

## Youtube Advertising

### **Große Reichweite, geringe Kosten, erfolgreiche Werbung: Youtube**

Youtube ist, gemessen an den täglichen Suchanfragen, die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Fast 35 Millionen Deutsche schauen sich regelmäßig Videos auf Youtube an und laut Google wird 2018 bis zu 69 % des gesamten Internet Traffics durch Videoclips zustande kommen. Kein anderes Format erfreut sich über eine so große Aufmerksamkeitsspanne bei den Nutzern und kann so große Emotionen transportieren bzw. mit einem Produkt oder einer Marke verknüpfen. Hinzu kommt, dass Inhalte des Videoportals oft prominent in der Google Suche gelistet werden und eine Werbeschaltung auf Youtube, im Gegensatz zu allen anderen Online Kanälen, mit Abstand am günstigsten ist. Kein Wunder also, dass der Trend zu Video Advertising immer weiter ansteigt.

Unsere von Google für Video Advertising auf Youtube zertifizierten Experten richten für Sie eine optimale Werbekampagne ein, mit der Sie nicht nur Ihren Videoclip bewerben, sondern auch Ihre Marke nachhaltig stärken und Ihren Umsatz steigern. Wir bauen Ihren Kanal zum Top Channel aus und synchronisieren diesen mit [Google AdWords](#), um zielgruppengerechtes und erfolgreiches Advertising zu gewährleisten. Dabei bestimmen Sie, zu welchen Themen und in welchen Kanälen Ihre Werbung geschaltet werden soll. Natürlich beraten und unterstützen wir Sie auch bei der Produktion eines idealen Werbeclips. Fordern Sie jetzt ein unverbindliches Angebot an und gehen Sie viral.

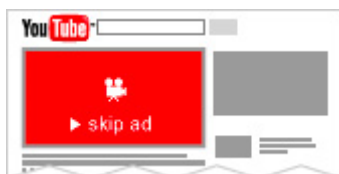
<https://isemo.de/#kontakt>

### **Youtube Advertising Tipps & Best Practices**

Als Einstieg in die Welt des Youtube Advertisings haben wir ein paar wichtige Fakten, Tipps und Best Practices aus unserer täglichen Arbeit als Google Partner Agentur für Sie zusammengestellt. Die Inhalte werden wir immer wieder aktualisieren, um den ständig wachsenden Innovationen, Erfahrungen und Richtlinienanpassungen gerecht zu werden. Für weiterführende Informationen oder Fragen kontaktieren Sie einfach unseren [Youtube Advertising Support](#).

### **Video In-Stream Anzeigen**

In-Stream Anzeigen sind das prominenteste Format für eine Werbeschaltung auf Youtube. Dabei wird Ihr Werbeclip vor anderen Videos, während längeren Videos oder am Ende von anderen Videos abgespielt und kann nach 5 Sekunden vom Zuschauer übersprungen werden. Sie bestimmen, zu welchen Themen oder auf welchen Kanälen Ihr Clip geschaltet werden soll und es fallen für Sie nur dann Kosten an, wenn der Zuschauer den Clip mindestens 30 Sekunden lang angesehen hat. In-Stream Anzeigen sind auf allen Geräten verfügbar (Desktop & Mobile) und können, neben Youtube, auch auf Partner-Websites oder Apps aus dem Google Displaynetzwerk ausgeliefert werden.



## Video Discovery Anzeigen

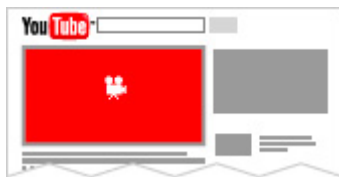
Video Discovery Anzeigen auf Youtube bestehen aus einem individuell auswählbaren Thumbnail (Bild) Ihres Videos sowie einem kurzen Infotext. Die Größe der Anzeige variiert je nach Platzierung. Abgerechnet wird pro Klick oder im Falle einer Buchung auf der Startseite von Youtube per Festpreis. Video Discovery Anzeigen werden im Display- oder Overlayformat ausgespielt und können auf den folgenden Positionen erscheinen:



- Rechts neben themenrelevanten Videos (nur Desktop)
- Auf der Youtube Startseite
- Als Overlay auf einer Youtube-Wiedergabeseite (nur Desktop)
- Auf Websites oder in Apps von Partnern im Displaynetzwerk

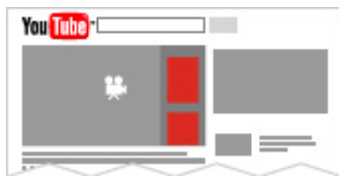
## Video Bumper Anzeigen

Bei Video Bumper Anzeigen handelt es sich um nicht überspringbare Videoanzeigen, die eine maximale Dauer von bis zu 6 Sekunden haben und vor oder nach anderen Videos abgespielt werden. Bumper Anzeigen sind auf allen Geräten verfügbar und werden per CPM (Cost-per-1000-Impressions) abgerechnet.



## Gesponsorte Infokarten

Gesponsorte Infokarten können während einem laufenden Video kurz eingeblendet werden und unterstützen, durch zusätzliche oder zusammenfassende Informationen, die Werbebotschaft des Videos. Mit einem Klick auf eine Infokarte wird der Zuschauer zum Beispiel in den Youtube Kanal des Werbetreibenden oder zur Landing Page eines beworbenen Produktes weitergeleitet.



## Youtube Abrechnungsmodelle

Die gängigste Abrechnungsmethode auf Youtube ist der CPV (Cost-per-view). Werbetreibende zahlen nur dann, wenn ein Zuschauer den Werbeclip mindestens 30 Sekunden oder bis zum Ende angesehen hat. Skipt der Nutzer das Video nach 5 Sekunden oder beendet die Wiedergabe früher als nach 30 Sekunden fallen keinerlei Kosten an. Bumper Anzeigen werden per CPM (Cost-per-1000-Impressions) abgerechnet, ähnlich einer Werbeschaltung im Google Display Netzwerk. Der Werbetreibende zahlt pro 1.000 ausgelieferter Anzeigenschaltungen. Für die Buchung einer 24stündigen Video-Masthead Anzeige, also der Werbeplatzierung in der oberen Hälfte der Youtube Startseite, wird ein Festpreis vereinbart.

## Youtube SEO – Video Auffindbarkeit verbessern

Wie bei einer Suchmaschine spielt auch auf Youtube die Sichtbarkeit von Videos in den Suchergebnissen zu relevanten Keywords eine wesentliche Rolle. Vor allem deswegen, weil prominente Clips auch in der Google Suche eine hohe Position erreichen können. Durch die Suchmaschinenoptimierung von Youtube Videos stärken Werbetreibende also nicht nur die Sichtbarkeit Ihrer Werbebotschaften auf der Videoplattform, sondern auch auf Google. Außerdem profitiert die eigene Website ebenfalls in SEO Hinsicht von erfolgreichen Youtube Videos, wenn diese der Website zugeordnet werden können. Deshalb empfehlen sich die folgenden Youtube SEO Best Practices:

- Das wichtigste Keyword des Werbeclips möglichst an den Anfang des Titels platzieren
- Link(s) zur Website des Werbetreibenden in die Beschreibung einfügen
- Wichtige Keywords in die Beschreibung des Clips einfließen lassen
- Auch in der Audiospur des Clips sollten die wichtigsten Keywords vorkommen (Youtube transkribiert alle Videos)
- Die Meta Keywords für das Video (sinnvoll) definieren
- Nicht nur die Klickzahlen sind SEO relevant, sondern alle User Engagements (Comments, shares, likes, embeddings)

## Der optimale Youtube Channel

Einfach nur bei Youtube anmelden und ein Video hochladen, mag für Privatpersonen ausreichend sein, aber Unternehmen haben nicht nur rechtliche Verpflichtungen, sondern sollten auch einen professionellen Auftritt gewährleisten. Folgend ein paar Basics, die Sie in jedem Fall beachten sollten:



- Ein Kanalsymbol / Avatar im Corporate Design (z.B. Ihr Firmenlogo) als JPG, GIF, BMP oder PNG und im Format 800 x 800 Pixel
- Ein Kanalbild bzw. Banner im Format 2.560 x 1.440 Pixel, wobei Texte & Logos in einem Sicherheitsbereich von maximal 1.546 x 423 Pixel angelegt sein sollten und die Dateigröße 4MB nicht überschreiten darf
- Einen Kanaltrailer erstellen, der Besuchern in der Übersicht Ihres Kanals als erstes gezeigt wird und den Kanal bzw. das Unternehmen vorstellt

- Die Website sowie Social Media Kanäle hinterlegen und prominent im Kanalbild anzeigen
- Kommentare zulassen, schließlich ist auch Youtube ein soziales Netzwerk und User Signals sind in jeder Hinsicht wichtige Messwerte
- Dem Kanal ein Wasserzeichen hinzufügen, um z.B. das transparente Firmenlogo in allen Videos anzuzeigen
- Eine ausführliche Kanalinfo formulieren, am besten beginnend mit zusammenfassenden Bulletpoints und einem Fließtext
- In der Kanalinfo das Impressum der Website verlinken und die Datenschutzerklärung entsprechend der Nutzung von sozialen Netzwerken anpassen
- Den Youtube Kanal mit Google Analytics verknüpfen, um weitere Daten zur Optimierung abrufen zu können

## Der optimale Video Content

Genauso wie eine Website optimiert wird, um Klickzahlen, Interaktionen oder Conversions zu erhöhen, sollten auch Videoclips für den potenziellen Zuschauer optimiert sein. Folgend einige Best Practices, welche die Aufmerksamkeit bzw. Interaktionen der Nutzer in der Regel steigern:

- Wählen Sie für jedes Ihrer Videos ein benutzerdefiniertes Thumbnail, mit einem wiederkehrenden Corporate Design – damit erhöhen Sie die Aufmerksamkeit der Zuschauer und stärken Ihre Marke
- Bei längeren Videos sollten Sie mit einer Vorstellung der folgenden Inhalte beginnen und den Zuschauer darauf hinweisen, dass ihn am Ende des Clips ein Mehrwert erwartet – zum Beispiel die Auflösung der Frage, welche Sie am Anfang stellen
- Richten Sie Endcards am Ende des Videos ein, um den Zuschauer anzuregen, Ihren Kanal zu abonnieren oder andere für Sie wertvolle Interaktionen durchzuführen
- Ein klassisches Werbevideo sollte die Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten und trotz Tonspur auch ohne Audio funktionieren, denn viele Nutzer konsumieren Youtube unterwegs über ihr Smartphone und das oft im Stummmodus
- Werfen Sie immer mal einen Blick auf die [Google Trends](#) und schauen sich dort die “Trends auf Youtube” an – vielleicht erfahren Sie auf diesem Weg wichtige Erkenntnisse, welche Sie für die Inhalte Ihrer Videos nutzen können

## Youtube Tutorials

Ganze 70 % des Suchvolumens auf Youtube setzen sich aus sogenannten “How to” Fragen zusammen. Kennen Sie die am häufigsten gestellten Fragen zu Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten oder Ihren Dienstleistungen, verfügen Sie über einen großen Hebel, um mögliche Kundenanfragen schon im Vorfeld zu beantworten. Damit entlasten Sie nicht nur Ihre Service Mitarbeiter, sondern machen potenzielle Kunden durch einfache Erklärungsvideos auch nachhaltig auf sich aufmerksam.

## Youtube Analytics

Was [Google Analytics](#) für Websites ist, ist Youtube Analytics für Videos. Mit diesem starken Analyse Tool, über welches jeder Kanal standarmäßig verfügt, können Sie im Detail auswerten, wer Ihre Zuschauer genau sind und wie Ihre Clips bei diesen ankommen. Unter anderem folgende Fragen können Sie mit Youtube Analytics beantworten:



- Über welche Geräte schauen sich meine Zuschauer die Videos an?
- Welchen Standort und welches Geschlecht hat mein Publikum?
- Welches meiner Videos hat die meisten Aufrufe?
- Welches meiner Videos hat die höchste Wiedergabezeit bzw. welches meiner Videos wird am häufigsten bis zum Ende angesehen?
- Welches meiner Videos hat die meisten User Signals generiert (untergliedert in Kommentare, Abos, Likes, Shares, Embeddings...)
- Welches meiner Videos ist bei meinen Abonnenten am beliebtesten?
- Welches meiner Videos hat den meisten Umsatz generiert (sofern die Monetarisierung aktiviert ist)?

## Youtube monetarisieren mit Google AdSense

Sie können jedes Ihrer Videos zur Monetarisierung anmelden und mit Youtube zusätzlich Geld verdienen. Dabei bestimmen Sie, bei welchen Ihrer Videos Werbung geschaltet werden darf und können Themenkategorien oder spezifische Kanäle von der Werbeschaltung ausschließen (zum Beispiel Wettbewerber). Um an der Monetarisierung teilnehmen zu können, müssen Sie über die vollen Bild- sowie Tonrechte des entsprechenden Clips verfügen und Ihr Youtube Konto mit Google AdSense verknüpfen. Außerdem muss Ihr Kanal mindestens 1.000 Abonnenten aufweisen und in den letzten 12 Monaten eine Wiedergabezeit von mindestens 4.000 Stunden erreicht haben.

# Google AdSense

## Youtube Video Editor

Der Youtube Video Editor ist standardmäßig in jedem Kanal enthalten und ein hilfreiches Tool, um die Qualität der hochgeladenen Clips weiter zu verbessern oder diese nachzubearbeiten. Mit dem Video Editor können Sie Clips zum Beispiel zuschneiden oder verlängern, Effekte hinzufügen oder aus einer großen Audio-Bibliothek (enthält sowohl GEMAFreie als auch kostenpflichtige Titel) Musik für Ihr Video auswählen.

### Weitere Themen aus dem Bereich des Social Media Marketings:

- [Social Media Monitoring](#)
- [Facebook Advertising](#)
- [Instagram Advertising](#)
- [Snapchat Advertising](#)
- [Influencer Marketing](#)
- [Social Media Workshops](#)