

**Whitepaper**

# Video Content Marketing und Interaktivität

## Von klassischer Werbung zum Content-Marketing

Die Bedeutung des Internets für den Absatz von Waren und Dienstleistungen hat sprunghaft zugenommen und wächst weiter. Damit gewinnt auch das Online-Marketing an Bedeutung, was sich derzeit stark wandelt. Früher wurden Webseiten mit schwachen Inhalten zur Suchmaschinenoptimierung verwendet. Doch seit dem Panda-Update von Google im Jahr 2011 funktionieren solche SEO-Strategien nicht mehr. Der Inhalt wurde damit immer wichtiger für das Ranking. Außerdem fühlen sich User durch aggressive Werbeformen wie Pop-ups und Banner zunehmend genervt, weshalb Marketer andere Verbformen wählen. „Content-Marketing“ gehört dabei zu den wichtigsten Entwicklungen.

Welche Bedeutung Content-Marketing mittlerweile besitzt, zeigt eine Studie von „Facit Research“ in Zusammenarbeit mit dem Fachmedium HORIZONT. Befragt wurden 60 Marketingleiter und Marketingverantwortliche Geschäftsführer von Unternehmen verschiedener Branchen. Demnach planen 43 % der Teilnehmer, ihre Budgets für Content-Marketing in den nächsten fünf Jahren deutlich zu erhöhen.



Quelle: [http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/Exklusivstudie-Budgets-fuer-Content-Marketing-werden-deutlich-steigen\\_113795.html](http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/Exklusivstudie-Budgets-fuer-Content-Marketing-werden-deutlich-steigen_113795.html)

Die Gründe dafür liegen nach dem Branchenreport der Unternehmensberatung „Demand Metric“ auf der Hand (Quelle: <http://www.demandmetric.com/content/content-marketing-infographic>):

- Content Marketing kostet **62 Prozent** weniger als traditionelles Marketing.
- **82 Prozent** der Käufer fühlen sich einem Unternehmen positiver verbunden, nachdem sie kundenspezifische Inhalte gelesen haben.
- Nach der Lektüre produktbezogenem Contents entscheiden sich **60 Prozent** der Interessenten zum Produktkauf.

Nach einer Befragung des nordamerikanischen Content Marketing Institut (CMI) haben von über 5000 B2B-Unternehmen 86 Prozent eine Content-Strategie. Die Unternehmen gaben in Bezug auf das Content-Marketing an, dass sie mit einer durchdachten Strategie erfolgreicher als ohne sind. Die

**Whitepaper**

## **Video Content Marketing und Interaktivität**

wichtigsten Ziele dabei sind die Markenbekanntheit, die Leadgenerierung und das User-Engagement (Quelle: Studie Content Marketing Nutzung innerhalb von B2B in Unternehmen, VideoBoost).

### **Video drives Content**

Wie aber lassen sich die Ziele einer Content-Strategie effizient erreichen? Zahlreiche Untersuchungen zeigen, dass eine Inklusion von Bewegtbildern maßgeblich den Erfolg von Content-Marketing beeinflusst. Eine Studie von AOL Network etwa sieht Web-Videos als das effektivere Marketing-Tool im Vergleich zur TV-Werbung an. 2015 wurden 770 Branchen-Experten aus Unternehmen und Agenturen in Europa, Großbritannien und Nordamerika zu Web-Videos befragt. Überraschendes Ergebnis: Fernsehen gilt zwar nach wie vor als das wesentliche Medium, um den Bekanntheitsgrad einer Marke zu steigern. Doch sahen 78 Prozent der europäischen und 58 der weltweiten Teilnehmer Web-Videos als effizienter für die Imagebildung an (Quelle: <http://www.e-commerce-magazin.de/studie-web-videos-sind-effektiveres-marketing-tool-als-tv-werbung>).

Der Werbe-Vermarkter IP hat mit einer Eye-Tracking Studie bewiesen, wie wirksam Bewegtbilder auch online sind. Die Zahl der gemessenen Blickkontakte steigt gegenüber anderen Medien deutlich an. Wenig verwunderlich also, dass die Nutzung von Videos im Netz weiter steigt. TNS Infratest ermittelte in einer 2015 veröffentlichten Studie, dass im gleichen Jahr der Anteil der Internetzeit für Videos auf über 17 Prozent gegenüber 14 Prozent 2014 gestiegen ist.

**70%** nutzen Videos, um Ihre Botschaften zu verbreiten.

**80%** managen ihr Reichweiten-, Zielgruppen- und Content-Targeting besser.

Beim Eye-Tracking verfolgen Kameras die Blickrichtung der jeweiligen Probanden. So lässt sich feststellen, welche Inhalte die Aufmerksamkeit erregt. Zwar wollten die Macher der Eye-Tracking-Studie von IP Österreich vor allem die Werbewirkung messen. Doch belegen die Ergebnisse, dass bewegte Bilder die Nutzer weit mehr bewegen als statische Inhalte. „Unsere Eye-Tracking Studie beweist, was viele schon lange vermutet haben: Die dynamische Bewegtbild-Werbung übertrifft die starren Printanzeigen in puncto Werbewirkung um Längen“, sagt Walter Zingg, Geschäftsführer der IP Österreich (Quelle: [http://www.ip.de/fakten\\_und\\_trends/fourscreen/fourscreen\\_trends/ausgabe\\_032015/eye\\_tracking\\_studie.cfm](http://www.ip.de/fakten_und_trends/fourscreen/fourscreen_trends/ausgabe_032015/eye_tracking_studie.cfm)).

Die enorme Wirkung und Bedeutung von Videos lässt sich anhand einiger Daten und Fakten veranschaulichen:

- **Video-Content steigert sofort das SEO Rating, die Chance bei Google auf der ersten Seite gelistet zu werden, steigt um das 53-fache.**

## Whitepaper

# Video Content Marketing und Interaktivität

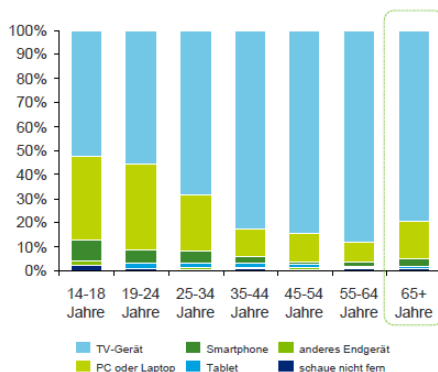
- Verbraucher, die ein Produkt-Ad-Video online sehen sind zu 64% eher bereit ein Produkt zu kaufen, als bei einer reinen Textanzeige. Und diejenigen, die ein Produkt-Demo-Video ansehen sind zu 85% eher bereit einen Kauf zu tätigen.
- Video hat eine 41% höhere Klickrate als Text, und eine 30 % höhere Conversion-Rate.
- 76% der Marketer planen Video zu ihren jeweiligen Sites hinzuzufügen.
- 80% der Internet-Nutzer erinnern sich an eine Video-Anzeige auf einer Website innerhalb von 30 Tagen und 46% davon werden auch aktiv (Recherche, Kauf etc.).
- 65% der Führungskräfte besuchen nach dem Betrachten eines Videos die Website eines Anbieters.
- Von 2016 an werden nach einer Prognose von Cisco zwei Drittel des weltweiten Datenvolumens Videos sein.
- 90% der Informationen an das Gehirn sind visuell. Diese kann das Gehirn 60.000 Mal schneller verarbeiten als Textinformation.
- Ein Vorstellung-eMail, welches von einem Video begleitet wird, realisiert eine höhere Click-Through-Rate von 96%.

Quelle: <http://ethority.de/weblog/2013/10/24/20-fakten-zum-video-marketing-facebook-power-seo-booster-ctr/>

Der Trend hin zum Video im Content-Marketing wird auch durch die veränderte Gerätenutzung unterstützt. Durch gestiegene Bandbreiten ist die mobile Nutzung von Videos heute kaum noch ein Problem. Damit sind Videos im Alltag des Menschen zunehmend allgegenwärtig. Für das Content-Marketing ergeben sich daraus deutlich erweiterte Möglichkeiten.

Quelle: Deloitte Media Consumer Survey 2015

Bevorzugtes Endgerät für Video-Konsum



## Welche Content-Marketing-Ziele lassen sich mit Videos erreichen?

**Glaubwürdigkeit:** Im menschlichen Rezeptionsverhalten spielen audiovisuelle Reize eine überragende Bedeutung. Rund 80 Prozent aller Informationen nehmen wir über Auge und Ohr wahr. Im Kommunikationsprozess mit Zielgruppen entsprechen Videos diesem natürlichen Verhalten.

## Whitepaper

# Video Content Marketing und Interaktivität

**Rund 80 Prozent aller Informationen nehmen wir über Auge und Ohr wahr.**

Durch den unmittelbaren Abgleich der Informationen im Bewegtbild mit gespeicherten Daten im Gehirn entsteht ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit. Im Video-Content-Marketing besteht durch Interaktionen zudem die Möglichkeit, im direkten Dialog mit den Zielgruppen einen tiefen Wissensaustausch zu organisieren und dabei Botschaften glaubhaft zu lancieren.

**Bekanntheit:** Wer heute Erfolge am Markt erzielen will, muss im Web präsent sein. Je weitreichender der Auftritt, desto eher lassen sich neue Kundenkreise gewinnen. Ohne Corporate Branding innerhalb der Marketing-Strategie verliert ein Unternehmen an Boden im Wettbewerb. Besonders effizient hierbei sind Videos.

**Besonders effizient hierbei sind Videos durch ihren hohen viralen Effekt.**

Diese werden zunehmend in den sozialen Medien geteilt und erzielen nicht selten einen hohen viralen Effekt. Wenn Bewegtbilder mit guten Inhalten die Bedürfnisse der Zielgruppen treffen, sind die Erfolgsaussichten besonders hoch.

**Sichtbarkeit:** Die Bekanntheit einer Marke oder eines Unternehmens hängt maßgeblich auch an der Sichtbarkeit im Web. So gehören Suchmaschinen-Optimierung und Suchmaschinen-Marketing unmittelbar zur Marketing-Strategie.

**Die Chance auf Platz 1 bei Google steigt mit Videos um das 53-fache.**

Auch hierbei helfen Videos enorm, da Video-Content das SEO-Rating steigert. Die Chance bei Google auf der ersten Seite gelistet zu werden, steigt nach Aussage von [www.ethority.de](http://www.ethority.de) um das 53-fache. Denn Video-Thumbnails oder auch Rich Snippets auf einer Website erhöhen die Klickbereitschaft der User deutlich, wodurch ein für Google entscheidender Zuwachs des Traffics erfolgt. Ein Beispiel dafür ist Volkswagen, deren Video-Kampagne 155 Millionen Mal in den sozialen Netzwerken angesehen wurde, schrieb „The Guardian“ im Sommer 2015.

## Welche Mehrwerte entstehen durch interaktive Videos?

Videos haben das Content-Marketing im Sturm erobert. Um das volle Potenzial zu entwickeln, braucht es aber Interaktionsmöglichkeiten innerhalb von Videos.

**Durch Interaktivität im Video** können Produkte mit weiteren, wichtigen Informationen unterlegt werden. Sie hebt lineare Abläufe auf und führt zu einem höheren Involvement der Nutzer. Mit interaktiven Elementen lassen sich Inhalte emotional und involvierend aufbereiten und gleichzeitig das Bedürfnis der User nach mehr Selbstbestimmung in

Um **20%** steigt die Conversionrate bei animierten Produktvideos.

Quelle: [www.ethority.de](http://www.ethority.de)

## Whitepaper

# Video Content Marketing und Interaktivität

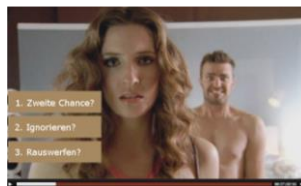
der Nutzung eines Mediums befriedigen. Durch Dialogfunktionen entstehen Feedbackmöglichkeiten über den Content und mithin zu den eigenen Botschaften. Oder: Mit personalisierten Video-Mailings können Zielgruppen direkt im Video mit Namen oder einer persönlichen Botschaft angesprochen werden. Durch die Verwendung von interaktiven Elementen nehmen Aufmerksamkeit und Verweildauer des Nutzers im Video zu und im Umkehrschluss lassen sich Streuverluste deutlich verringern.

Dazu eine Übersicht der Vorteile und Funktionalitäten interaktiver Videos:



### KLICKBAR...

- im Video interagieren
- mehr Inhalt im Video
- Informationen abrufen



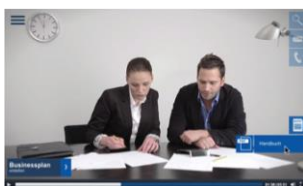
### BEEINFLUSSBAR...

- Verlauf bestimmen
- Entscheidungsfreiheit
- Vielfalt und Auswahl



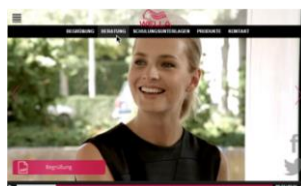
### VERLINKT...

- auf die eigene Website
- zum Online-Shop
- zur Landingpage



### TRANSMEDIAL...

- Dokumente einbinden
- kein Medienbruch
- reibungsloser Zugriff



### STRUKTURIERBAR...

- systematisch, didaktisch
- Kapitelnavigation
- Inhalte frei skalierbar



### ERWEITERBAR...

- Informationen vertiefen
- Interessen abdecken
- Inhalte vernetzen

Mit interaktiven Videos lässt sich vor allem im E-Commerce und in der Markenkommunikation die Begeisterung des Kunden als Verkaufsfaktor steigern. Der Kaufimpuls zum Erwerb wird schneller ausgelöst.

## Interaktion steigert das Erfolgspotential im Content-Marketing

Bei 34 Prozent der Befragten liegt der Zeitanteil der nichtlinearen Videonutzung teils deutlich über 10 Prozent (davon vier Prozent mehr als 75 Prozent). 52 Prozent nutzen dies bis zu 10 Prozent ihrer Zeit. Nichtlineare Dienste machen den Videokonsum zunehmend universell, flexibel und interaktiv.

**Whitepaper**

**Video Content Marketing und Interaktivität**

**Dafür eignen sich (interaktive) Videos**

Die Einsatzmöglichkeiten für Videos im Bereich des Content-Marketing sind vielfältig. Die nachstehende Matrix zeigt, welche unterschiedlichen Möglichkeiten vor allem auch durch die Interaktivität entstehen:

	Kunden- ansprache <sup>1</sup>	E-Commerce <sup>2</sup>	Produkt- schulungen	Dialogkomm- unikation
<b>Newsletter (E-Mail)</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Video-Mailing</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Eigene Webseite</b>	✓	✓		
<b>Video-on-Demand</b>	✓			✓
<b>Wissenmanagement</b>			✓	

<sup>1</sup> unter anderen Storytelling, How-to-Videos, Ratgeber, Blogs etc.

<sup>2</sup> zum Beispiel Shops oder Verlinkungen in Produktinformationen zur Generierung von Kaufimpulsen.

Zu den wichtigsten Marketinginstrumenten zählen heute nach wie vor Websites, Newsletter und Mailings. Unternehmen informieren damit über Produkte, generieren über Meinungsumfragen Image und Verkaufschancen oder fördern den Dialog mit den Zielgruppen. Bei Newslettern und Mailings werden häufig bestehende Sicherheitsrestriktionen dadurch überwunden, dass bei einem Klick auf Videoangebote der User auf eine Landingpage oder die eigene Website geführt wird. Vor allem die Corporate Website dient der Identifikation der Kunden mit dem Unternehmen und der Marktpositionierung. Als wirksam haben sich hier Bewegtbilder in den Bereichen Blog- und Ratgeberbeiträge, Tutorials und How-to-Videos sowie Produkt-Demos erwiesen. Auch usergenerierter Videocontent steigt in seiner Bedeutung. Unternehmen nutzen bewegte Bilder darüber hinaus immer häufiger, um im Rahmen von „Video on Demand“ Pressekonferenzen, Aktionärsversammlungen, Symposien oder andere Corporate Events online zu verbreiten.

*Whitepaper*

## **Video Content Marketing und Interaktivität**

### Fazit

Um im Web zu überzeugen, müssen passende Inhalte angeboten, strategisch platziert und effizient vernetzt werden. Video-Content nimmt dabei eine immer wichtigere Rolle in der Kommunikation ein, weshalb die Entwicklung einer Content-Strategie zunehmend Markt entscheidend wird. Vor allem interaktive Video-Inhalte bilden dabei eine innovative Kommunikationsform, um Marken und Produkte erfolgreich zu führen. Die Potenziale audiovisueller Medien liegen dabei auf der Hand, da Menschen 80 Prozent aller Informationen über diesen Weg aufnehmen. Steigende Bandbreiten und eine verbesserte Geräteausstattung bilden zudem die Basis für den weiteren Anstieg der Videonutzung. Interaktive Videos erhöhen darüber hinaus Aufmerksamkeit und Verweildauer des Nutzers im Video und verringern im Umkehrschluss Streuverluste deutlich. (Interaktiver) Video-Content kann sich durch ein erhöhtes Leadpotenzial auf Absatz und Umsatz positiv auswirken. Bewegtbilder stellen damit einen festen Bestandteil jeder Content-Marketing-Strategie dar.

---

**VN Video Notion GmbH**

Carl-Benz-Straße 5 | 68723 Schwetzingen

Tel.: +49 (0)6202 5740 111 | Fax: +49 (0)6202 5740 109