

# Vier Tipps für erfolgreiches Video-Marketing

Die Nutzung von Videos spielt im Marketing deutscher Unternehmen noch immer eine eher untergeordnete Rolle. Und das, obwohl YouTube bereits die am zweitmeisten genutzte Suchmaschine weltweit ist. Das zeigt: Kunden und andere Zielgruppen nutzen immer stärker Video-Inhalte, wenn sie sich informieren wollen. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, auch auf ihren Firmen-Webseiten Informationen per Video anzubieten.

**D**as stellt viele Unternehmen jedoch vor große Herausforderungen: Die wenigsten verfügen über das Know-how und die Ressourcen, „mal eben so“ ein professionelles Video aus dem Ärmel schütteln.

Die folgenden vier Tipps helfen dabei, mit dem vorhandenen Budget die gewünschte Wirkung zu erzielen.

## **1 Videos zum Bestandteil des Marketingmix machen.**

Für effektives Video-Marketing braucht man keine neuen Themen: Bereits vorhandene Themen oder Maßnahmen können oftmals einfach per Video weiterverwertet werden. Gibt es zum Beispiel ein aktuelles Whitepaper, reicht es völlig aus, ein kurzes Interview mit einem Firmenvertreter zu drehen, in dem dieser die wesentlichen Inhalte des Whitepapers zusammenfasst. Dieser Clip kann anschließend in die weiteren Werbemaßnahmen eingebunden werden: von Mailings über

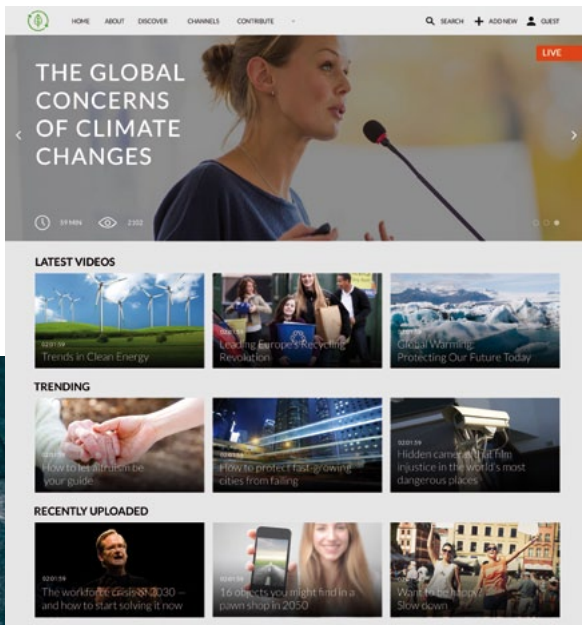




**MICHAEL KUMMER,**  
Vertriebsleiter EMEA  
bei Kaltura.

## KALTURA MEDIASPACE

Über 150 000  
Anwender in Unter-  
nehmen, Medien-  
konzernen und  
Bildungseinrichtungen  
verwenden die  
Plattform bereits, um  
hoch entwickelte  
Video-, Audio- und  
Foto-Dateien zu  
betreiben.



Social-Media-Postings bis hin zur  
Download-Landing-Page.

## 2 Inhalte mit Mehrwert anbieten.

Videos sind ein Aufmerksamkeitsgarant und machen die User neugierig, Inhalte auf der Webseite zu entdecken. Dabei ist es aber essenziell, den Zuschauern wirklich nützliche Inhalte zu präsentieren. Ratgeber-Themen funktionieren zum Beispiel sehr gut: Das Unternehmen zeigt ein konkretes Problem auf und präsentiert sein Produkt als Lösung. Dies ist auch eine wesentlich dezentere Mar-

ketingmaßnahme im Vergleich zu  
plakativer Werbung.

## 3 Einen eigenen Video- Player verwenden.

Neben der Verbreitung der Videos über reichweitenstarke Social-Media-Kanäle wie YouTube und Facebook sollten Unternehmen auch einen eigenen Video-Player auf ihrer Homepage implementieren. Dieser unterstützt detaillierte Analysen, um den Erfolg der Videos im Zusammenhang mit der gesamten Marketingkampagne zu messen. Darüber hinaus bildet ein Video-Portal einen zentralisierteren Speicherort für die Marketingabteilung, um die Video-Suche und -Verwaltung zu erleichtern.

## 4 Videos leicht auf- findbar machen.

Videos müssen im Dickicht des World Wide Web leicht zu finden sein. Hierfür können Unternehmen moderne Video-Lösungen zur Optimierung ihrer Suchergebnisse nutzen. Dabei sollten sie insbesondere darauf achten, die Videos mit passenden Metadaten zu versehen sowie Beschriftungen und Untertitel hinzuzufügen. Nur so können die Videos im richtigen Kontext gefunden und von den Interessenten erreicht werden.

von Michael Kummer

Fotos: Unternehmen