

# Online-Werbungen, die nicht nerven? So geht's!

**Media** Pop-ups, kurze Werbeclips, die man nicht überspringen kann und Ads mit Autoplay – wir lieben es, durch das Netz zu scrollen und gleichzeitig hassen wir es, täglich einer Flut an Online-Werbung unterworfen zu sein. Dabei haben Online-Werbungen einen Sinn und Zweck: Aufmerksamkeit verschaffen und das Interesse für eine Dienstleistung oder ein Produkt erwecken.

**O**nline-Werbungen müssen nicht gleich nerven. Unternehmen können mit einfachen Tricks und Methoden Werbeanzeigen freischalten, die die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf den ersten Blick fangen. Welche Methoden gibt es und was sind die Vorteile davon? Worauf sollte man als Unternehmer achten? Und welche Tools sollte man anwenden?

## Was vermieden werden sollte

Online-Werbungen sind ein wesentlicher Bestandteil des digitalen Marketings. Sie tauchen im Internet auf allen möglichen Seiten auf. Das kann jedoch schnell als störend oder aufdringlich empfunden werden, wenn sie nicht richtig umgesetzt sind. Damit man potenzielle Kunden nicht abschreckt, gilt es, Werben zu schalten, die nicht nerven. Zunächst einmal sollte

auf bestimmte Arten von Online-Werbung verzichtet werden.

Dazu zählen Autoplay-Videos, die automatisch abgespielt werden. Vor allem wenn sie mit Ton sind, werden Nutzer schnell verärgert. Daher ist es besser, dem Benutzer die Wahl zu lassen, ob er das Video abspielen möchte oder nicht. Daneben werden Pop-up-Anzeigen meist als störend wahrgenommen. Stattdessen können Unternehmen Slide-in-Anzeigen oder Banner verwenden, die weniger aufdringlich sind. Ganz gleich welche Art von Anzeige, es ist wichtig, dass sich solche Werben leicht wegklicken lassen.

## Wie man die Werbung ansprechend gestalten kann

Es gibt einige Tipps und Tricks, wie man Online-Werbungen einfach und effektiv gestalten kann. Und zwar so, dass sie nicht als übertrieben oder störend empfunden werden. Dabei gilt es, be-

stimmte Punkte zu beachten. Diese werden im Folgenden aufgeführt.

**Zielgruppenorientierte Werbung:** Werbeanzeigen sollten spezifisch auf die Zielgruppe zugeschnitten sein. Dies erhöht die Relevanz der Anzeige für den Betrachter und verringert die Wahrscheinlichkeit, dass sie als störend empfunden werden.

**Klare und prägnante Botschaft:** Die Werbebotschaft sollte klar und direkt sein. Lange und verwirrende Anzeigen können den Benutzer abschrecken.

**Hochwertige Grafiken:** Eine ansprechende Grafik kann die Aufmerksamkeit des Benutzers auf sich ziehen und das Interesse an dem beworbenen Produkt oder der Dienstleistung wecken.

**Interaktive Anzeigen:** Interaktive Anzeigen, bei denen der Benutzer eine Aktion ausführen kann (z.B.



ein Spiel spielen oder an einer Umfrage teilnehmen), können das Engagement erhöhen. Aber Vorsicht: Es ist wichtig, dass sich die Werbeanzeige auch einfach wegklicken lässt, ohne die Aktion auszuführen. Die Aktion darf keine Voraussetzung dafür sein, die Anzeige zu schließen.

**Retargeting:** Retargeting kann effektiv sein, um Benutzer erneut anzusprechen, die bereits Interesse an einem Produkt oder einer Dienstleistung gezeigt haben. Es sollte jedoch mit Bedacht eingesetzt werden, damit es nicht zu aufdringlich wirkt.

**A/B-Tests:** Durch das Testen verschiedener Anzeigenversionen können Unternehmen herausfinden, welche am besten bei ihrer Zielgruppe ankommen.

**Tools und Plattformen:** Es gibt viele Tools und Plattformen für

Online-Werbung, z.B. Google Ads, Facebook Ads Manager und weitere. Diese bieten detaillierte Analysen und Targeting-Optionen an, um die Effektivität der Anzeigen zu maximieren.

**Feedback einholen:** Unternehmen sollten Feedback von ihrer Zielgruppe einholen, um herauszufinden, was funktioniert und was nicht. Das kann z.B. durch das Versenden von Umfragen per Newsletter erfolgen. Auch kann beispielsweise nach dem Schließen einer Werbeanzeige ein Fenster mit der Frage erscheinen, ob diese Werbung effektiv war oder nicht.

### Tipps für eine erfolgreiche Video-Hook

Eine Video-Hook ist der erste Eindruck, den ein Zuschauer von dem Video bekommt. Sie entscheidet im Regelfall darüber, ob jemand weiter zuschaut oder wegwinkt.

Eine starke Hook kann den Unterschied zwischen einem viralen Hit und einem Video, das in der Masse untergeht, ausmachen.

Besonders wichtig dabei ist ein schneller Einstieg. Das Video sollte mit einer spannenden und unerwarteten Szene beginnen. So kann die Neugier des Zuschauers am besten geweckt werden. Lange Intros und Credits sollten hingegen am Anfang besser vermieden werden. Passend dazu gilt es, eine provokative und interessante Frage ins Intro einzubringen. Das verleitet den Zuschauer nämlich dazu, das Video weiterzuschauen, damit er die Antwort erfahren kann. Daneben sollte den Zuschauern von vornherein deutlich gemacht werden, welchen Mehrwert er von dem Video erwarten kann. Dieser kann z.B. in Form von Bildung, Unterhaltung oder Inspiration sein.

Weiterhin ist es ratsam, einen Teaser zu zeigen. Einen kurzen Einblick zu geben in das, was



Um Menschen wirklich zu fesseln, müssen ihre Emotionen angesprochen werden.

später im Video passiert, kann Interesse wecken. Der Zuschauer wird dadurch ebenfalls neugierig und will wissen, wie es weitergeht und wird das Video zu Ende schauen. Bedeutend ist es hierbei auch, dass die Menschen direkt angesprochen werden. Das macht das Ganze persönlicher. Es kann eine persönliche, emotionale Bindung geschaffen werden. So lässt sich das Engagement erhöhen.

Um Menschen wirklich zu fesseln, müssen ihre Emotionen angesprochen werden. Das kann beispielsweise mit Storytelling erreicht werden. Erzählt werden sollte im Video also eine fesselnde Geschichte. Hier können emotionale Reaktionen hervorgerufen werden, z.B. mit einem lustigen Moment oder auch einer schockierenden Szene. Wichtig ist es, stets authentisch zu bleiben, denn Menschen fühlen sich zu Authentizität hingezogen. Die meisten können erkennen, ob eine Situation ehrlich geschildert oder überspitzt dargestellt wird. Seien Sie also echt und zeigen Sie Ihre Persönlichkeit.

Natürlich spielen auch Grafiken und Animationen eine entscheidende Rolle. Diese müssen

hochwertig sein und ein ansprechendes visuelles Design aufweisen. Je ausgefallener, desto auffälliger. Das Gleiche gilt für die Musik. Sie sollte zu der Situation und den Emotionen passen. Der Soundtrack sollte eingängig sein. Außerdem können Soundeffekte ebenso über die Stimmung des Zuschauers entscheiden.

### Es ist unabdinglich, ständig mit der Kundschaft im Kontakt zu sein.

Zuletzt ist es bedeutsam, dass man ständig testet und optimiert. Wie bei allen Marketingstrategien sollten verschiedene Hooks ausprobiert werden. Nur so kann man entscheiden, was bei der eigenen Zielgruppe am besten funktioniert. Anpassungen können ebenfalls immer wieder vorgenommen zu werden, um den wechselnden Anforderungen der Kundschaft gerecht zu werden. All das zieht die Aufmerksamkeit der Zuschauer an und trägt dazu bei, dass sie weiterschauen.

### Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Online-Werbung effektiv sein kann. Aber nur unter der Bedingung, dass sie auf richtige Art und Weise geplant wird und für den Benutzer nicht störend ist. Eine effektive Video-Hook sollte erstellt werden, doch diese ist erst der Anfang. Nicht vergessen werden darf, dass der gesamte Inhalt ansprechend gestaltet sein sollte, damit das Video zu Ende geschaut wird. Die Hook sorgt jedoch dafür, dass die Zuschauer dem Video überhaupt eine Chance geben. Insgesamt ist es wichtig, die Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppe zu berücksichtigen. Von Pop-up-Anzeigen und Autoplay-Videos sollte abgeraten werden. Außerdem sollten ständig Anpassungen vorgenommen werden. Daher ist es auch unabdinglich, ständig mit der Kundschaft im Kontakt zu sein.



**ALEXANDER SCHROER,**  
CEO von Artvel Media und Experte in den Bereichen Multimediales Marketing und Medieninformatik.