

Checkliste: 10 Tipps zur Bannergestaltung

www.springerfachmedien-wiesbaden.de

Was	Warum
1. Call for action:	Die Klickrate ist üblicherweise höher, wenn eine direkte Handlungsaufforderung wie: „ Hier klicken “ oder: „ jetzt bestellen! “ in den Banner integriert wird.
2. Positiv auffallen:	Der Banner steht nicht alleine auf der Website sondern konkurriert dort mit vielen anderen optischen Reizen.
3. Schnell auf den Punkt:	Die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne für ein Plakat oder eine Printanzeige liegt bei knapp unter 2 Sekunden. Für Banner wird dieser Wert kaum höher sein. Falls Ihr Banner über mehrer Sequenzen „loopt“ sollte man daher schnell zur Sache zu kommen.
4. Realistische Dauer wählen:	Möglichst nicht mehr als 4 Sequenzen und eine Gesamtdauer von 15 Sekunden für einen Durchlauf (Loop) .
5. Flagge zeigen	Logo und URL als Absender nicht erst ganz am Ende der Loops nennen, sondern möglichst permanent anzeigen , die klassische „Auflösung“ der Geschichte zum Ende wie bei TV- oder Kinospots funktioniert im Web leider nicht (Ausnahmen bestätigen die Regel).
6. Sinnvolle Anordnung der einzelnen Elemente:	Skyscraper und Content Ads sind je nach Platzierung auf der Website mitunter auf den ersten Blick nicht vollständig sichtbar, sondern ragen nach unten aus dem „First Screen“. Daher wichtige Aussagen und vor allem den Absender mit Logo eher in der oberen Hälfte als der unteren Hälfte anbringen .
7. Konzentration aufs Wesentliche:	Nicht alle Vorteile des Produkts nennen, sondern nur ein herausragendes Qualitätsmerkmal .
8. Verständlichkeit:	Dem User sollte möglichst spontan klar werden, um was es eigentlich geht, wo sein Vorteil liegt, was das Produkt ist ; technische Details sind aus Nutzersicht oft zweitrangig.
9. Lesbarkeit:	Kein Text in GROSSBUCHSTABEN , da diese schlechter lesbar sind; auf ausreichende Textgröße achten.
10. Bedenken aufheben:	Wenn etwas gratis oder sehr günstig ist, sollte dies im Banner erwähnt werden.

Diese Checkliste ist für Profis und Laien gleichermaßen interessant und hilfreich. Doch sind es manchmal die Ausnahmen, die besonders erfolgreich sind. Sprechen Sie einfach mit uns über Ihre Ideen. Wir tun alles, um sie für Sie optimal umzusetzen.

Carolin Habermann | Verkaufsleitung Online
tel +49 (0)611/78 78 – 211
carolin.habermann@springer.com
www.springerfachmedien-wiesbaden.de