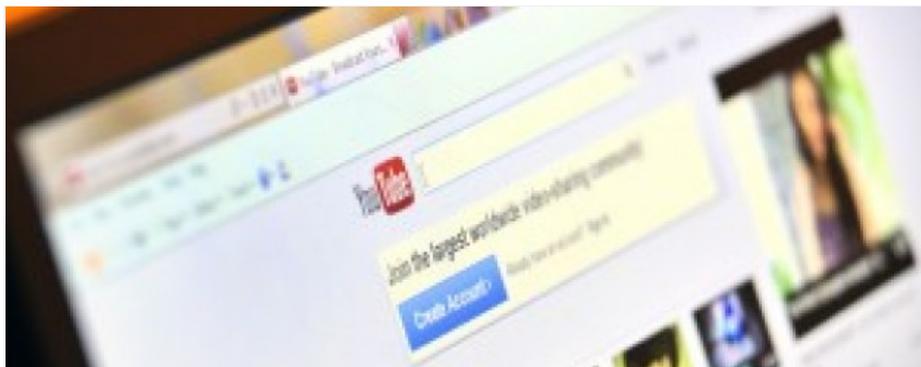


YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube

Home » Blog » YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube » YouTube Videoanzeigen – Vermarktung Ihres Videos mithilfe von YouTube



YouTube Videoanzeigen – Vermarktung mithilfe von YouTube

Der erste Schritt ist getan: Sie verfügen über ein eigenes Video und möchten sichergehen, dass dieses von Ihrer Zielgruppe auch beachtet wird. Der erste Schritt dazu ist ein Upload auf YouTube oder anderen Videoportalen. Um Ihr Unternehmensvideo jedoch nachhaltig und langfristig auf die Bildschirme Ihrer Kunden zu bringen, gilt es einige Punkte zu beachten, die im Folgenden erläutert werden.

YouTube als marktbeherrschende Videoplattform bietet unzählige Videos und hat zahlreiche Besucher: Im vergangenen Jahr wurden jede Minute durchschnittlich 72 Stunden neues Videomaterial auf YouTube hochgeladen und es wurden weltweit um die vier Milliarden Videos täglich auf YouTube angesehen. (Quelle: statista)

Diese Bedingungen können Sie für sich nutzen und Ihre Werbung erfolgreich als **YouTube Videoanzeigen** schalten.

Sollten Sie noch nicht über ein eigenes Video verfügen, so erfahren Sie an dieser Stelle mehr über Ihre eigene Filmproduktion.

YouTube als zweitgrößte Suchmaschine der Welt

YouTube ist die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und gehört seit 2006 zum Google Konzern. Zum Zeitpunkt der Übernahme im Jahre 2006 für rund 1.3 Mrd Euro erschien diese Investition nur bedingt nachvollziehbar. Welchen Nutzen hat eine Suchmaschine von einem Videoportal, mit dem eine 1.3 Milliarden Euro Investition zu rechtfertigen wäre?

Fast eine Dekade später zeigt sich die Strategie der größten Suchmaschinenbetreiber als voller Erfolg. Während Google selbst die Nummer 1 unter den Suchmaschinen ist steht YouTube unangefochten auf Platz 2. Nur Google selbst liegt vor dem Videoportal hinsichtlich der Suchanfragen..

So erstaunliche dieser Sachverhalt ist, so überraschend selten wird er konsequent aus Sicht der Werbetreibenden wie auch Unternehmen zu Ende gedacht.

Wenn die zweitgrößte Suchmaschine des gesamten Internet eine Videoplattform ist, dann liegt es nahe auch dort vertreten zu sein, und zwar mit einem möglichst hochwertigen und ansprechenden Film, der die Nutzer zu Ihnen führt und Ihnen als Unternehmen die Chance gibt auch auf diesem Kanal gefunden zu werden.

Selbst eine Dekade nach der digitalen Revolution überwiegt der Anteil der textbasierten Webseiten deutlich gegenüber dem in Bewegtbild festgehaltenen Informationen. Dieser Sachverhalt birgt ein noch nicht ansatzweise ausgeschöpftes Potential für Unternehmen jedweden Bereichs um sich von Mitbewerbern zu differenzieren, klar zu positionieren und vor allem – **besser gefunden zu werden als die übrigen Mitbewerber**.

Nutzerverhalten und Demografie auf YouTube

Meistgelesene Artikel

[Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms](#)

[Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film](#)

[Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

[Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch](#)

[Produktion eines weiteren Reisefilms – Destination Video](#)

Letzte Artikel

[Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen](#)

[Ausbildungsplatzmesse-Video – Mehrwert für alle Teilnehmer](#)

[Infotainment – Information und Unterhaltung in Ihrem Werbefilm](#)

[Moderne Unternehmenskommunikation mit Firmen-TV Webvideo](#)

[Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

Letzte Kommentare

[Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen bei Zeitrafferaufnahmen – Klassisches Stilmittel in neuem Gewand](#)

[Ausbildungsplatzmesse-Video - Mehrwert für alle Teilnehmer bei Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film](#)

[Infotainment – Information und Unterhaltung in Ihrem Werbefilm bei Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

[Digital Signage Videoproduktion für Point of Sale Displays bei Digital Signage Videoproduktion – Praxisbeispiel](#)

[3D Animation - Visualisierung der Produkteigenschaften bei Messefilm München – Bauma 2013](#)

Die Nutzer suchen auf YouTube vor allem nach Unterhaltung oder aber nach Anleitungen und Tutorien. In diesem Umfeld kann Ihre Anzeige einfach und passend geschaltet werden. Schaut sich ein Nutzer zum Beispiel ein Fitness-Video an, wird ihn eine Anzeige für Sportmode auch interessieren bzw. zumindest nicht abwegig erscheinen – im Gegensatz zu Fernsehwerbung, die mit hohen Streuverlusten behaftet ist, in Abhängigkeit der jeweiligen Sendezeit und des jeweiligen Produkts.

Besonders interessant: Knapp ein Drittel der YouTube Nutzer sind älter als 35 und auch die über 50-Jährigen sind überproportional vertreten, während die Jüngeren dahinter liegen. Hieraus kann man auf die Höhe des Einkommens der Nutzer schließen – allein dem Alter geschuldet deutlich höher als beispielsweise der gemeine Facebook Nutzer.

(Quelle: iCrossing)

Follow Us on



Ihre Kunden auf YouTube erreichen

Mit Videoanzeigen erreicht Ihre Werbebotschaft immer genau die richtigen Nutzer zur richtigen Zeit. Auf YouTube findet jedes Unternehmen das passende Publikum.

YouTube bietet Ihnen verschiedene Möglichkeiten Anzeigen zu schalten. Durch verschiedene Einstellungen können Sie **Ihre Videoanzeige** so nah wie möglich an der **passenden Zielgruppe** platzieren und so die Werbewirkung optimieren. Die Streuverluste lassen sich hingegen minimieren, da Ihre Anzeige genau auf die Demografie Ihrer Kunden, sowie zu deren inhaltlichen Interessen passend, geschaltet werden kann.

Als YouTube Videoanzeige kann Ihre Werbung nicht nur auf Computern, sondern auch auf Smartphones oder Tablets jederzeit und ortsunabhängig angesehen werden.

Die richtige Beschreibung Ihres Videos macht den Unterschied

Damit Ihre Videos auch gefunden werden, ist es wichtig, folgende Dinge zu beachten:

- Verwenden Sie im Titel relevante Suchbegriffe, welche die Inhalte Ihres Videos beschreiben
- Stellen Sie im Titel so kurz wie möglich die Inhalte treffend dar
- Bei Ihrer Beschreibung sind die ersten Sätze die wichtigsten: erläutern Sie in wenigen kurzen Sätzen, um was es in Ihrem Video geht und verwenden Sie Ihre Suchbegriffe
- Fügen Sie passende Links in die Beschreibung ein um Ihr Angebot attraktiver zu gestalten
- Erstellen Sie individuelle Tags (*beschreibende Schlüsselbegriffe*) mit den wichtigsten Schlagwörtern zu Ihrem Video

Ihre YouTube Videoanzeige

Der ultimative Reichweitenverstärker für Ihren Film ist neben der korrekten Beschreibung eine ebenso sauber aufgesetzte und geplante Videoanzeige.

Um Ihre Videoanzeige bei YouTube zu schalten, brauchen Sie (neben Ihrem Video) ein AdWords-Konto, welches es Ihnen nicht nur ermöglicht Ihre Anzeigen zu verwalten und Ergebnisse zu überprüfen, sondern Sie auch bei Ihren ersten Schritten unterstützt.

Hier wählen Sie Ihr Video aus und bestimmen zum Beispiel Alter, Geschlecht oder Wohnort Ihrer **Zielgruppe**. Ihr **Budget** legen Sie selbst fest – zum Beispiel auf 3€ pro Tag – und Sie entscheiden, an welcher Stelle Ihr Spot eingeblendet werden soll – z.B. vor oder nach einem Video.

Vorteile von YouTube Videoanzeigen:

- Finden Ihrer optimalen Zielgruppe
- Einfaches Erreichen dieser Zielgruppe
- Niedrige Kosten, Budget selbst festlegbar
- Anzeige auch auf Smartphones und Tablets
- Hohes Maß an Transparenz – YouTube stellt detaillierte Auswertungen bereit

Filmproduktion und YouTube Videoanzeige mit Aspektein

Bei der **Aspektein GmbH** erhalten Sie vom Konzept, über Produktion, hin zur fertigen Videoanzeige professionelle Unterstützung. Vorab sollten Sie sich darüber im Klaren sein, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten und wie Sie diese am besten erreichen können.

Damit Ihre Videoanzeige Erfolg hat und Ihre Zielgruppe erreicht wird, beraten und unterstützen wir Sie gerne bei der Produktion wie beim Schalten **Ihrer Videoanzeige auf YouTube**. Nehmen Sie noch heute Kontakt mit uns auf, wir freuen uns von Ihnen zu hören.

Zur Kontaktaufnahme für Ihre YouTube Videoanzeige bitte hier klicken

Bildrechte: © Laurentiu lordache – Fotolia.com

Bearbeiten

Über den Author

Sonja Renner

Ähnliche Posts



Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen
6. Mai 2014



Ausbildungsplatzmesse-Video – Mehrwert für alle Teilnehmer
24. April 2014



Infotainment – Information und Unterhaltung in Ihrem Werbefilm
11. April 2014

Beliebte Posts



Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms
21. Januar 2014



Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film
26. März 2014



Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm
3. April 2014

← Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen

Links

- Home
- Blog
- Kontakt
- Impressum

Blog-Kategorien

- 360° Panorama mit Hotspotverlinkung (1)
- 3D Animation – Visualisierung der Produkteigenschaften (1)
- Abschluss eines Rahmenvertrags mit AGV Bau Saar (1)
- Animierte App-Präsentationen von Aspektheins (1)
- Arbeitsschutz verständlich mit Video erklärt (1)
- Architektur Videoreportage – Architektur im Film darstellen (1)
- Audio Branding – der Klang Ihrer Marke im Film (1)
- Augmented Reality: Interaktivität mit Video (1)
- Ausbildung bei der Aspektheins GmbH: Mediengestalter für Bild und

Unsere Adresse

+49 (0) 681 6880 1113
mailme@aspektheins.com
Scheidter Straße 2
66123 Saarbrücken

Follow us



Schreiben Sie uns