

Image-Anzeigen

Bilder transportieren Emotionen

Image-Anzeigen von Google kombinieren das Beste aus beiden Welten: die optische Wirkung von Image-Anzeigen mit der bewährten Google-AdWords-Technologie, die relevante Werbe-Einblendungen garantiert.

Visuelle Werbung weckt Aufmerksamkeit

Es ist die Ur-Form der Internet-Werbung und darum ein Klassiker: das Banner. Mittlerweile hat das Standardformat der Online-Werbung viele Nachfahren, wie Leaderboard, Skyscraper, Rectangle etc. Alle Bild-Werbemittel haben eines gemeinsam: Werbung mit visuellen Elementen weckt Aufmerksamkeit. Bilder transportieren Emotionen und stimulieren Transaktionen. Sie sind für das Branding unverzichtbar. Image-Anzeigen sind ein wichtiger Bestandteil jeder Online-Kampagne.

Als Google-AdWords-Kunde können Sie auch Image-Anzeigen schalten. Voraussetzung ist, dass Sie Ihre AdWords-Kampagne auch für das Google Content-Werbenetzwerk freigeschaltet haben. Image-Anzeigen erscheinen dann auf ausgewählten Seiten im Content-Werbenetzwerk (beispielsweise FOCUS Online, CHIP, TV Spielfilm) von Google. Sie werden weder auf Suchergebnisseiten der Google-Suchpartner (beispielsweise T-Online, freenet) noch auf Google.de selbst gezeigt.

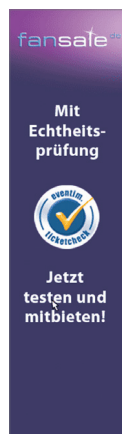
Image-Anzeigen von Google kombinieren das Beste aus zwei Welten: die optische Wirkung von Image-Anzeigen mit der bewährten AdWords-Technologie, die relevante Werbe-Einblendungen garantiert. Damit werden Image-Anzeigen von Google zu einem effizienten Instrument, denn sie werden nur ausgespielt, wenn ein Bezug zwischen Ihrer Anzeige und den Interessen des Nutzers besteht.

Weitere Informationen zu den Google AdWords Anzeigenformaten finden Sie unter <https://adwords.google.de/select/imagesamples.html>

Image-Anzeigen im Google Content-Werbenetzwerk sind in folgenden Größen möglich:



Skyscraper (120x600)



Wide Skyscraper (160x600)



Large Rectangle (336x280)



Small Square (200x200)



Medium Rectangle (300x250)



Square (250x250)



Leaderboard (728 x 90)



Banner (468 x 60 Pixel)

Image-Anzeigen werden ausgespielt, wenn der entsprechende Content-Publisher der Schaltung von Image-Anzeigen zugestimmt hat. Sie können das Erscheinen von Image-Anzeigen auch steuern und Webseiten bestimmen, auf denen Ihre Anzeigen erscheinen sollen (Vertical Targeting).

Image-Anzeigen werden nach denselben Verfahren wie AdWords abgerechnet, darum sind sie ein effizientes Werkzeug der Markenbildung. Sie können Image-Anzeigen sowohl in Keyword-bezogenen (Preis-per-Klick-Verfahren) als auch in Website-bezogenen Kampagnen (Abrechnung nach Tausender-Kontaktpreis) schalten.

Zusätzlich zum direkten Link auf dem Werbemittel wird die URL Ihres Unternehmens oder Ihres Produktes am Fuß des Banners eingeblendet. Die Image-Anzeigen sind als „Google-Anzeigen“ gekennzeichnet.

Das System entscheidet, welche Anzeigenform die Beste ist

Image- und Textanzeigen konkurrieren um den Anzeigenplatz auf den Content-Seiten. Wenn Sie in einer Anzeigengruppe eine Textanzeige und eine Image-Anzeige haben, bestimmt das AdWords-System, ob die Text- oder die Image-Anzeige für diese Seite besser geeignet ist. So ist gewährleistet, dass Sie potentielle Kunden mit der effektivsten Anzeige erreichen. Image-Anzeigen werden nur ausgespielt, wenn der entsprechende Content-Publisher der Schaltung von Image-Anzeigen zugestimmt hat.

Image-Anzeigen lassen sich wie alle anderen Anzeigenformate in der AdWords-Kampagnenverwaltung einfach administrieren. Für die Erfolgskontrolle der Image-Werbung stehen alle bewährten Tools zur Verfügung, die Sie aus der AdWords-Verwaltung kennen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Kontaktieren Sie unser Vertriebsteam: adwords-de@google.com

Online Helpcenter:
<http://adwords.google.de/support>