

Banner 1:

Bei Bannern handelt es sich um von Flugzeugen gezogene Textil- oder Kunststoffbahnen, die mit Werbeaufdruck versehen sind.

Banner 2:

Form der Werbeeinblendung auf Internetseiten. Eine mit einem Hyperlink auf das eigene Informationsobjekt versehene Anzeige in Form eines Streifens.

Bei den Bannern gibt es verschiedene Erscheinungsformen, die jeweils unterschiedliche Vorteile für Nutzer und Bannersetzer haben. Bei der Gestaltung helfen Banner-Generatoren.

1) Der Betreiber einer Homepage setzt den Banner eines Werbenden selbst auf seine Homepage. Für das Auswechseln der Banner oder die Aktualisierung ist der Betreiber dann selbst verantwortlich. Bei Anklicken des Banners wird man auf das Angebot des Werbenden umgeleitet. Diese Werbemaßnahme bezahlt der Werbende nach der [Klickrate](#) der Seite, auf der sich das Banner befindet (pay per view) oder der Klickrate des Banners (pay per click).

Solche Banner sind in der Regel starr, können aber auch bewegte Elemente enthalten.

2) Die eingebundenen Banner werden durch einen Bannerdienst oder eine Community zur Verfügung gestellt. In die jeweilige Seite, auf der das Banner erscheinen soll, wird nur ein Link eingebunden.

Bei diesem Verfahren werden die Banner dann beispielsweise im Tauschverfahren (der eigene Banner wird auf fremden Seiten eingeblendet, dafür werden auf der eigenen Seite fremde Banner gesetzt) abgerechnet, oder man zahlt als Werbender für eine bestimmte Anzahl von Einblendungen auf fremden Seiten.

Im Zuge von Affiliate-Programmen kann ein Homepagebetreiber auch Banner auf seiner Homepage einbinden und dann von den Bestellungen der Bannernutzer profitieren. Diese Seite profitiert beispielsweise von Ihren Bestellungen bei amazon.de, wenn Sie einen Banner auf einer meiner Seiten benutzen. Hierdurch lassen sich die Kosten dieser Homepage zwar nur ansatzweise decken, aber es ist auf alle Fälle ein Beitrag. Auch bei diesen Programmen gibt es die unterschiedlichsten Vergütungssysteme.

3) Die Banner erscheinen nicht auf der Homepage selbst, sondern öffnen sich in einem separaten Fenster, sogenannten Pop-ups.

Dienstprogramme wie Web-Washer sorgen inzwischen jedoch schon dafür, das der Anwender sich die Banner nicht unbedingt anzeigen lassen muss.

Motivation durch Anklicken:

Im Januar 2001 veröffentlichte plan.net eine Studie, aus der hervorgeht, dass folgende Motive zum Anklicken eines Banners führen:

aus reiner Neugier	45 %
weil mich das Produkt interessiert	37 %
aufgrund der Werbebotschaft	28 %
wegen dem Bannermotiv	13 %
weil mich die Branche interessiert	12 %

Interesse am werbenden Unternehmen 11 %

aufgrund der Animation 8 %

Sonstiges 8 %

weiss nicht 9 %

vergl. auch: [Bannertausch](#)