ADVERTORIALS – GAMECHANGER IN DER MARKETING-STRATEGIE

Veröffentlicht am 16.07.2024 um 10:59 von Redaktion Burgwedel-Aktuell

Im Klima der heutigen Reizüberflutung und ständigen Verfügbarkeit attraktiver Inhalte verliert offensichtliche We verärgert weggeklickt, ohne dass deren Inhalte ansatzw lediglich ein Klick (1) – das Phänomen ist bereits als *Ban* anzukommen, muss ihnen etwas geboten werden, ansta kommen Advertorials ins Spiel, denen Studien das Potenz *Deutscher Zeitschriftenverleger* (VDZ) halten 84 Prozent a für gut verständlich und informativ (2). Es lohnt sich für künftig einen größeren Stellenwert zu geben.

Advertorials im Fokus

Zunächst ist der Begriff *Advertorials* ein Kofferwort aus Ad als Werbung gedacht, sind sie im Stil von hochwertigen redaktionellen Beiträgen gehalten, die sich dem Medium des Publishers harmonisch anpassen.Da sie außerdem – anders als offensichtliche Werbung – Lesern einen Mehrwert vermitteln, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass die vorzüglich aufbereiteten Artikel Beachtung finden. Die Hemmschwelle, sich bewusst offensichtlicher Werbung zuzuwenden, fällt weg. Die Glaubwürdigkeit der Inhalte ist wieder gegeben.

Was Advertorials mit SEO zu tun haben

Die einfachere Zugänglichkeit der Werbebotschaft ist nur eine Seite der Medaille. Die andere Seite ist durch den alternativen Begriff *SEO-Advertorials* erkennbar. Da Advertorials im Stil nützlicher und hochwertiger Artikel verfasst sind, lassen sie sich wunderbar nach SEO-Gesichtspunkten im Rahmen des Content-Marketings gestalten. Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist eine der bekanntesten und effektivsten Methoden zur Erhöhung von Sichtbarkeit und Reichweite überhaupt.Bei ihr geht es darum, in den wichtigsten Keywords und Longtails (Suchphrasen) in den Suchmaschinenergebnisseiten (SERPs) bestmöglich zu ranken, um die Zielgruppen auf die eigene Website bzw. den eigenen Webshop zu lotsen. SEO bietet einen ausgezeichneten ROI-Wert, da sie schon bei geringen Investitionen einen ergiebigen Ertrag liefert. Während Werbe-Ads nur bei Bezahlung sichtbar sind, können redaktionelle Leitartikel für viele Jahre im Internet bestehen bleiben.Die Leser stoßen entweder direkt durch den im Advertorial aufgeführten Link auf die Internetpräsenz sowie die beworbenen Marken oder durch die Aufwertung der eigenen Website durch Google und Co.Denn durch die hochwertige Aufmachung und das Interesse der Leser, was die Suchmaschinen anhand verschiedener sozialer Signale messen können, gewinnen Suchmaschinen einen positiven Eindruck von der Website und billigen ihr eher einen Expertenstatus sowie eine respektable Domain-Autorität zu. Eine Aufwertung der Website wirkt sich auf sämtliche Keywords und Longtails aus, welche die Website durch ihre Artikel besetzt.

Die Vorteile von Advertorials

Advertorials gehören zu den flexibelsten Werbemethoden im Internet. Anders als reine Werbeanzeigen, die Inhalte nur schlaglichtartig transportieren können, bietet sich bei Advertorials viel Raum für eine kreative, ansprechende und zielgruppenorientierte Gestaltung.Ebenso können Unternehmen von der Domain-Autorität des Publishers profitieren. So ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Artikel gelesen werden, je größer, desto höher der Traffic der publizierenden Website ist.Unterstützt wird die Lesebereitschaft durch die Erwartung, es mit einem informativen oder unterhaltsamen Artikel zu tun zu haben. Weiterhin haben Advertorials das Potenzial, im Sinne von SEO ein organisches Wachstum für sämtliche Inhalte

der eigenen Website zu generieren. Die Methode lässt sich anhand wichtiger Kennzahlen wie die Seitenaufrufe, durchschnittliche Verweildauer und die Click-Through-Rate (CRL) exakt messen, um bei Bedarf sinnvolle Anpassungen vornehmen zu können.

Advertorials müssen als Werbung gekennzeichnet werden

Advertorials unterliegen in Deutschland zur Wahrung von Transparenz der Kennzeichnungspflicht als Werbung. Diese Pflicht widerspricht zwar der Absicht der Verantwortlichen zur Verschleierung der Werbeabsicht, was ein wesentliches Element ihres Erfolgs ist. Andererseits sind Kunden längst mit diesem Format vertraut und wissen es insofern einzuordnen, als dass sich ein Artikel für sie trotz der Werbeabsicht aufgrund der attraktiven und hochwertigen Aufmachung dennoch lohnen kann. Da Advertorials so gestaltet sind, dass sie Lesern einen Mehrwert bieten, muss die Kennzeichnung als Werbung die Auseinandersetzung mit den Artikeln nicht ausschließen. Deshalb ist die Kennzeichnung als Werbung für den angestrebten Werbeeffekt nicht das Entscheidende, sondern die Attraktivität ihrer Aufmachung.Gute Advertorials können dennoch Erfolg haben, wenn sie Lesern inhaltlich etwas bieten und auf einer angesehenen Website mit hohem Traffic platziert werden.Quellen:1:https://www.marconomy.de/was-ist-eigentlich-ein-advertorial-und-welche-vorteile-bringt-es-im-b2b-marketing-a-4019b6779271fe4309e205ead731db13/2: ebd.