

Leitfaden

Online-Werbemittel



Deutscher
Golf Verband

Online-Banner und Video-Ad „19-Euro-Golferlebnis“

Online-Werbung hat gegenüber klassischen Werbemaßnahmen (Anzeigen etc.) mehrere Vorteile. So entstehen Ihnen beispielsweise mittels der sogenannten CPC-Modelle nur bei Erfolg Kosten (siehe Seite 4). Oder Sie vermeiden Medienbrüche: Ein Interessent, der eventuell Ihr Plakat sieht, muss nicht erst ins Internet gehen und hierfür die URL Ihrer Website in Erinnerung behalten, sondern wird direkt durch einen Klick auf Ihr Online-Werbemittel auf die von Ihnen gewünschte Website geführt.

Folglich stellt Ihnen die Kampagne „Golf. Mitten ins Glück“ für die Bewerbung Ihres 19-Euro-Golferlebnisses ebenfalls verschiedene Online-Banner und ein Video-Ad zur Verfügung.

Hinweis: Alle Unterstützungsleistungen der Kampagnen-Toolbox entnehmen Sie bitte dem Intranet-Informationssystem (IIS) unter „Werbekampagne“ und dem DGV-Infoservice unter www.golf.de/infoservice

Dieser Leitfaden enthält Tipps zum Einsatz der zur Verfügung gestellten Online-Werbemittel und erläutert Ihnen, was Sie bei der Verwendung der Daten berücksichtigen sollten.

1. Online-Banner als Werbemaßnahme

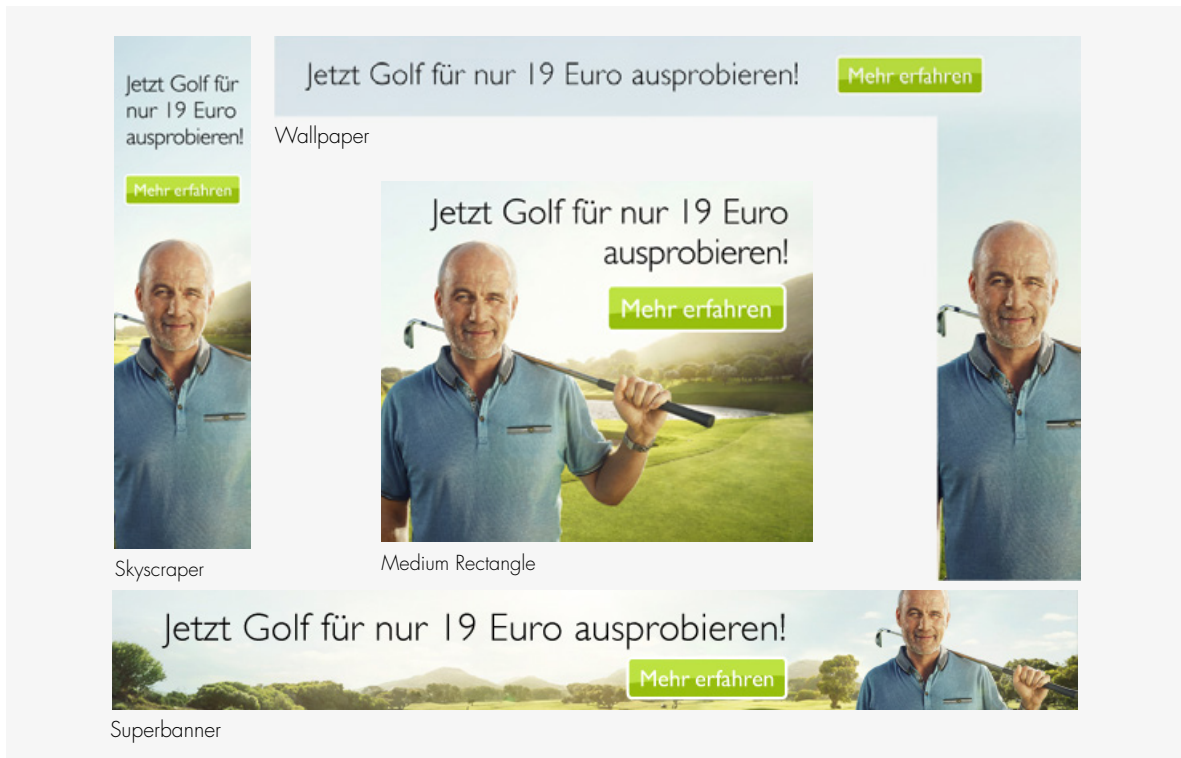
1.1 Formatübersicht der Online-Banner

Bei den **animierten** Online-Bannern haben Sie, wie bei nahezu allen Unterstützungsleistungen der Marketing-Toolbox die Möglichkeit, sich für eine oder mehrere der vier Kampagnen-Zielgruppen zu entscheiden.

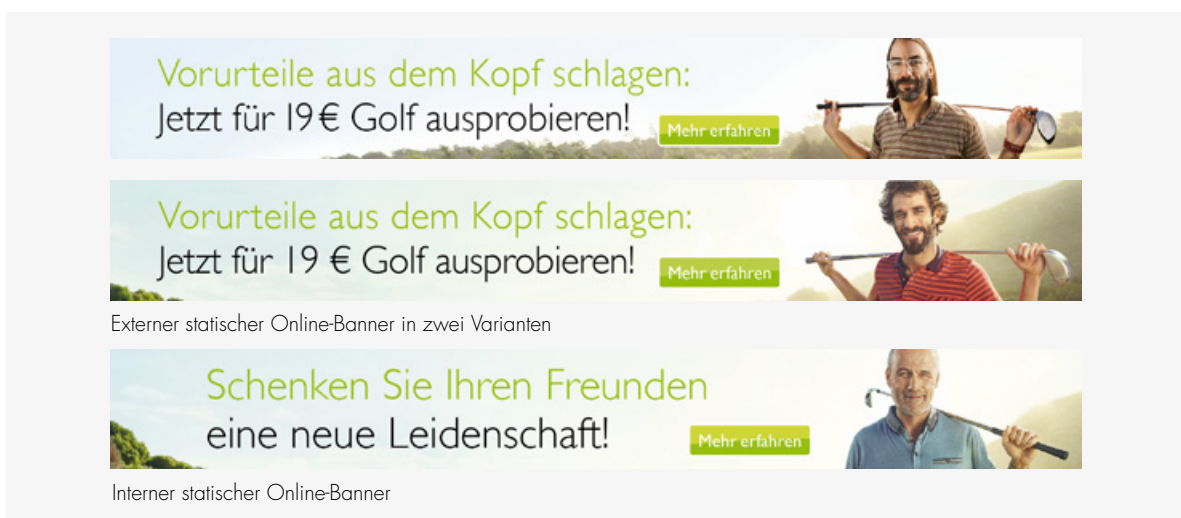
Hinweis: Detaillierte Informationen zu den Kampagnen-Zielgruppen entnehmen Sie bitte dem Leitfaden „Zielgruppen und Motive“, der im IIS hinterlegt ist.

Hinweis für das IIS: Sie erreichen die Kategorie „Werbekampagne“ des IIS nicht nur über Ihr Club-Verwaltungssystem (CVS), sondern auch über folgenden Link: <http://werbekampagne.golfglueck.de/login/login.cfm> Für das Login werden lediglich die Logindaten benötigt, die bereits vom jeweiligen DGV-Mitglied auf der Startseite des IIS hinterlegt wurden.

Folgende **animierte** Online-Banner-Formate stehen Ihnen für die Bewerbung Ihres 19-Euro-Golferlebnisses für jede der vier Zielgruppen zur Verfügung (hier am Beispiel der Zielgruppe „Etablierte“):



Darüber hinaus können Sie folgende **statische** Online-Banner einsetzen:



Der externe Online-Banner bewirbt (wie die animierten) Ihr 19-Euro-Golferlebnis und ist in zwei Varianten verfügbar. Der interne Online-Banner hingegen soll Ihre Mitglieder dazu motivieren, Ihr Kampagnenprodukt an Freunde und Bekannte zu verschenken und ist folglich ein Instrument der erfolgreichsten Werbemaßnahmen im Golfsport: der Nutzung Ihrer Mitglieder als Werbebotschafter.

1.2 Einsatzmöglichkeiten der Online-Banner

Grundsätzlich erzeugen animierte Online-Banner eine höhere Aufmerksamkeit als statische Online-Banner. Für alle gilt jedoch, dass die richtige Platzierung entscheidend ist, um möglichst viele Interessenten Ihrer Zielgruppe zu erreichen beziehungsweise um Streuverluste zu vermeiden.

Entsprechend sollten die möglichen Websites, auf denen Sie Ihre Online-Banner platzieren, zielgruppenspezifisch selektiert und überwiegend regional ausgerichtet sein.

Sehr einfach und äußerst attraktiv sind die Websites von potenziellen **Kooperationspartnern** wie beispielsweise Finanzdienstleistern, Medien oder Autohäusern. Denn hierbei können Sie nicht nur beispielsweise durch die Wahl der Automarke Ihre Zielgruppe aussuchen. Sie können darüber hinaus dem Partner kostengünstige Gegenleistungen anbieten, die auf Ihrer Golfanlage einlösbar sind.

Nutzen Sie einfach im ersten Schritt Ihre bestehenden Kontakte: Ihre Sponsoren und Entscheidungsträger von Unternehmen Ihrer Mitglieder, um sie als Kooperationspartner zu gewinnen.

Auch über **Affiliate-Marketing** haben Sie die Möglichkeit, kostensparend in Online-Werbemittel zu investieren. Hier investieren Sie in eine freie Werbefläche einer ausgewählten Website und der Anbieter erhält nur dann eine Provision von Ihnen, wenn der Online-Banner tatsächlich von einem User angeklickt wurde.

Dieses sogenannte CPC-Modell (CPC = Cost-per-Click) zählt zu den gängigsten Konditionsmodellen des Affiliate-Marketings. Detaillierte Informationen können Sie z. B. direkt bei den beiden größten Affiliate-Anbietern in Deutschland unter www.affili.net oder www.zanox.com erfragen.

Hinweis: Weiterführende Informationen zur Erklärung des Affiliate-Marketings erhalten Sie unter <http://www.100partnerprogramme.de/affiliate-netzwerke.html> oder <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/affiliate-marketing>

Für die klassische Buchung Ihrer Online-Banner können Sie sich zum einen beim Online-Vermarkterkreis (OVK) unter <http://www.ovk.de/> zum Thema Online-Werbung informieren, zum anderen finden Sie auf den Websites der Vermarkter entsprechende Informationen. Einige Beispiele finden Sie folgend:

http://www.ip.de/online/online_werbeformen.cfm

http://www.mediaimpact.de/MEDIEN-PORTFOLIO-Digital_551338.html

<http://www.interactivemedia.net/de/portfolio-onlinewerbung/>

2. Video-Ad als Werbemaßnahme

Neben den Online-Bannern unterstützt Sie die Kampagne ebenfalls mit einem sogenannten Video-Ad beziehungsweise Pre-Roll-Ad, um es beispielsweise bei Facebook oder YouTube als Werbemaßnahme einzusetzen.

Hinweise:

1. Zum Einsatz von Video-Ads bei Facebook finden Sie die Erklärungen unter folgendem Link:

<https://www.facebook.com/business/learn/facebook-create-ad-video-views>

2. Das Prinzip der Pre-Roll-Ads bei YouTube erklären folgende Links:

<https://www.youtube.com/yt/advertise/de/why-it-works.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=4mxV1vnóiLO>

Darüber hinaus können Sie selbstverständlich auch bei allen weiteren regionalen Plattformen anfragen, ob eine Platzierung des zur Verfügung gestellten Pre-Roll-Ads möglich ist.

3. Weitere Online-Werbemaßnahmen und Ihre Ziel-URL

Eine weitere attraktive Form des Online-Marketings ist der Einsatz von **Google AdWords**. Werden beispielsweise die Suchbegriffe „Freizeitspaß“ oder „Golf ausprobieren“ zusammen mit Ihrer Region bei Google eingegeben, wird Ihr 19-Euro-Golferlebnis dem User vorgeschlagen und Ihre Golfanlage erhält somit eine hohe Präsenz. Auch hier erfolgt Ihre Bezahlung mittels CPC-Abrechnung (siehe oben) und Sie können als zusätzliche Sicherheit eine Kostenobergrenze festlegen (z. B. 10 Euro pro Tag).

Hinweis: Mehr Informationen zu Google AdWords finden Sie unter <https://support.google.com/adwords>, www.google.de/adwords/ sowie unter der kostenfreien Telefonnummer 0800 6270 942.

In jedem Fall benötigt Ihr Kooperationspartner oder Vermarkter neben dem Online-Werbemittel eine Ziel-URL, damit bei einem Klick auf das Werbemittel eine Weiterleitung auf die von Ihnen gewünschte Website erfolgen kann.

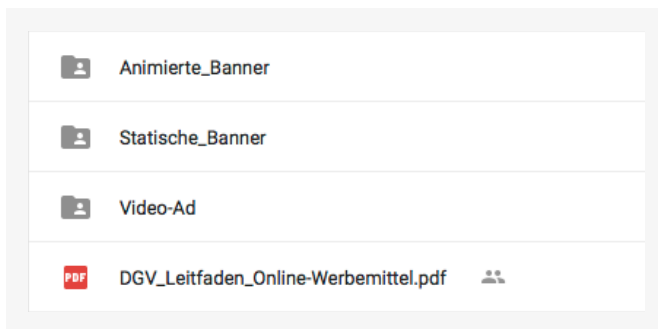
Wählen Sie hierfür entweder die Startseite Ihrer Website oder idealerweise eine Unterseite, auf der Sie nur Ihr 19-Euro-Golferlebnis bewerben. Die Vorteile einer solchen Landingpage bestehen insbesondere darin, dass Ihre Besucher nur die Informationen schnell erhalten, die für sie interessant sind, und dass der Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen beispielsweise durch Google Analytics sehr einfach zu kontrollieren ist.

4. Der Download Ihrer Online-Werbemittel

Unter folgendem Link können Sie Ihre Online-Banner und das Video-Ad in den jeweiligen Zielgruppen-Ordner mit dem Namen „Online-Werbemittel“ herunterladen:

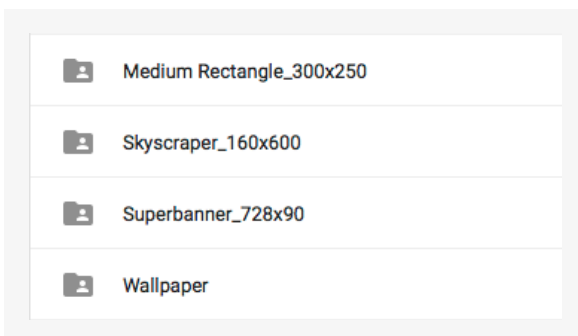
<https://drive.google.com/open?id=0BxG25ZFRGcDCbHVLSzRNOFRDWk>

Dieser Ordner enthält für jede Zielgruppe folgende Dateien:



4.1 Der Ordner „Animierte Banner“ und seine Inhalte

Für alle Zielgruppen stehen Ihnen insgesamt vier verschiedene Formate für die animierten Banner zur Verfügung (Medium Rectangle, Skyscraper, Superbanner oder Wallpaper):



Der ausgewählte Online-Banner erscheint in Ihrem Internet-Browserfenster als Vorschau. Die Animation des Online-Banners startet automatisch.

Die gewünschte Datei erhalten Sie über die Funktion „Herunterladen“:



4.2 Der Ordner „Statische Banner“ und seine Inhalte

Hier sind in den Unterordnern „Extern“ und „Intern“ die zuvor erwähnten statischen Online-Banner zur externen und internen Bewerbung Ihres 19-Euro-Golferlebnisses abgelegt.

4.3 Der Ordner „Video-Ad“ und seine Inhalte

In dem Ordner „Video-Ad“ finden Sie den TV-Spot in weboptimierter Form für den Einsatz als Pre-Roll-Ad.

Der TV-Spot ist hier in zwei unterschiedlichen Filmformaten hinterlegt: als Quicktime-Datei (DGV_19_Video-Ad.mov) und als MP4-Datei (DGV_19_Video-Ad.mp4).

Zusätzlich finden Sie in diesem Ordner ein Bild (Video-Ad_Bild.jpg), das zusammen mit der Filmdatei an den Vermarkter übergeben wird. Für den Fall, dass der Film bei einem User nicht abgespielt wird (durch z. B. einen veralteten Browser oder fehlenden Mediaplayer), wird dieses Bild statt des Videos angezeigt.

5. Die Weitergabe Ihrer Online-Werbemittel an Partner und Vermarkter

Für die Datenübergabe an den Kooperationspartner oder Vermarkter suchen Sie zunächst das gewünschte Online-Banner-Format aus und komprimieren diesen Ordner, um die Daten nicht zu beschädigen.

Sollten Sie über kein Programm zur Komprimierung verfügen, haben Sie die Möglichkeit, sich unter folgenden Internetadressen ein entsprechendes Programm, teilweise auch kostenlos, herunterzuladen:

Windows:

<http://www.computerbild.de/download/7-Zip-32-Bit-973681.html>

http://www.chip.de/downloads/WinZip-32-Bit_12991832.html

http://www.chip.de/downloads/WinRAR-32-Bit_12994655.html

Macintosh:

<http://www.computerbild.de/download/RAR-Mac-1024209.html>

<http://www.computerbild.de/download/BetterZip-3946482.html>

6. Nutzungsrechte

Mit der Nutzung bzw. dem Herunterladen der hier genannten Daten verpflichten Sie sich, diese Daten nicht an Dritte weiterzugeben und ausschließlich im Rahmen der Kampagne „Golf. Mitten ins Glück“ und der Bewerbung Ihres Kampagnenproduktes „19-Euro-Golferlebnis“ bis zum 1. März 2017 zu verwenden.

Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche Online-Bewerbung Ihres 19-Euro-Golferlebnisses!
