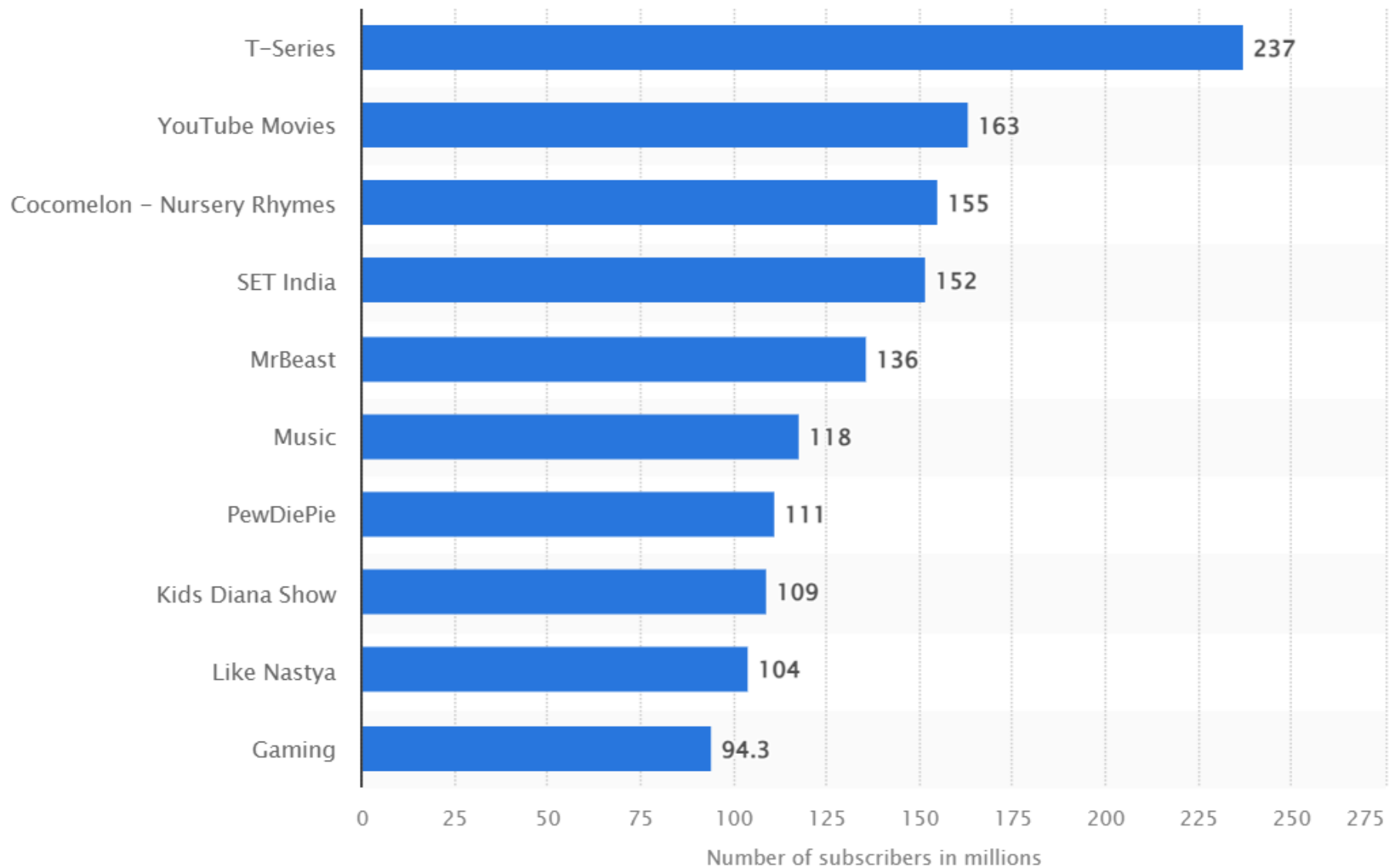
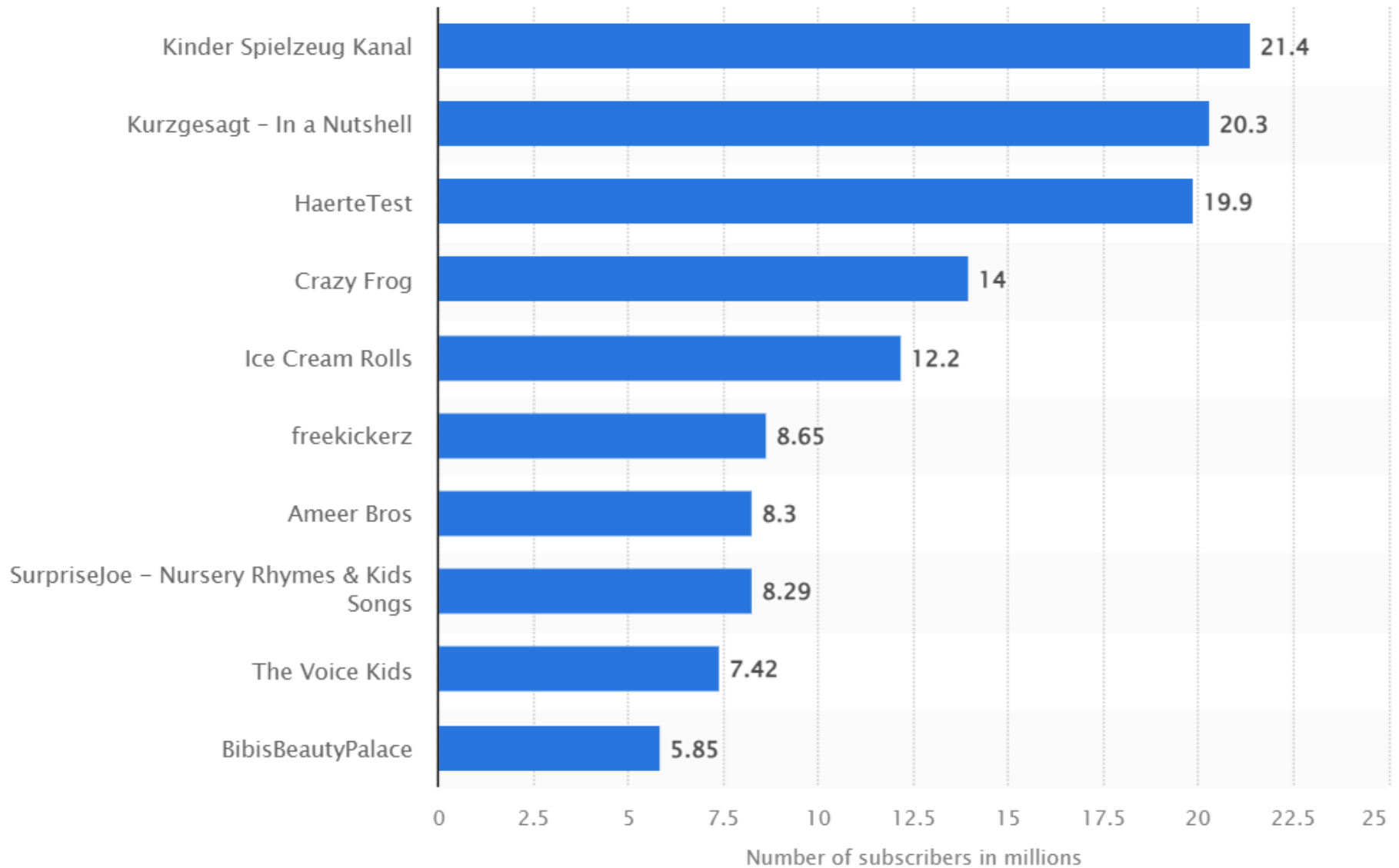
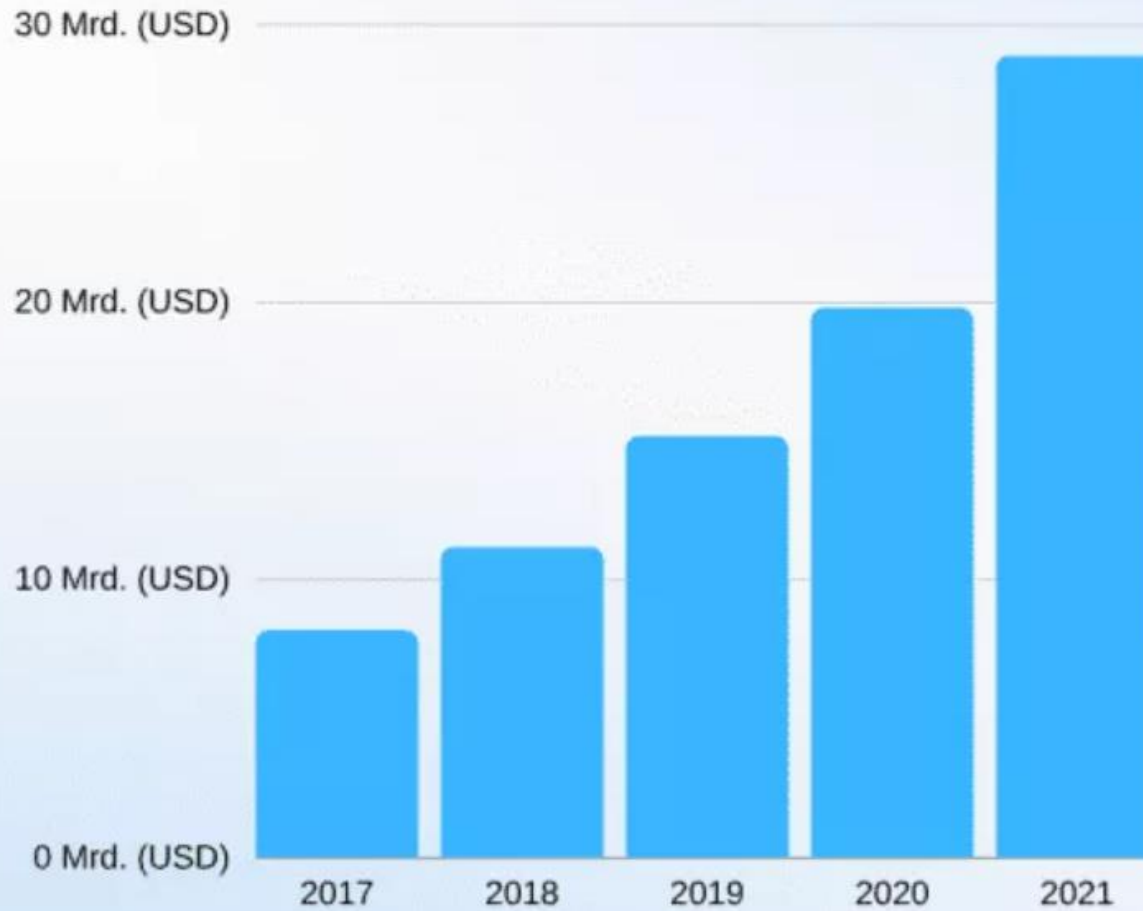


Youtube & Videomarketing



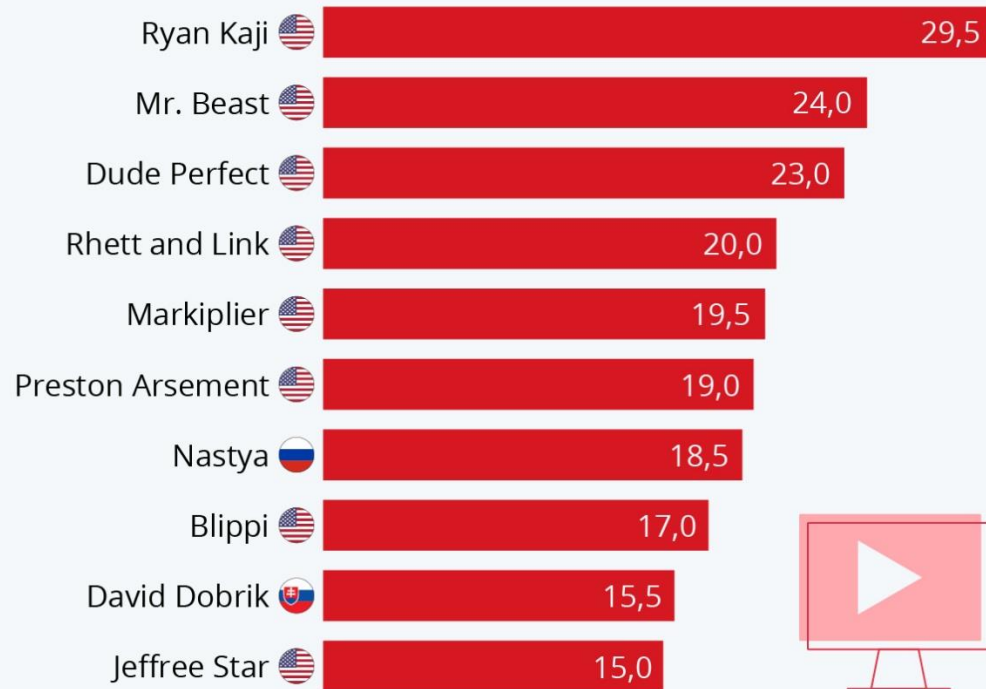


YouTube: Werbeumsatz (2017-2021)



Die bestbezahlten YouTube-Stars

Geschätzte Einnahmen von YouTubern 2019/20
(in Mio. US-Dollar)

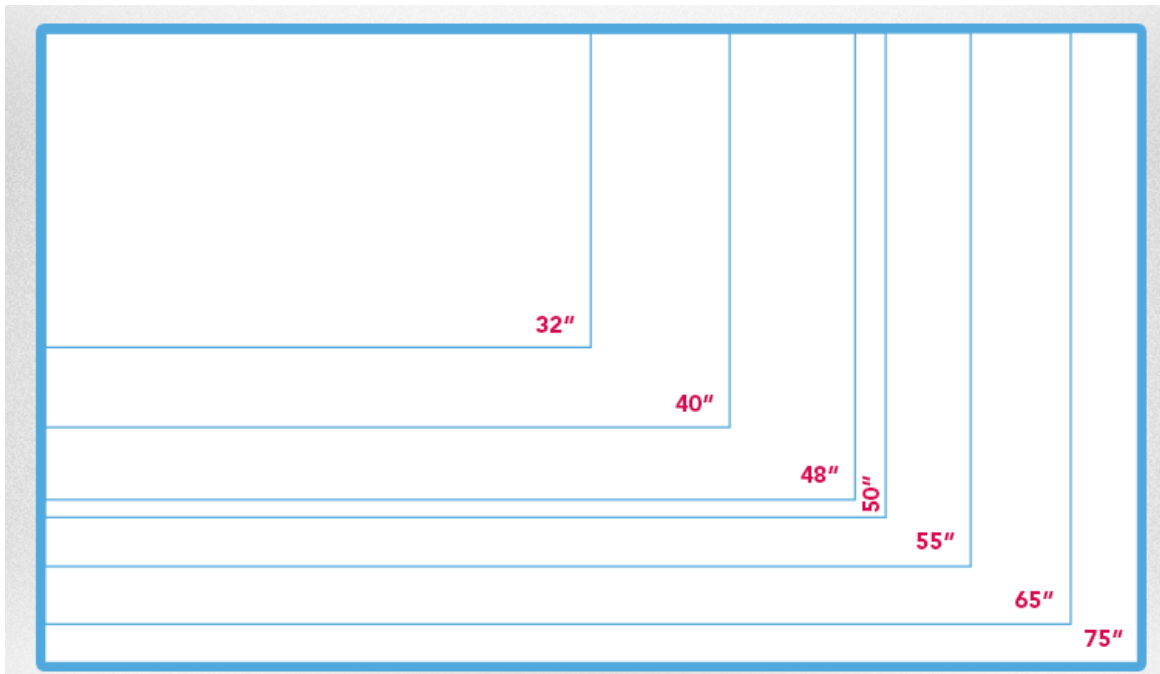


Erhebungszeitraum: 01. Juni 2019 bis 01. Juni 2020

Quelle: Forbes



statista



Monitore & Displays

IDEALE BETRACHTUNGSABSTÄNDE

75 ZOLL / 190 CM: 2,50 BIS 3 M

48 ZOLL / 121 CM: 1,80 BIS 2,30 M

65 ZOLL / 163 CM: 2,30 BIS 2,80 M

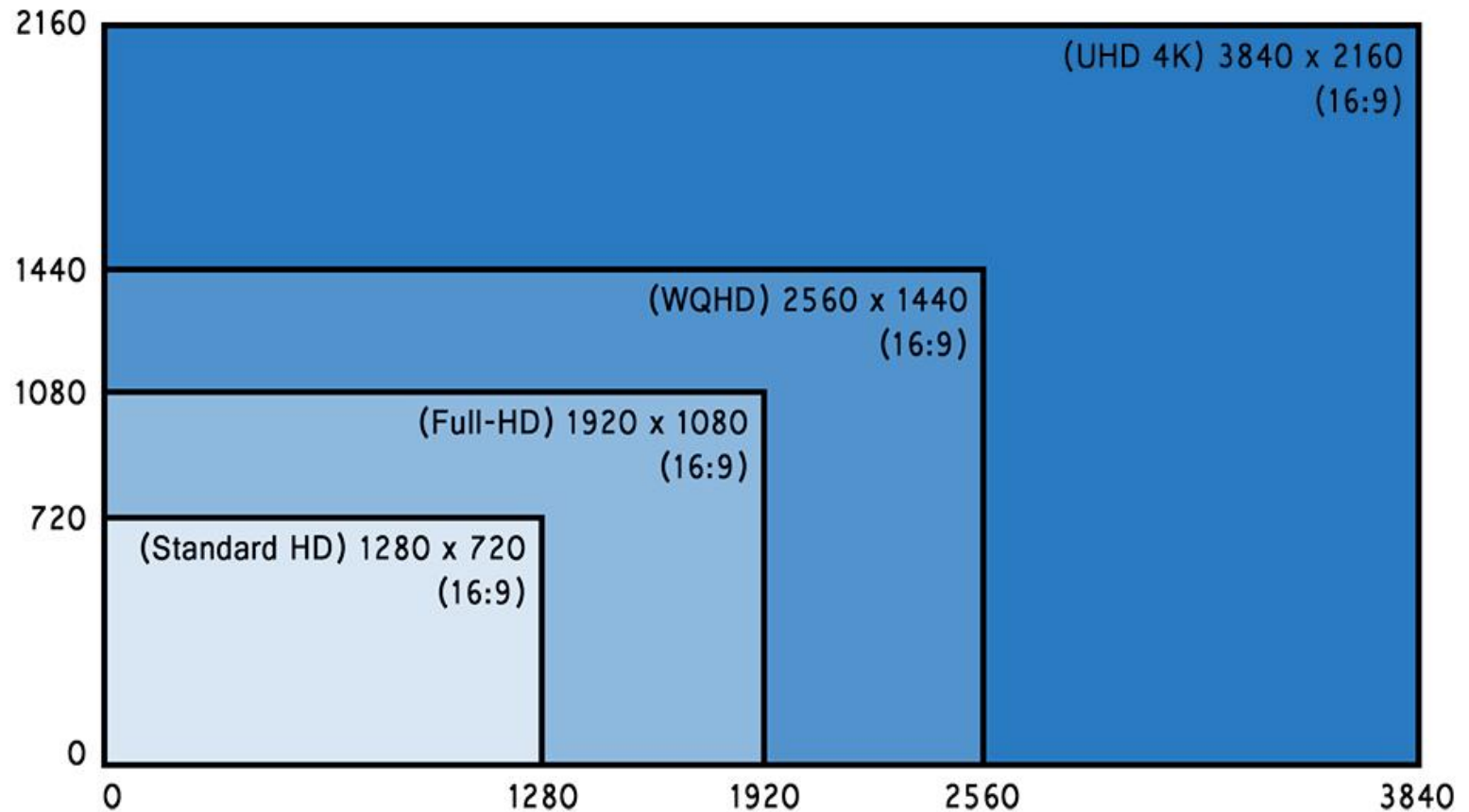
40 ZOLL / 101,9 CM: 1,50 BIS 2 M

55 ZOLL / 139 CM: 2,10 BIS 2,60 M

32 ZOLL / 80,4 CM: 1,20 BIS 1,70 M

50 ZOLL / 126 CM: 1,90 BIS 2,40 M

<http://screen-size.info/rechner.html>



1920

FULL HD
2.073.600 px

1080

Video = 25 Bilder pro Sekunde

Youtube

- YouTube ist die wichtigste Videoplattform weltweit, die Videocontent und soziale Interaktion miteinander verbindet. Ihr USP gegenüber anderen Video-Social-Media-Plattformen, wie TikTok oder Snapchat, sind Videos im Querformat, die länger als ein paar Minuten lang sind. Nach Google hat sich YouTube zur zweitgrößten Suchmaschine entwickelt. Mittlerweile hat die Plattform 2,6 Milliarden monatliche Nutzer. In Deutschland erreicht das Video-Onlineplattform **86,5 Prozent der deutschen Bevölkerung**. Die Reichweite liegt laut dem Hootsuite Digital Report 2022 in Deutschland bei 72,6 Millionen

Für wen eignet sich YouTube? Immer mehr Menschen ziehen YouTube-Tutorials einer gedruckten Gebrauchsanweisung vor. Damit bietet sich Werbung auf dieser Plattform nicht nur für emotionales Storytelling und Unterhaltung, sondern auch für erklärungsbedürftige Produkte an. .

Warum Youtube ?

Warum ist YouTube Marketing für Unternehmen wichtig?

„Welches Produkt passt am besten zu mir?“ – User nutzen YouTube immer häufiger als Informationsquelle, vor allem bei der Entscheidungsfindung in Sachen Produktkäufe. Mit einem eigenen Brand-Kanal sind Sie so nah wie bei kaum einem anderem Medium an Ihren potenziellen Kunden dran und können Informationen zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten / Dienstleistungen rund um die Uhr geräteübergreifend vermitteln und wirkungsvoll eine emotionale Bindung aufbauen.

Das flexible Mixen von einem optimierten YouTube-Kanal und der Schaltung von reichweitenstarker YouTube Werbung leistet einen nachhaltigen Beitrag zur Steigerung Ihres Traffics, der Brand-Bekanntheit und des Umsatzes.

Youtube Ads

Bezahlte Werbevideos auf YouTube können vor, während oder nach dem eigentlichen Video abgespielt werden. Die Platzierung kann allerdings nicht selbst gewählt werden, sondern wird von YouTube festgelegt.

Pre-Roll

Die Pre-Roll wird vor dem eigentlichen Video eingeblendet und erzielt dadurch große Aufmerksamkeit.

Mid-Roll

Die Mid-Roll unterbricht das eigentliche Video und wird während des Inhalts eingeblendet.

Post-Roll

Die Post-Roll läuft nach dem eigentlichen Video und wird besonders bei Inhalten wahrgenommen, die im Autoplay abgespielt werden.

Youtube Ads

YouTube Ads bieten durch Targeting-Optionen die Möglichkeit die Zielgruppe präzise einzugrenzen. Dabei lassen sich auch verschiedene Targetings kombinieren:

- Alter & Geschlecht
- Geotargeting (ausgewählte Städte, Bundesländer oder deutschlandweit)
- Interessen der Zielgruppe (z.B. Versicherung, Fahrzeuge und
- Transport, Reisen, Shoppen, ...)
- Endgerät (Desktop und/oder Mobile)
- Themen (z.B. Altersvorsorge, Beauty & Pflege, Entertainment, Familien, Fashion, ...)

YouTube Ad Formate



Überspringbare In-Stream-Anzeigen

- Bei diesem Anzeigenformat können Nutzer die Video-Anzeige nach fünf Sekunden überspringen. Machen Sie in diesen ersten Sekunden Lust auf mehr. Interessenten dürfen gar nicht erst auf den Gedanken kommen, diese Anzeige zu überspringen.
- Anschließend stehen Ihnen bis zu drei Minuten zur Verfügung, um Ihre ausführliche Werbebotschaft zu präsentieren. Die Werbeanzeige (Pre- oder Mid-Roll) muss mindestens zwölf Sekunden lang sein. Von Videos, die länger als 30 Sekunden sind, ist abzuraten. Ein zugehöriger Begleitbanner wird auf der rechten Seite angezeigt.

YouTube Ad Formate

Nicht-überspringbare YouTube Ads

Sie können Ihre Werbebotschaft in 15 Sekunden vermitteln? Dann ist diese Werbeform vielleicht das Richtige für Sie. Diese Video-Anzeigen können nicht übersprungen werden. Dafür ist die Länge des Videos auf max. 15 Sekunden begrenzt.

Vorsicht: Nicht überspringbaren Anzeigen können Nutzer auch nerven, da der Wunschinhalt unterbrochen wird. Auch deswegen wurde die maximale Länge von 30 Sekunden auf 15 Sekunden reduziert.

YouTube Ad Formate

Bumper Ads

Bumper Ads eignen sich für kurze, knackige Botschaften. Denn Sie haben lediglich sechs Sekunden, um den Nutzer von sich zu überzeugen.

Auch Bumper Ads können nicht übersprungen werden, werden durch die kurze Laufzeit aber auch nur selten als störend empfunden. Sie werden als Pre-, Mid- oder Post-Roll eingesetzt.

Tipp: Nutzen Sie Bumper Ads als Ergänzung zu längeren, nicht-überspringbaren Videoanzeigen.

YouTube Ad Formate

Out-Stream-Anzeigen

- Out- Stream-Anzeigen werden ausschließlich auf Mobilgeräten ausgeliefert. Sie starten ohne Ton.
- Nutzer müssen die Stummschaltung erst durch tippen auf die Anzeige aufheben.
- Mit Out-Stream-Anzeigen steigern Sie Reichweite und Markenbekanntheit zu relativ geringen Kosten. Sie sind nicht auf YouTube direkt verfügbar, sondern werden auf Websites und in Apps von Google-Videopartnern ausgeliefert.

YouTube Ads

- YouTube Ads bestehen aus bis zu drei Komponenten:
- Video, der Ziel-URL sowie ein optionaler Begleitbanner.

Ein Begleitbanner zur Anzeige ist optional, wird aber empfohlen. Falls kein Banner hochgeladen wird, wird das Banner automatisch über das Kanalbanner des entsprechenden YouTube-Kanals generiert.

- Tipp: ein benutzerdefiniertes Bild für das Banner hochzuladen, um „böse Überraschungen“ zu vermeiden.

Video Ad Spezifikationen

- minimale Länge: 12 Sekunden (überspringbare Anzeigen)
- maximale Länge:
 - bis zu 6 Minuten (überspringbare Anzeigen)
 - 15 Sek. (nicht überspringbare Anzeigen)
 - 6 Sek. (nicht überspringbare Bumper-Ads)
- Format: H.264 (MP4)
- Eine Auflösung von maximal 720 px ist erforderlich; empfohlen: 1.080 px
- Das Seitenverhältnis kann 16:9 oder 4:3 betragen
- - 16:9: 854 x 480, 1.280 x 720 und 1.920 x 1.080 px
 - 4:3: 480 x 360, 720 x 540 und 960 x 720 px
- Maximale Dateigröße: 128GB

Video Ad Spezifikationen

Begleitbanner:

- Format: 300 x 60 px
- Dateityp: JPG, GIF, PNG (nur Bildelemente zulässig, keine Tags von Drittanbietern)
- Dateigröße: 150 KB (max. 50 KB bei nicht überspringbaren Videos)
- Länge: max. 30 Sekunden Animationszeit

Ziel URL

- Eine einzelne Werbebuchung kann jeweils nur auf eine endgültige Ziel-URL verweisen.
- Limit: 1.024 Zeichen

Video Upload

- Das Werbemittel (Video) muss auf YouTube hochgeladen werden und als nicht gelistet festgelegt werden!

Youtube Monetarisierung

- Einen Google-AdSense-Account wird mit Youtube verknüpft
- Das YouTube-Partnerprogramm bietet Videokünstlern die Möglichkeit, Einnahmen durch Werbung, kostenpflichtige Abos Kanalmitglieder, Superchat und Merchandise zu erzielen

Kriterien

- 1000 Abonnenten / 4000 Stunden played
- Dein Konto/Youtube-Kanal befindet sich in einwandfreiem Zustand und die Monetarisierung wurde für dich bisher noch nie deaktiviert.
- Du lädst qualitativ hochwertige Originalinhalte hoch, die für Werbekunden-Kunden geeignet sind.
- Deine Videoinhalte entsprechen den Nutzungsbedingungen und Community-Richtlinien.

Warum Youtube ?

Warum ist YouTube Marketing für Unternehmen wichtig?

„Welches Produkt passt am besten zu mir?“ – User nutzen YouTube immer häufiger als Informationsquelle, vor allem bei der Entscheidungsfindung in Sachen Produktkäufe. Mit einem eigenen Brand-Kanal sind Sie so nah wie bei kaum einem anderem Medium an Ihren potenziellen Kunden dran und können Informationen zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten / Dienstleistungen rund um die Uhr geräteübergreifend vermitteln und wirkungsvoll eine emotionale Bindung aufbauen.

Das flexible Mixen von einem optimierten YouTube-Kanal und der Schaltung von reichweitenstarker YouTube Werbung leistet einen nachhaltigen Beitrag zur Steigerung Ihres Traffics, der Brand-Bekanntheit und des Umsatzes.

Kanal-Branding

- Der erste Eindruck zählt, das ist bei Ihrem YouTube-Kanal natürlich nicht anders. Und damit der erste Eindruck überzeugt, stellen wir Ihnen die wichtigen Punkte vor, die bei keiner Kanal-Optimierung außer Acht gelassen werden dürfen.
- Branding durch prägnanten Avatar und Kanalnamen!
- **Der Kanal-Header**
- YouTube gibt 2560 x 1440 Pixel als optimal an, allerdings wird diese volle Auflösung nur genutzt, wenn der Header auf einem TV dargestellt wird. Es ist sehr wahrscheinlich, dass Videos auf einem mobilen Endgerät oder Desktop wiedergegeben werden. Hierfür sind folgende Maße ideal:
- 1546 x 423 Pixel (auf allen Geräten sichtbar)
- 1855 x 423 Pixel (Tablets)
- 2560 x 423 (maximale Desktop-Breite)



Kanal-Infos + Optimierung

Nachdem wir uns um Avatar und Header gekümmert haben, können wir uns nun die restlichen Kanal-Infos anschauen. Folgende Infos dürfen nicht fehlen:

- Kanal-Beschreibung
- Social Links
- Link zur Website

Videos optimieren:

- Videotitel
- Beschreibung & Tags
- Untertitel (für Nutzer optional, aber YouTube kann verstehen, worum es in dem Video geht)
- eigenes Thumbnail
- Anmerkungen im Video
- Playlists erstellen
- Info und Outro