

Banner Blindness

Stand: 20.09.2022

Auf einer Website haben die Betreiber verschiedene Möglichkeiten, wie sie Elemente anordnen und den User **auf bestimmte Aspekte aufmerksam machen**. Dazu gehören auch **Banner**. Sie werden meist dafür genutzt, um Werbung einzublenden oder um über die Datenverarbeitung sowie Setzung von Cookies zu informieren, zu denen der Nutzer zustimmen muss. In manchen Fällen kann es jedoch passieren, dass sie so platziert sind, dass die Websitebesucher sie **gar nicht wahrnehmen**. Der Umstand wird als **Banner Blindness** oder Banner Noise bezeichnet.

Definition

Die Bezeichnung des Phänomens ist relativ selbsterklärend: Die User blenden die eingesetzten Banner einer Internetpräsenz schlichtweg aus. Das kann **absichtlich oder versehentlich** passieren. In beiden Fällen sorgt es dafür, dass die Nutzer die dargestellten Informationen nicht lesen und dementsprechend auf keine Call-to-Actions reagieren.

Die Gegebenheit ist keinesfalls eine Entwicklung der letzten Jahre. Bannerwerbung gibt es schon **seit den Anfängen des World Wide Webs**. Das erste Banner wurde 1994 eingesetzt. Damals hatten die Nutzer kaum Erfahrung, weshalb viele zu der Zeit auf die Werbebanner klickten, sodass sie zu einer gewinnbringenden Werbemaßnahme wurden. Doch schon damals gab es Fälle, in denen die Banner übersehen wurden.

Ursachen der Banner Blindness

Banner Blindness kann verschiedene Ursachen haben. Eine davon ist die **Reizüberflutung**. Gehen User heute beispielsweise auf Blogs oder kleinere Websites, kann es passieren, dass sofort Videos abgespielt werden und Banner von allen Seiten aufleuchten. Die Nutzer wissen nicht, wo sie zuerst hinschauen sollen beziehungsweise werden von den Werbebannern stark abgelenkt. Als Folge versuchen sie, sich auf die wesentlichen Informationen der Website zu konzentrieren.

Da das Konzept von Werbebannern kein neues ist, **verbinden** viele Websitebesucher blinkende oder anderweitig hervorstechende Seitenelemente **mit Werbung**, was sich häufig als richtig herausstellt. Dementsprechend neigt ein Großteil dazu, die **Bereiche gar nicht erst zu beachten**, da die Personen dort keine Informationen finden, die ihnen einen Mehrwert bringen. In erster Linie scannen die User also die Textblöcke in der Mitte der Seite nach Informationen ab. Das sollten Seitenbetreiber beim Layout ihrer Seite berücksichtigen.

Hinzu kommt, dass Werbebanner ebenfalls für **unseriöse Absichten zweckentfremdet** werden. Häufig kann es passieren, dass sie die Besucher zu unsicheren Websites weiterleiten, von denen aus sich Viren verbreiten können. Daher sind die meisten User sehr vorsichtig und klicken eher selten auf Banner – selbst, wenn es sich um legitime Werbung handelt.

Folgen der Banner Blindness für Websitebetreiber

Viele Nutzer haben durch die Menge an Werbebannern, die ihnen auf den verschiedensten Internetpräsenzen entgegenspringen, ein **Muster** entwickelt, welche Bereiche einer Website aufmerksam durchgelesen werden. Fällt ein Textbaustein oder eine Grafik nun außerhalb des Bereiches, kann es passieren, dass die User sie nicht beachten – selbst, wenn sie ihnen weiterhelfen. Das ist meist an den Seiten sowie im Footer und Header der Fall. Oft ist das ein automatisierter Prozess. Daher kommt es bei der Gestaltung einer Website nicht nur auf die **Inhalte**, sondern auch auf die **Darstellungsform** an.

Möchten die Websitebetreiber weiterhin wirkungsvoll Werbung schalten, empfiehlt es sich, sie stimmig in die Inhalte einzugliedern. Das betrifft vor allem das Thema. Fügt sich die Werbeanzeige ein, sind die Nutzer eher gewillt, sich damit auseinanderzusetzen. Die Methode ist als **Native Advertising** bekannt.