|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **geforderte Keywords:** | **Video** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **YouTube** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Video Content** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 4-20 Mal) |
| **Video-Marketing** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 4-20 Mal) |

Der Text soll in 5-8 Absätze gegliedert sein.

Die Ansprache an den Kunden sollte neutral sein, um hier viele Unternehmensgrößen anzusprechen.

- Warum Videos immer mehr an Bedeutung gewinnen

- Was gibt es zu beachten, wenn ein Unternehmensvideo erstellt wird?

- Muss es immer gleich die teuerste Videokamera sein?

- Welches Zubehör benötige ich?

- Welche Vorteile kann ich als Unternehmer haben?

- Wo kann ich mir Hilfe zum Thema holen

https://neilpatel.com/de/blog/youtube-seo/

https://www.artista-online-marketing.com/6-tipps-fuer-erfolgreiches-video-content-marketing-2020/

https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/youtube-seo/

Warum Videos immer mehr an Bedeutung gewinnen und wie ich als Unternehmen davon profitieren kann.

1100 Wörter

<h1>Warum Video Content und Video-Marketing immer mehr an Bedeutung gewinnen</h1>

<p>Rund <a href="https://blynk.de/darum-ist-video-marketing-die-zukunft/">82 Prozent</a> des gesamten Internet-Traffics entfiel im vergangenen Jahr 2020 auf <strong>Video Content</strong>. Videos gelten daher als das Werbemedium der Zukunft. Sie sind vergleichsweise leicht zu konsumieren, liefern anschaulichen und gut verständlichen Inhalt und bieten eine gewisse Unterhaltungskomponente. Gleichzeitig erregen Videos auch häufig deutlich mehr <strong>Aufmerksamkeit</strong>, als beispielsweise althergebrachte Formen wie Text-Content oder Sprach-Content (Podcasts usw.). Die durchschnittliche Konsumentendauer beläuft sich dabei <strong>pro Tag</strong> auf rund <a href="https://de.statista.com/themen/107/online-videos/">56 Minuten</a>. Eine weitere Studie besagt, dass ein Bild etwa soviel sagt, wie 1.000 geschriebene Worte. Eine Minute Video hingegen kann Text-Content im Pendant von rund 1,8 Millionen Wörtern ersetzen! Da ist es nicht verwunderlich, dass immer mehr Unternehmen bei ihrer individuellen Online-Marketing-Strategie auch auf das Medium <strong>Video</strong> setzen. Innerhalb der nun folgenden Abschnitte wird daher einmal ausführlich erklärt, wie genau Videos in die individuelle Strategie aufgenommen werden können. Des Weiteren soll aufgezeigt werden, wie Unternehmen <strong>kostengünstig</strong> und <strong>effizient</strong> hochwertiges Video-Material produzieren können.</p>

<h2>Diese Dinge sind bei der Erstellung von Unternehmensvideos zu beachten</h2>

<p>Insgesamt gibt es bei der Erstellung von hochwertigem Video Content eine Reihe von Dingen zu beachten, die zunächst übersichtlich aufgelistet und danach detailliert erklärt werden sollen:</p>

<ul>  
<li><strong>Glaubwürdigkeit</strong> des Videos</li>  
<li>die Hauptdarsteller sollten echte Menschen sein</li>

<li>es sollte auf <strong>Storytelling</strong> gesetzt werden</li>

<li>Leichtigkeit, Komik und Unterhaltsamkeit sollten überwiegen</li>  
<li><strong>Video SEO</strong> nutzen (auf Facebook, Instagram oder YouTube)</li>  
<li>für <strong>Viralität</strong> sorgen</li>

</ul>

<p>Egal, ob es sich bei dem geplanten Video um einen <strong>Imagefilm</strong>, <strong>Werbefilm</strong> oder einen <strong>Pitch</strong> handelt: Es sollte stets auf <strong><u>Glaubwürdigkeit</u></strong> des Video Content gesetzt werden! In puncto Einsatz technischer Hilfsmittel lautet die Devise hier also: Weniger ist mehr! Und so sollten technische Eingriffe wie zum Beispiel spezielle Grafiken, Blenden, verspielte Zoomfahrten oder hochkarätige Filter so gut es geht vermieden werden. Denn das wirkt auf die Zuschauer schnell manipulativ und werbend. Des Weiteren sollten die <strong><u>Menschen im Fokus stehen</u></strong>. Idealerweise kommen im individuellen Video also auch echte Mitarbeiter vor, die Dinge vorstellen oder kurze Feedbacks geben. Als spannender Content eignen sich hier zum Beispiel Szenen, bei denen die Mitarbeiter <strong>bedeutungsvolle Dinge</strong> an <strong>exotischen Orten</strong> durchführen. Weiter geht es mit dem <strong><u>Storytelling</u></strong>. Hier sollte auf die klassischen Elemente einer guten Story zurückgegriffen werden: Mensch, Herausforderung, Prüfung sowie Handlungshöhepunkt, Auflösung und der Schluss. Hierfür sollten am besten <strong>echte Stories</strong>, <strong>Probleme</strong> aus dem Unternehmensalltag, verpackt mit innovativen Lösungen dafür verwendet werden. Da das Leben an sich hart genug ist, sollte das individuelle Unternehmensvideo aber auch eine gewisse <strong><u>Leichtigkeit, Komik und Unterhaltsamkeit</u></strong> aufweisen. Witz, Charme, komische Bilder oder Szenen sowie Pointen dürfen daher genauso wenig in diesem fehlen! Damit das individuelle Video-Marketing mit dem eigenen Video auch tatsächlich Früchte trägt, sollte natürlich auch auf ein ganzheitliches <strong><u>Video-SEO</u></strong> gesetzt werden. Hier ist natürlich besonders wichtig, <strong>wo</strong> das Video hochgeladen wird (zum Beispiel auf <strong>YouTube</strong>), <strong>wie dieses beschriftet</strong> wird und <strong>wohin</strong> überall verlinkt wird. So kann sich ein Video als ein nützliches Tool für das eigene Google-Ranking entpuppen. Denn: Google stuft Video Content deutlich wertvoller ein, als beispielsweise reinen Text-Content. Wird das Video-SEO gut durchgeführt, kann dann auch noch der Effekt der <strong><u>Viralität</u></strong> ausgenutzt werden. Hier macht sich das individuellen Unternehmensvideo quasi <strong>selbständig</strong> und verbreitet sich wie durch Zauberhand selbst im Netz. Das betrifft vor allem Videos, die beispielsweise auf <strong>Social Media</strong> (Facebook, Instagram, YouTube usw.) hochgeladen werden und dort mühelos <strong>geliked</strong>, <strong>geteilt</strong> oder <strong>kopiert</strong> werden können.</p>

<h2>Muss es für den individuellen Video Content immer gleich die teuerste Kamera sein?</h2>

<p>Vorweg: Unternehmen müssen bei der Erstellung von gutem Video Content nicht zwangsläufig auf teures Video-Equipment setzen. In vielen Fällen kann es sich für YouTube und Co. sogar lohnen, wenn das Video so authentisch wie möglich wirkt und mit entsprechend primitiver Technik aufgezeichnet wurde. Empfohlen werden für den Dreh von hochwertigen Unternehmensvideos jedoch kompakte <strong>4K-Kameras</strong> sowie <strong>spezielle Bildbearbeitungsprogramme</strong> für den anschließenden Schnitt. Beides zusammen lässt sich bereits für <strong>wenige hundert Euro</strong> erwerben. Soll es noch etwas professioneller wirken, empfiehlt sich hingegen die Hilfe einer erfahrenen Video- und Online-Marketing-Agentur, die den Videodreh, Videoschnitt sowie die anschließende Vermarktung auf YouTube und Co. übernehmen. So kann das individuelle Video-Marketing problemlos outgesourct werden und Unternehmen kommen so nicht in die Bredouille, sich aufgrund weniger, geplanter Videos direkt teures Kamera- und Video-Equipment kaufen zu müssen. Soll jedoch auf Eigeninitiative gesetzt werden, dann gilt: Für den Anfang genügt es eher günstig, aber kreativ!</p>

<h3>Welches Zubehör gehört für hochwertige YouTube Videos zur Grundausstattung?</h3>

<p>Für <strong>Interview-Szenen</strong> genügen im Grund genommen reguläre <strong>Smartphones</strong> wie beispielsweise das <strong>iPhone 11</strong> oder <strong>iPhone 11 Pro</strong>. Dieses kann mit hochwertigen <strong>Interview Kits</strong> (beispielsweise von <i>Rhode</i>) kombiniert werden. Weiterhin wären hier ein <strong>Mikrofon</strong> sowie ein <strong>Tripod</strong> nützlich. Auch für einfache <strong>Video-Clips</strong> für zum Beispiel YouTube kann dieses Equipment genutzt werden. Alternativ kann hier – für eine bessere Videoqualität – jedoch auf <strong>4K-Kameras</strong> zurückgegriffen werden. Für <strong>Erklärvideos</strong> auf YouTube sind hingegen spezielle <strong>Webcams</strong> zu empfehlen oder es wird direkt auf eine geeignete <strong>Screenshare-Technologie</strong> von zum Beispiel <i>Loom</i> oder <i>SoapBox</i> zurückgegriffen. Je nachdem, wie professionell die YouTube Videos schlussendlich werden sollen, kann zusätzlich noch eine <strong>Lichtbox</strong> zur besseren Belichtung eingesetzt werden.</p>

<h3>Was gehört muss in puncto Video-SEO alles beachtet werden?</h3>

<p>Im Video selbst können SEO-technisch zwar keine Optimierungen umgesetzt werden, jedoch bei der <strong>Beschriftung</strong>, <strong>Einbindung</strong> und <strong>Verlinkung</strong> der Videos. Anbei die wichtigsten Aspekte von effektivem Video-SEO:</p>

<ul>

<li><strong>Keywordrecherche</strong> (für Video-Titel, Video-Bezeichnung und Video-Bezeichnung auf YouTube)</li>

<li>Einsatz SEO-freundlicher <strong>Thumbnails</strong></li>  
<li>Verlinkungen in der Video-Description (auf andere Webseiten, Blogs oder Foren)</li>

<li>Einbindung auf mehreren Plattformen (zum Beispiel YouTube, Facebook, Instagram, eigene Webseite, eigener Blog usw.)</li>  
<li>Beachtung weiterer SEO-Maßnahmen (Videolänge, Kanaloptimierung, Tags, Dateiname, Kategorie, Untertitel + Transkript)</li>

</ul>

<h2>Alle Vorteile von Video-Marketing auf YouTube und Co.</h2>

<p>Ein individuelles und ganzheitliches Video-Marketing Konzept umzusetzen, bietet natürlich gewaltige Vorteile! Hier einmal die größten Vorteile von Video-Marketing durch unternehmensspezifische Videos auf YouTube und Co.:</p>

<ol>

<li>Videonutzung steigt in den meisten Zielgruppen</li>  
<li>Videos wecken an sich mehr Aufmerksamkeit als Text-Content</li>

<li>Videos wecken Emotionen und potenzielle Kaufbedürfnisse</li>

<li>Videos stärken die Kundenbindung</li>

<li>Videos sind SEO-freundlich und wirken sich positiv auf das individuelle Ranking aus</li>  
<li>Videos bieten ausgezeichnete Tracking-Möglichkeiten (zum Beispiel via YouTube)</li>  
<li>Videos steigern die eigene Markenbekanntheit</li>  
<li>Videos sind vielseitig einsetzbar (zum Beispiel können Erklärvideos auch zum Einarbeiten neuer Mitarbeiter genutzt werden)</li>

</ol>

<h2>Fazit zum Thema Video-Marketing mithilfe individueller Unternehmensvideos</h2>

<p>Hochwertiger Video Content wird als Garant für den unternehmerischen Erfolg im Netz immer wichtiger. Schon heute ist Video Content nicht mehr aus dem individuellen Marketing-Mix wegzudenken. Gut gemachte Aufnahmen steigern sowie den <strong>Traffic</strong> auf der eigenen Webseite sowie den unternehmenseigenen Social Media-Profilen, als auch den potenziellen <strong>Umsatz</strong> als solches. Idealerweise sollten Unternehmen daher Kontakt mit einer <strong>professionellen Marketing-Agentur</strong> aufnehmen, die diesbezüglich ein erfahrenes und innovatives Team für die Erstellung von hochwertigem Video Content beschäftigt. Derartige Agenturen bieten häufig <strong>kostenlose</strong> und <strong>unverbindliche Vorab-Konzepte</strong> für die Video Content Erstellung. Daher am besten nicht länger zögern und am besten heute noch Kontakt aufnehmen!</p>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **geforderte Keywords:** | **Video** | genutzt: 20 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **YouTube** | genutzt: 14 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Video Content** | genutzt: 7 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 4-20 Mal) |
| **Video-Marketing** | genutzt: 7 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 4-20 Mal) |