

Online-Werbung – Banner – was muss drauf?

Die online-Welt ist bunt, auf jeder einigermaßen guten Webseite gibt es Elemente, die einem ins Auge stechen und einen locken, mehr erfahren zu wollen. Es ist trotzdem nicht ratsam, einfach immer noch knalliger, bunter oder extremer zu werden, wenn man seine online-Banner gestaltet. Natürlich will man auffallen, aber die Banner sollen nicht mit tausend Informationen vollgestopft werden. Es gibt auch ZU VIEL!

Was muss auf die Banner?

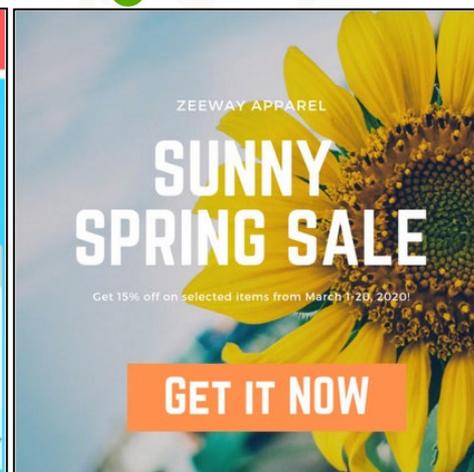
- Das **Logo** gut platziert – Markenbewusstsein und Wiedererkennungswert
- **Leistungsversprechen** das heraussticht wie:
Sonderrabatt! Nur von ... bis... / 10% Rabatt usw.
- **Call-to-Action**, den Betrachter animieren, auf den Banner zu klicken, er darf leuchten und blinken

Weiter gilt wie überall in der Werbung «weniger ist mehr» und «Bilder sprechen mehr als 1000 Worte».

So NICHT ❌



eher so ✅



DO's DONT's:

- Schlicht, ordentlich und übersichtlich gestaltet ✅
- Klar strukturiert ✅
- Interaktiv gestaltet ✅
- Passe dich an, aber stich heraus ✅
- Falls möglich animiert ✅
- Einheitliche Markenpräsentation ✅
- Nur Bilder und Inhalte nutzen, die etwas mit deinem Service zu tun haben ✅
- Achtung, Dateigrösse klein halten und richtige Dateiformate verwenden ✅
- Nicht überladen mit Informationen, Text oder zu vielen Bildern ❌
- Nicht zu viele Farben und Schriften mischen ❌
- Chaotisches Durcheinander wirkt abschreckend ❌

Bitte beachten:

Prüfe bitte die Webseite oder Plattform, auf der du deine Banner zu schalten planst. Denn es gibt Anbieter, denen ist es egal, ob Display Ads die User nerven. Monetarisierung lässt grüssen. Es gibt Seiten, da werden einfach mal vier oder fünf Banner gleichzeitig geschaltet:

Alles was dich als User auch nerven würde gilt als Ausschlusskriterium für einen Anbieter. Schau dir im Vorfeld an, wie viele und wie grosse Banner die Webseite schaltet. – Wenn die Banner nämlich den Inhalt der Webseite verdecken, dann vergiss den Anbieter! Hier nerven sich User nur und wenn dein Banner «in den Weg» kommt, bleibt deine Message, wenn überhaupt, nur negativ in Erinnerung.

Fazit:

Schlussendlich willst du, dass möglichst viele Leute deine Banner anklicken und auf deine Webseite gelangen. Also überlege dir, was deine Zielgruppe ansprechen würde, suche dir einen guten Anbieter und lasse deine Banner sorgfältig und wirkungsvoll erstellen. Dann teste, wie die Banner ankommen mit A-B-Tests – aber hierzu mehr in einem anderen Artikel.



Kontakt: info@hahn-media.ch oder +41 44 515 90 40