

Affiliate Banner

Was ist ein Affiliate Banner?

Das **Affiliate Banner** ist eines von zahlreichen Werbemitteln im [Affiliate Marketing](#) und nach wie vor bei vielen Werbetreibenden sehr beliebt. Für die Banner gibt es **sehr viele Formate und Größen**. Durch nutzerzentrierte Technologien ist es möglich, die **Banneranzeige zu personalisieren**, um [Streuverluste](#) zu verhindern.

Funktionsweise der Affiliate Banner

Affiliate Banner werden im Prinzip wie in den Printmedien eingesetzt, nur dass sie eben an bestimmten Stellen auf einer [Website](#) platziert werden. Ziel ist, die **Aufmerksamkeit des Nutzers auf sich zu ziehen** und ihn dazu zu bringen, auf das Werbefbanner zu klicken. Mit dem Klick gelangt der Nutzer zum Händler bzw. zum Dienstleister, der über die Werbefläche verlinkt ist.

Der Ablauf der Bannerschaltung ist wie folgt:

Die **Merchants (Advertiser/Händler)** stellen die Banner den **Affiliates (Publisher/Vertriebspartner)** zur Veröffentlichung auf deren Seiten zur Verfügung. Meist handelt es sich dabei um Banner in bestimmten **Standardgrößen**.

Um die richtige [Zielgruppe](#) zu erreichen, erfolgt die Schaltung der Affiliate Banner in der Regel in einem **thematisch passenden Zusammenhang**. Z.B. kann ein Content Publisher, der zum Thema Angeln berichtet, über die Banner passende Produkte wie Angelzubehör bewerben.

Personalisierte Affiliate Banner mit Retargeting

Mit der Retargeting-Technologie ist es möglich, Affiliate Banner noch gezielter einzusetzen. Denn damit werden die Banner den Personen angezeigt, die **vorher schon einmal auf der Seite des Merchants waren**, aber nichts gekauft, keine Anfrage gestellt, kein Formular heruntergeladen haben usw. Der Besucher wird dabei mit einem [Cookie](#) versehen, durch den ihn der Affiliate "wiedererkennt". Gelangt der Besucher zu einem der vorher gebuchten Werbepplätze, kann ihm nochmals Werbung des Shops usw. ausgespielt werden.

Verschiedene Bannerarten und Bannerformate

Banner können **statisch oder animiert** sein. Zwar erzeugen die animierten Banner mehr Aufmerksamkeit und bieten die Möglichkeit, durch den Wechsel der Anzeigen mehr Informationen unterzubringen, sie können dem [User](#) aber je nach Animation auch sehr lästig sein.

Weiterhin unterscheiden sich Banner in den **Formaten und Größen**.

Zu den **Standardgrößen für Affiliate Banner** gehören u.a.:

- Full Size Banner: 468 x 60 Pixel
- Medium Rectangle: 300 x 250 Pixel
- Skyscraper: 120 x 600 Pixel
- Buttons: 120 x 90/60 Pixel

Die Affiliate Banner können weiterhin als **einfache Bildbanner** erscheinen oder als **Kombination aus Text und Bild**.

Sehr beliebt sind zudem **HTML-Banner**: Diese Banner lassen sich mit **interaktiven Elementen** ausstatten, z.B. mit einer Auswahlbox. Sogenannte transaktive Banner gehören ebenfalls dazu und bieten darüber hinaus die Möglichkeit, über die Banner weitere Aktionen wie eine Newsletter- oder eine Produktbestellung auszuführen.

Affiliate Banner auf Mobilgeräten

Auf Mobilgeräten sind vor allem Werbebanner mit folgenden Formaten stark verbreitet:

- 320 x 50 Pixel
- 300 x 50 Pixel

Die Banner erscheinen meist **am oberen oder unteren Bildschirmende** und haben damit keinen negativen Einfluss auf die [User Experience](#). Außerdem funktionieren diese Formate auf den meisten Smartphones.

Vorteile und Nachteile der Affiliate Banner Werbung

Im Gegensatz zu reinem Text sind Banner oft besser dazu geeignet, den Nutzer zum Klick zu animieren. Problem ist aber, dass das **Internet heute von Werbebannern geradezu überflutet wird**, was mittlerweile bei vielen Nutzern zu einer [Banner-Blindness](#) führt, d.h. sie blenden die Banner aus und nehmen sie häufig kaum noch wahr. Hinzu kommt, dass sich Bannerwerbung mithilfe eines **Ad-Blockers leicht ausblenden lässt**.

Entsprechend gering ist auch die [Klickrate](#) auf Affiliate Banner – sie beträgt **im Durchschnitt 0,1 Prozent**. Zum Vergleich: Die erste Bannerwerbung in der Geschichte des Internets stammt aus dem Jahr 1994: Das US-Telekommunikationsunternehmen AT&T veröffentlichte das Banner auf dem Online-Auftritt des Wired Magazine und erzielte damit eine [Klickrate](#) von 44 Prozent. Damals war man als Werbeschaltender eben ohne Konkurrenz.

Und: Bei den 0,1 Prozent der Nutzer, die auf ein Banner klicken, muss zudem noch bedacht werden, dass etwa 50 Prozent davon **aus Versehen auf das Banner klicken**.

Aufmerksamkeitsstarke Banner

Um die [Zielgruppe](#) mit dem Affiliate Banner anzusprechen und zu einem Klick zu “verleiten” ist also ein sehr **aufmerksamkeitsstarkes Banner** erforderlich. Das kann nicht nur durch die **Bannergestaltung**, sondern auch durch das **Bannerformat** beeinflusst werden. Und: Die Affiliate Banner müssen natürlich auch die richtige [Zielgruppe](#) ansprechen und an den passenden Stellen auf der Website angezeigt werden.

Neben dem Klick selbst ist zudem die **verstärkte Wahrnehmung mithilfe der Bannerwerbung** nicht zu unterschätzen. So kann bspw. allein schon die Anzeige des Banners in hohem Maße zur Brand-Stärkung beitragen.

Abrechnung der Affiliate Banner Werbung

Die Affiliates werden in der Regel nach den folgenden drei **Vergütungsmodellen** bezahlt:

[Pay per Click](#): Für jeden Klick auf das Affiliate Banner erhält der Publisher eine Provision.

Pay per Sale: Bei diesem Vergütungsmodell wird der Publisher zu einem vorher festgelegten Anteil am Umsatz des Kaufs beteiligt, der über den Klick auf das Banner initiiert wurde.



Pay per Lead: Der Publisher erhält für jede Kontaktaufnahme, die ein Websitebesucher über das Banner macht, eine Provision.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX