

Display Marketing

Was ist Display Marketing?

Display Marketing (Bildschirmwerbung) ist eine Werbeform, die grafisch auf einem Bildschirm (Display) dargestellt wird. Die Darstellung von Displaywerbung kann auf PC-Bildschirmen und auf Touchscreens von Tablets sowie Smartphones erfolgen. Die Werbung kann aus Bildern, Videos, Animationen, Textlinks oder bewegten Bildern bestehen. Ziel einer Display Marketing Maßnahme ist es stets, die Markenbekanntheit zu erhöhen und den Nutzer zu einer bestimmten Reaktion zu animieren. Neben der SEO-orientierten Werbung stellt das Display Marketing ein wichtiges Marketingwerkzeug im Internet dar.

Wie funktioniert Display Marketing?

Klassische Onlinewerbung besteht aus grafischen Bestandteilen wie Bannern und Buttons sowie aus Text- und Bilddarstellungen. Die Onlinewerbung wird dem User auf dem Display angezeigt, wenn das Werbemittel auf der Website platziert ist. Durch das Anklicken auf das Werbemittel gelangt der User meistens zur Website des werbenden Unternehmens. Hier sind auch [Landingpages](#) oder entsprechende Produkt- und Kategorieseiten der beworbenen Produkte ein gängiges Mittel. Im Gegensatz zum SEO-Marketing beschäftigt sich Display Marketing **nicht mit textlichen Methoden und Keywords**, sondern insbesondere mit **grafischen Bestandteilen**.

Was wird für Display Marketing benötigt?

Eine Display Marketing Kampagne benötigt einen Advertiser, der eine bestimmte [Zielgruppe](#) mit einer Werbebotschaft erreichen möchte und einen Publisher, welcher für die Veröffentlichung zuständig ist. Der Advertiser erstellt die Werbung, während der Publisher ein digitales Medium für die Werbung zur Verfügung stellt. Hierbei kann es sich beispielsweise um eine Website, einen online Shop oder Blog handeln. Die Internetwerbung enthält stets einen Link, welcher den Nutzer zur entsprechenden Zielseite führt. Die Kosten für die Platzierung eines solchen Banners hängen von der Popularität der Website ab, wobei das klassische Abrechnungsformat der Tausend-Kontakt-Preis (TKP) darstellt.

Welche Arten von Display Marketing gibt es?

Display Marketing umfasst verschiedene Werbeformate. Dazu gehören zum Beispiel:

- **Banner:** Banner sind das klassische Werbemittel. Sie sind in unterschiedlichen Größen sowie Funktionen verfügbar und können statisch, animiert oder interaktiv für ein Produkt oder eine Dienstleistung werben.
- **Pop-up:** Hierbei erscheint die Werbung in Form eines Fensters bei einer konkreten Useraktion, so zum Beispiel bei einem Mouseover über ein bestimmtes Wort.
- **Pop-under:** Diese Werbefenster erscheinen erst beim Schließen einer Website.
- **Content Ads:** Das sind Banneranzeigen, die direkt im Inhalt der Website integriert sind.
- **Layer-Ads:** Diese Internetwerbung füllt den kompletten Bildschirm. Diese Werbeform wird zunehmend beliebter, da sie sich nicht von den in Webbrowsern integrierten Pop-up-Blockern unterbinden lässt.

Welche Vorteile hat Display Werbung?

- große Reichweite
- Erreichen unterschiedlicher Zielgruppen
- Nutzer wird direkt zum Kauf animiert
- vielfältige Werbeformate mit zielgruppenspezifischer Ausrichtung
- Darstellung auf mobilen Endgeräten
- Imageaufbau und Markenbildung

Welche Nachteile hat Display Werbung?

- Überangebot an Onlinewerbung, die bei Usern teilweise zu "Banner Blindness" führt
- viele Ad-Blocker verhindern Onlinewerbung
- Klicks auf Banner auf bei mobilen Endgeräten eher zufällig
- möglicherweise negativer Effekt auf Markenbekanntheit

Display Marketing: Fazit

Display Marketing ist eine wirkungsvolle Werbemaßnahme, sofern diese zielgruppenspezifisch und zielorientiert ausgerichtet ist. So kann eine erfolgreiche Display Marketing Kampagne nicht nur zu einer Steigerung der Markenbekanntheit führen, sondern auch zu einer größeren Reichweite.