



SUCHE

[erweiterte Suche](#)

MARKE-X MAGAZIN

AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von marke-X

BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

BÜCHER

Aktuelle Buchempfehlungen

SERVICE

KONTAKT

[ÜBER MARKE-X](#)[IMPRESSUM](#)[MEDIADATEN](#)

Sieg im Online-Aufmerksamkeitskampf - Das Geheimnis erfolgreicher Werbung



Bücher und Artikel über Online-Advertising gibt es zur genüge. Mit Theorien, Analysen und natürlich guten Beispielen. Werbung bleibt dennoch ein leidiges Übel. Sie kostet Zeit, Geld und schlussendlich

erreicht man häufig nicht annähernd so viele Nutzer wie geplant. Woran liegt das? Warum werden die meisten Banner, Pop-Ups oder Textanzeigen vom Nutzer einfach übersehen?

Online-Werbung ist ein zweiseitiges Schwert: Richtig eingesetzt, kann sie der eigenen Website zum Erfolg verhelfen. Ist man aber nur ein wenig unachtsam, kann schnell die gesamte Investition verloren sein. Um eine kosteneffiziente Werbekampagne zu gestalten, kommt es zunächst einmal darauf an, zu verstehen, warum so viele Werbebemühungen im Internet scheitern.

Warum Werbung häufig nicht funktioniert

Wer Anzeigen konzipiert muss sich über eins im Klaren sein: Konsumenten lehnen Werbung ab. Sie mögen sie nicht. Sie

Dienstag, 17. August 2004

NEWSLETTER

Abonnieren Sie den **marke-X Newsletter** Kostenlos dazu: Sascha Langners Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter



stört, unterbricht und sie lenkt ab. Von den meisten Nutzern wird sie bestenfalls als notwendiges Übel geduldet. Diese Tatsache beeinflusst das Konsumentenverhalten nachhaltig. Sieht etwas nach Werbung aus, bauen die Nutzer umgehend einen "Abwehrschild" auf und blenden die Werbung unbewusst, wo immer es geht, aus. Folgt man mit seinen Werbebemühungen für den Nutzer bekannten Stereotypen, so ist es ein Leichtes für ihn, diese Werbung zu übersehen und zu ignorieren.

Wenn Sie jetzt eine Bannerwerbung platzieren, ein Pop-Up schalten oder in sonst irgendeiner Art Werbung für ihr Internet-Angebot machen, so ist dies meistens für den Nutzer, sofort und eindeutig zu erkennen. Banner werden auf fast allen Internet-Angeboten an der gleichen Stelle platziert, haben in der Regel immer die gleichen Maße und heben sich vom restlichen Content der jeweiligen Seite merklich ab. Ähnlich verhält es sich mit Textanzeigen und anderen Werbeformaten. Dies hat natürlich zum einen den Grund, dass Werbung gesetzlich als solche gekennzeichnet werden muss, zum anderen ist aber auch mangelhafte Kreativität verantwortlich.

Erwischen Sie den Nutzer auf dem falschen Fuß

Um erfolgreiche Anzeigen zu gestalten, ist es sinnvoll, sich eine Werbekampagne wie einen Kampf um die Aufmerksamkeit des Nutzers vorzustellen. Dabei hat der Konsument fast alle Trümpfe in seiner Hand. Er weiß wie Werbung aussieht, und wo er sie erwarten muss.

Wie gehen Sie jetzt also am besten vor?

Einen überlegenen Gegner greift man nie dort an, wo er am stärksten ist. Macht man es dennoch, ist es von vornherein klar,

dass man verliert. Übertragen auf das Thema Online-Werbung, ist es also sinnlos den Konsumenten auf eine Art und Weise zu umwerben, die für ihn als Werbung offensichtlich ist. Schaltet man beispielsweise immer Banner in der gleichen Größe und an der gleichen Stelle auf einer Website, so kann man noch soviel Geld investieren, die Klickraten werden sinken und sinken. Den Kampf kann man auf diese Weise nicht gewinnen. Man hat von Anfang an bereits verloren.

Einen überlegenen Gegner greift man immer dort an, wo sein Schwachpunkt liegt. Menschen erkennen Werbung aus einem Lernprozess heraus, d.h. wenn Sie ein neues Werbeformat präsentiert bekommen - wie beispielsweise vor einigen Jahren Pop-Ups - sind sie überrascht und können diese Fenster nicht sofort einordnen. Die Verteidigung ist unten und sie sind plötzlich empfänglich für die Werbebotschaft. Erst wenn ein Konsument herausgefunden hat, dass ein Pop-Up von ihm aufgerufen wurde und nur zur Werbung dient, klickt er es beim nächsten Mal einfach weg.

Basis jeder Ihrer Web Promotion Bemühung muss es deshalb sein, zu überraschen - den Konsumenten auf dem falschen Fuß zu erwischen - damit er keine Verteidigung aufbauen kann. Nur so gelangt die Botschaft auch im gewünschtem Umfang zur angestrebten Zielgruppe.

Doch was bedeutet das jetzt genau?

Ein paar Tipps:

- Schalten Sie Werbeflächen (Banner, Pop-Ups, etc) nie über einen längeren Zeitraum an ein und derselben Stelle. Sinken die Klickzahlen, sollten Sie umgehend die Platzierung oder die Werbung selbst ändern.

- Vermeiden Sie wann immer es geht Standardformate (468x60, 256x60, etc.). Verwenden Sie statt dessen relativ neue Größen wie Leaderboards oder Wide Scyscraper. Das Internet Advertising Bureau listet alle derzeit verwendeten Banner-Formate. AdTech zeigt welche Effekte bei Bannern möglich sind. Denken Sie auch mal darüber nach verstärkt in Form von Textanzeigen zu werben (nicht nur bei Google AdWords).
- Platzieren Sie Werbeflächen immer so, dass sie vom Nutzer am besten gar nicht ausgeblendet werden können. Das Online-Magazin ECIN positioniert seine Anzeigen beispielsweise immer mitten in einem Artikel
- Modifizieren Sie das Erscheinen der Werbung. Seat färbte z.B. im Rahmen einer Werbekampagne beim Erscheinen der Werbung die angezeigte Website komplett blau ein. Bei SendeMehr.info fällt das Pop-Up ins Bild herein. Die technischen Möglichkeiten des Web bieten hier nahezu unbegrenzte Möglichkeiten der Variation.
- Gehen Sie neue Wege und modifizieren sie auch die Art, wie Sie werben. Denn nur was auch nach Werbung aussieht, wird auch so wahrgenommen. Werben Sie beispielsweise mal in Form eines AdGames oder mit den Mitteln des viralen Marketing.

Vertiefend hierzu:

Effektive Mund-zu-Mund-Propaganda - So nutzen Sie virales Marketing

Verführerische Links - So fesseln Sie Ihre Nutzer?

Effektive Internet Werbung - Wie Sie die Werbedeichte durchbrechen

Adgames - Spielspaß im Dienste der Werbung

Sascha Langners persönliche Marketing Taktiken gibt es jetzt zu kaufen: Marketing Tricks: Guerilla Strategien für erfolgreiches Promoten und Verkaufen im Internet.



Geheime Guerilla Taktiken, Hunderte Tipps und Tricks sowie zahlreiche bewährte Strategien, die in der Vergangenheit diversen Websites zum Erfolg verhalfen. All das gibt es

jetzt als interaktiven Leitfaden auf einer prall gefüllten CD-ROM.

Achtung! Die CD ist auf 1.000 Stück limitiert. Sichern Sie sich jetzt Ihr persönliches Exemplar.

URL: <http://www.marketing-tricks.de>

Ihre Garantie: Sie gehen kein Risiko ein. Wenn Ihnen die CD-ROM aus irgendeinem Grund nicht gefällt, können Sie sie ohne Angabe von Gründen zurückschicken, und Sie erhalten Ihr Geld zurück.

Bestellen Sie den monatlichen e-Mail Newsletter, **marke-X Internet Marketing**[®]. Mit über 3.900 Abonnenten ist marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland.

Anrede	Vorname
Nachname	e-Mail

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2004 [marke-X](#), Magazin für Internet Marketing.
Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: sascha.langner@marke-x.de
Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>