

# ERZÄHLT UNS GESCHICHTEN!

... UND WAS BRAUCHT EIGENTLICH EIN GUTES WERBEVIDEO IM INTERNET?

**B**ewegt wird boomt. Ein Kurzclip hier, eine Story da. Am häufigsten werden Onlinevideos von jungen Menschen dabei auf YouTube angesehen, zeigt eine aktuelle Erhebung der Mediaagentur Mindshare in Kooperation mit *update*. Über die Hälfte der Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren sieht sich mehrmals täglich aktiv Videos auf Instagram an, danach folgen Snapchat und YouTube. Stories und Kurzclips sind also voll im Trend. Doch was braucht ein Video im Web, um gerne gesehen zu werden? Und wann werden Videos gerne gesehen, die nicht die sozialen Freunde, sondern Unternehmen oder Marken posten?



**Sabine Auer-Germann**  
Business Planning  
Director Mindshare

Relevanz schlägt Gestaltung und Technik. Ein Onlinewerbevideo wird der Erhebung zufolge dann als gut bezeichnet, wenn der Inhalt interessant und informativ ist. Geschichte und Botschaft müssen verständlich sein und simpel transportiert werden. „Das Konsumieren von Inhalten auf nichtlinearen Plattformen wächst stetig“, sagt Sabine Auer-Germann, Mindshare Business Planning und CIO. „Damit wächst auch die Nachfrage nach Bewegtbildwerbung. Wichtig ist es, in Kommunikationsbedürfnissen zu denken, danach die Aktivitäten auszurichten und die Mechanik den Kanälen anzupassen. Dann klappt es auch besser mit der Sympathie vom User.“

Werbeeinschaltungen über Pre-Rolls dürfen dabei maximal zehn Sekunden lang sein. Länger schenkt dem Onlinebewegt看bild keiner gerne seine Aufmerksamkeit. Wichtig: keine Spielereien. Mit der richtigen musikalischen Komponente und dem Verzicht auf technische Kniffe wie zum Beispiel Pop-ups gibt es zusätzliche Sympathiepunkte beim User. Selbstverständlich für die Jungen sind gute Qualität, ein geringer Verbrauch des Datenvolumens und die Programmierung im Responsive Design. //

Angaben in Prozent; Quelle: Mindshare MindMinutes KW 25/2018, E 15-59, n = 252, (E 15-29 n = 74)

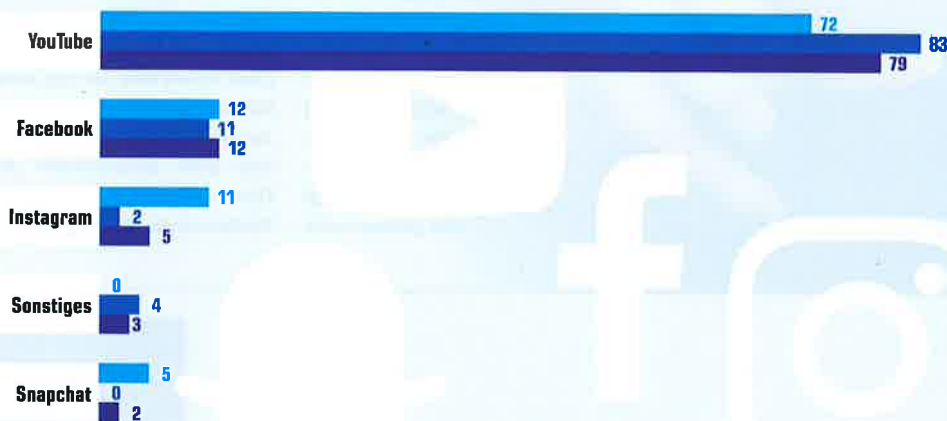
## DIE JÜNGEREN SCHAUEN DEUTLICH MEHR UND NUTZEN DAFÜR MEHRERE PLATTFORMEN

15- bis 29-Jährige: Wie häufig sehen Sie sich aktiv Videos auf folgenden Plattformen an?



## BELIEBTESTE PLATTFORM IST MIT 80 PROZENT YOUTUBE

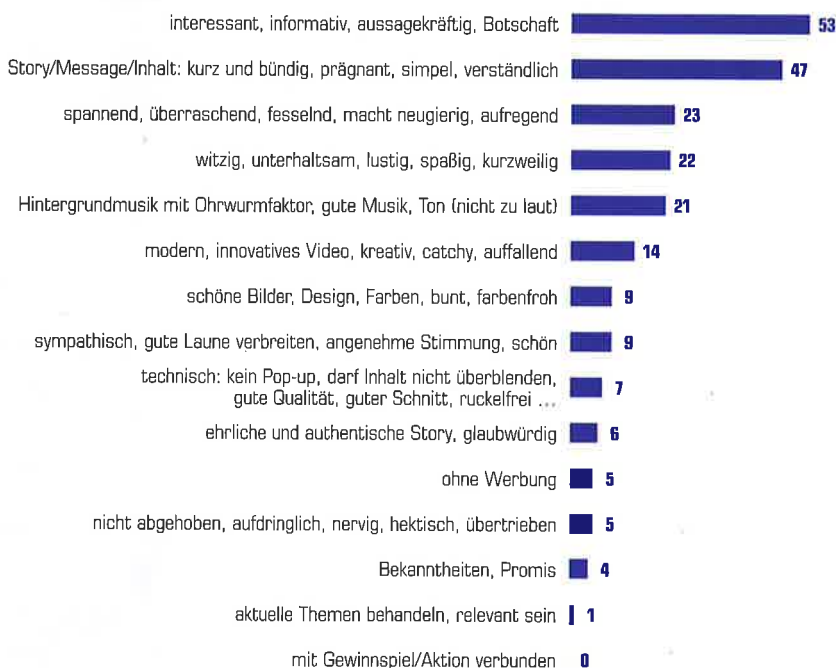
Auf welcher Plattform schauen Sie am liebsten Videos?



## INHALT KOMMT VOR GESTALTERISCHEN/TECHNISCHEN ASPEKTEN, STORYTELLING UND INHALTE MACHEN EIN GUTES ONLINEVIDEO AUS

Welche Eigenschaften muss ein Onlinevideo haben, damit Sie es sich bis zum Ende ansehen?

Gesamt in %



MINDSHARE

