

WARUM SIE VIDEOS ALS WERBEMITTEL NUTZEN SOLLTEN

Veröffentlicht am 9. Mai 2012 von Annette

Bilder sagen mehr als tausend Worte, das ist allgemein bekannt. Bewegte Bilder sagen aber noch weitaus mehr. Das Video ist in den letzten Jahren zunehmend wichtiger geworden. Mittlerweile ist es ein zentraler Bestandteil jeder Internetaktivität. Was heißt das?

- Über [eine Billion Videos](#) werden jeden Tag auf Youtube angesehen; der durchschnittliche Internetbenutzer schaut sich 182 Videos im Monat an
- Kunden eines Online-Shops packen [144% mal häufiger](#) ein Produkt in ihren virtuellen Einkaufswagen, zu dem Sie vorher ein Video im Internet gesehen haben als Kunden, die keins sahen
- Kunden verbringen durchschnittlich [9% mehr Zeit](#) auf einer Firmenhomepage, die ein Video enthält

Videos transportieren Kampagnen oder [Unternehmensporträts](#) leicht in **verschiedene Kanäle** und werden von Anderen **verbreitet**: Sie haben zum Beispiel ein Video bei Youtube eingestellt. Ein Benutzer schaut sich nun dieses Video an. Weil ihm gefällt, was er sieht oder - noch wahrscheinlicher - weil bei ihm Gefühle geweckt werden, verbreitet er das Video. Das heißt, er postet es in seinem Blog oder bei Twitter, Facebook oder Google+ oder schickt es per Email weiter. Statistiken haben gezeigt, dass eine Person, die ein Video ansieht, es im Schnitt an bis zu 11 andere Menschen weiterleitet.

Videos im Internet haben ein weiteren entscheidenden Vorteil: Gegenüber traditioneller Videowerbung im Fernsehen, werden Werbevideos im Internet **freiwillig** angesehen. Und sie werden in einer Umgebung angesehen, in der sich **ausgetauscht und weitergeleitet** werden kann. In sozialen Netzwerken funktioniert Videowerbung wie klassisches, mündliches **Empfehlungsmarketing**, bei dem ein Mensch ohne bestimmte Hintergedanken einem Freund von einer Werbung erzählt, die er gesehen hat.

Es lässt sich also feststellen, dass [das Video ein nützliches Werbemittel](#) ist und es sich für Unternehmen messbar lohnt, nicht mehr am Thema Videomarketing vorbei zu schauen. Aber in der Regel gilt: Filmen Sie nicht einfach drauf los und stellen Ihren Film ins Netz! Ein [schlechtes Imagevideo](#) wird genauso schnell weiterverbreitet wie ein Gutes und verhilft Ihnen nur zu spöttischen Kommentaren. Wichtig für ein hochwertiges Video, das die Aufmerksamkeit potentieller Kunden erregen soll, ist eine professionelle Produktion.

Machen Sie schon Gebrauch von Image- oder Produktvideos? Was sind Ihre Erfahrungen? Wir

freuen uns über Ihre Kommentare!