

Werbemittel

Stand: 21.07.2022

Werbemittel kommunizieren Werbebotschaften. Dabei lassen sich eine Vielzahl an klassischen und neuen (digitalen) Werbemitteln unterscheiden. Im Rahmen des Online Marketing kommen Werbemittel vor allem im [Affiliate Marketing](#) und im Zuge des [E-Mail Marketings](#) zum Einsatz.

Definition

Ein Werbemittel ist eine objektivierte Form, um eine Werbebotschaft über einen Werbeträger zu einem bestimmten Zweck an eine ausgewählte Zielgruppe (Rezipienten) zu übertragen. Alle in der Werbewirtschaft eingesetzten Instrumente, die einen bestimmten Stimulus an den Rezipienten übertragen, beispielsweise in Form eines Werbebanners oder eines Radiospots, werden als Werbemittel bezeichnet. Dabei ist das entsprechende Werbemittel (Radiospot) sehr eng mit dem Werbeträger (Radio) verbunden. Statt des Begriffs Werbemittel wird im Onlinebereich oftmals auch von ‚Advertisement‘ oder kurz ‚Ad‘ gesprochen.

Klassische und digitale Werbemittel

Das Werbemittel wird im Zuge der Mediaplanung einer Werbekampagne ausgewählt. Die Auswahl des Werbemittels steht dabei in engem Zusammenhang mit den Interessen, der Sprache und dem Mediennutzungsverhalten der fokussierten Zielgruppe. Zu den wichtigsten klassischen Werbemitteln zählen Anzeigen innerhalb von Druckmedien oder in den digitalen Medien, Werbespots und Werbeflyer.

Im Zuge des Online Marketings kommen aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen andere Werbemittel zum Einsatz als in den klassischen Medien. Im Onlinebereich kommt dabei das Werben mit Werbebannern am häufigsten zu Einsatz. Werbebanner lassen sich sehr dynamisch und flexibel in ihrer Gestaltung an die Werbebotschaft und die entsprechenden Rezipienten anpassen.

Weitere Formen der grafischen Werbung im Onlinebereich umfassen beispielsweise Textlinks, Placements, Sponsoring oder Pop-Ups ([Page Overlay](#)). Auch das Platzieren von Werbung in Computerspielen, sogenanntes In-Game Advertising, wird immer häufiger eingesetzt.

Bedeutung für das Online Marketing

Mithilfe von Werbemitteln versuchen Werbetreibende, die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu gewinnen oder sie, vor allem im Bereich des [E-Commerce](#), zu einer Conversion zu bewegen.

Werbemittel können dabei unter anderem innerhalb eines [Newsletters](#), auf einer Webseite oder auf Displaynetzwerken platziert werden. Um dabei den Erfolg eines Werbemittels in Bezug auf die generierten Kontakte zu messen, können unterschiedliche **Key Performance Indicator (KPI)** wie beispielsweise die Opportunity To See herangezogen werden.

Unsere Kunden profitieren bei uns als [Digital-Marketing-Agentur](#) von einer 360-Grad-Betreuung. Profitieren auch Sie von unserer Expertise!