtig lustig ist es beim YouTube Kanalbild. Hier wird das Bild auch skaliert, aber es wird für die Desktop-Darstellung nur ein kleiner Ausschnitt aus der Mitte des Bildes verwendet. In voller Größe ist das Bild nur auf einem TV Bildschirm zu sehen. Das macht es knifflig. Alle Bildelemente, die der User auf jeden Fall sehen soll, müssten in die Mitte des Bildes platziert werden.

Hier gibt es aber endlich mal vom Portal selbst, also YouTube, eine sehr hilfreiche Unterstützung. In den "Channel Art Templates" (ZIP Datei) finden sich die genauen Spezifikationen in Pixel, was wie dargestellt wird.

Die "Channel Art Templates" findet Ihr in der Hilfe von YouTube: [Direkter Download Link zu den "Channel Art Templates"](#). Falls der direkte Link nicht funktioniert, geht in die Hilfe und sucht nach "Kanalbild erstellen". In diesem Hilfe-Bertrag ist dann der Link zu finden.

## LinkedIn Unternehmensseiten Headerbild - Besonderheiten, die bei der Bildgröße zu beachten sind

LinkedIn hat im Laufe des Jahres 2017 die Unternehmensseiten auf ein neues Design umgestellt. Das betrifft vor allem das Headerbild. Die empfohlene Bildgröße ist 1536 x 768 Pixel. Wie Ihr wisst, wird das Bild dann skaliert je nachdem in welcher Bildschirmgröße LinkedIn angezeigt wird. Daher achtet darauf, dass Ihr die wichtigsten Bildelemente vertikal mittig platziert. Circa 200px werden gezeigt. Lasst also nach oben und unten ausreichend Platz oder platziert dort nur Bildelemente, die nicht zwingend gesehen werden müssen.

Eine weitere Besonderheit ist, dass der Kopfbereich der Seite das Headerbild überschneidet. Mit Kopfbereich meine ich den Bereich, in dem der Name und das Logo abgebildet sind. Achtet bei der Auswahl oder der Erstellung des Headerbildes darauf, dass Ihr hier Platz lasst.

## XING Business-Seite Headerbild - Besonderheiten

Ähnlich wie bei LinkedIn gibt es auch bei der Auswahl bzw. Erstellung des Headerbildes für die XING Business-Seite einiges zu beachten.

- Das **Logo** ist im bzw. auf dem Hintergrundbild platziert. Idealerweise solltet Ihr es mit einem transparenten Hintergrund hochladen. XING gibt direkt beim Upload an, dass die Bildgröße min. 512x512px betragen sollte. Das ist nicht korrekt. In der Hilfe wird angegeben, die Bildgröße sollte min. 128x128px betragen. Ihr könnt also auch Bilder unter 512px verwenden, achtet aber darauf, dass sie quadratisch sind.
- Der **Titel** der Seite wird auf dem Hintergrundbild platziert. Achtet darauf, dass es mit den Elementen im Bild passt. Außerdem ist der Titel immer in weißer Schrift. Damit er gut lesbar ist, solltet Ihr im Hintergrundbild eher dunkle Farben verwenden.
- Wenn Ihr kein geeignetes Bild für den Header habt, könnt Ihr auch eine **Hintergrundfarbe** einstellen. Das habe ich bei meiner Business-Seite so gemacht. Mir ist es einfach zu unruhig, ein Bild mit Logo und Titel abzubilden.

### Beispiel: Header meiner Xing Business-Seite mit farbigem Hintergrund statt Bild



## Maren Köppen

Nutzen Sie die Kraft des digitalen Marketings - für bessere Ergebnisse in Vertrieb und Marketing

Ich bin Spezialistin für Marketing im IT-Channel und für die B2B Social Media-Kommunikation. **marenköppen** steht für zielorientierte Strategien, machbare Konzepte, professionelle Umsetzung und herausragende Kommunikation.

### Sie benötigen Unterstützung für Ihr Social Marketing?

Es genügt ein Anruf, eine E-Mail oder ein Tweet an mich und wir starten.

## Maren Köppen

Mobil: +49 (0)176 - 64163357

E-Mail: [mk@marenkoepen.de](mailto:mk@marenkoepen.de)

Web: [www.marenkoepen.com](http://www.marenkoepen.com)

