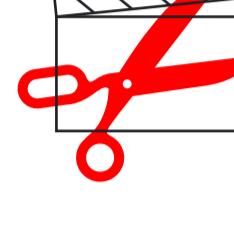


Ideen & Tools für eine agile Videokreation

45 Millionen aktive Nutzer verzeichnet YouTube allein in Deutschland.¹ Damit erreichen Werbetreibende auf der Plattform über 80 Prozent der Onlinebevölkerung in Deutschland.² Um Ihre Markenbotschaft auf YouTube effektiv zu vermitteln, müssen Bewegtbildkampagnen aber nicht immer aufwendig und kostenintensiv produziert werden. Mit einfachen Hilfsmitteln und den richtigen Tools lassen sich ebenso überzeugende Videoanzeigen erstellen.

1. Bestehendes Videomaterial neu interpretieren

Möchten Sie Ihren TV-Spot für die Onlinenutzung optimieren oder lediglich das Storytelling einer existierenden Videoanzeige anpassen? Dann können Sie das vorhandene Videomaterial neu zusammenschneiden, mit Stockmaterial ergänzen und ihm mithilfe von Voiceover, grafischen oder Textelementen einen frischen Anstrich verleihen.



Bumper Machine:

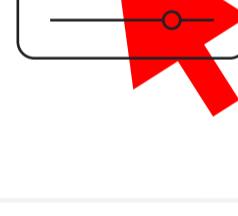
Das Tool stützt sich auf Machine-Learning-Modelle und erkennt in längeren Spots die relevanten Inhalte wie etwa Produkt- und Markeninformationen oder Gesichter. Daraus erstellt es anschließend binnen wenigen Minuten unterschiedliche 6-sekündige **Bumper Ads**. Die so entstandenen aufmerksamkeitsstarken Anzeigen werden vor einem Video auf YouTube platziert und können nicht übersprungen werden.

Director Mix:

Um mehrere Zielgruppen individuell anzusprechen, müssen Sie nicht gleich verschiedene Spots drehen oder unterschiedliche Kampagnen aufsetzen. Mithilfe des Director Mix können Sie aus Ihrem Video einzelne Elemente wie Text, Bilder oder Ton flexibel austauschen, um die Relevanz des Spots in den einzelnen Kundensegmenten zu erhöhen und ihnen maßgeschneiderte Videoanzeigen zu präsentieren.

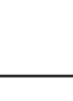
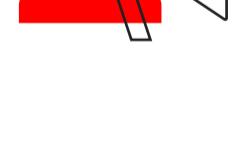
2. Videoproduktion ohne Shooting

Liegt kein Videomaterial vor, das sich verwenden lässt, lohnt ein Blick auf den **Video Builder**. Mit ihm können Sie aus eigenen oder Stockbildern, grafischen und Textelementen unkompliziert bewegte Assets erstellen und Ihre Zielgruppe mit Ihrer Marketingbotschaft erreichen. So gelingen Ihnen überzeugende Videokampagnen ohne großen Aufwand.



3. Werden Sie kreativ und setzen Sie auf Kooperationen

Stehen Ihnen keine aktuellen, eigenen Creatives zur Verfügung, kann eine Kooperation mit Video Creators eine Option sein. Hierbei profitieren Sie zusätzlich von deren Reichweite und Authentizität. Betreten Sie damit neues Terrain, bieten virtuelle Production Workshops begleitet vom Google Creative Impact Team und dem **YouTube Space Team** hilfreiche Anlaufpunkte.



Wenn Sie sich grundsätzlich unsicher fühlen, ob Sie mit Ihren Werbemitteln den richtigen Ton treffen, können Sie auf YouTube **Video-Experimente** durchführen, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie Ihre Anzeige ankommt. Sie sollten die Ergebnisse dann entsprechend bewerten und regelmäßige Anpassungen vornehmen.

Weitere Insights, Strategien sowie Fallstudien zum erfolgreichen Werben mit YouTube finden Sie auf **Think with Google**.

¹ GfK Crossmedia Link, Juli 2019, Basis: DE Onlinebevölkerung 18+.

² GfK Crossmedia Link, DE, Juli 2019. Monatliche Reichweite von Personen 18+.