

Vlog

Stand: 29.11.2022

Vor allem jüngere Menschen verwenden zur Informationsbeschaffung das Format des Vlogs. In den letzten Jahren hat sich diese Art von Content als unverzichtbar erwiesen. Die Darstellung von Inhalten ist dabei äußerst vielschichtig und wird zudem als Marketing-Instrument genutzt.

Definition: Was ist ein Vlog?

Ein Vlog ist eine **Plattform, die einem Blog ähnelt**. Allerdings werden die Inhalte nicht als Text, sondern als Video veröffentlicht. Die größte Zielgruppe sind Menschen jüngeren Alters, die Bewegtbilder dem geschriebenen Wort vorziehen.

Das Videoformat hält inzwischen auch in anderen Marketing-Sparten Einzug – so werden in den sozialen Netzwerken Videos vermehrt bevorzugt. Da auch die Social-Media-Plattformen **einen chronologischen Ablauf** haben, stellen sie eine Art des Vlogs dar.

Klassische Vlogs werden auf einer eigenen Webseite publiziert. Dabei steht der neuproduzierte Content immer an oberster Stelle. Inhaltlich lassen sich alle Themen, die auch in einem [Blog](#) bearbeitet werden können, als Vlog darstellen.

Die meisten Vlogs lassen sich definierten Communitys zuordnen. Die Bandbreite der Themen reicht von Musik, Filmkritiken, Mode und Lifestyle bis hin zu aktuellen Nachrichteninhalten.

Hintergrund: Woher stammt der Vlog?

Durch den Launch von YouTube als Webvideoplattform im Jahr 2005 wurde das Phänomen des Vlogs maßgeblich angestoßen. Schnell bildeten sich Vlog-Communitys, die sich mit verschiedenen Themen beschäftigten: Mode, Fashion, Beauty oder Reise. Die Zugriffszahlen dieser Videos schnellten in die Höhe und Vlogs erreichten einen hohen Bekanntheitsgrad, den man sonst nur von Prominenten kannte. **Im Unterschied zum text- und bildbasierten Blogging ist das zentrale Format beim Vlog das Video**, welches vornehmlich in Eigenregie produziert und dann auf einem eigenen Kanal hochgeladen wird.

Interessenten können diesen Kanal abonnieren und erhalten Benachrichtigungen über Uploads von neuen Videos. Die steigende Beliebtheit dieser Kommunikationsform hat auch YouTube erkannt – so können Vlogs ab einer Mindestanzahl an Videoaufrufen und einer bestimmten Größe der Fangemeinde an einem Partnerprogramm teilnehmen und ihre [Videos mit vorgeschalteter Werbung](#) monetarisieren.

Mittlerweile hat sich eine eigene Branche entwickelt: Vlogger gründen ihre eigenen Unternehmen und vermarkten ihre Produkte. Dadurch eröffnet sich ein vollkommen neuer Markt, den Unternehmen ebenfalls zu erschließen versuchen: Agenturen betreuen YouTube-Vlogs und Unternehmen gehen Partnerschaften mit ihnen ein, um eine bestimmte Zielgruppe zu erreichen. Durch die Zusammenarbeit von Vloggern und Unternehmen werden täglich virale Hits produziert, die mithilfe von vorgeschalteter Werbung hohe Umsätze generieren.

Ziele eines Vlogs

Das Veröffentlichen von Videos in einem Vlog kann [unterschiedliche Zielstellungen](#) haben. Während Privatpersonen vor allem **Kooperationen mit Partnern** anstreben, um diese Art der Außendarstellung zu finanzieren, stoßen etablierte Unternehmen auch andere Entwicklungen mit einem eigenen Vlog an.

Ziele einer Kooperation

- Neukundengewinnung
- Darstellung von Produkten und Interessen
- [Influencer](#) als Sprachrohr für Vertrauensaufbau und Identifikation
- Ansprache neuer [Zielgruppen](#) über neue Kanäle
- Forcieren von Interaktion

Ziele eines unternehmenseigenen Vlogs

- Stärkung der eigenen Marke
- Kundenbindung
- Vertrauensaufbau durch Produktpräsentationen
- Darstellung eines Kompetenzbereiches durch Wissensvermittlung
- interner Vlog zur Mitarbeiteridentifikation
- Unterstützung des Recruiting

Funktionsweise eines Vlogs – ein Leitfaden

Die Funktionsweisen eines Vlogs ähneln denen des Bloggings. Der Unterschied besteht in der Art der Inhalte, die veröffentlicht werden. **Im Gegensatz zu einem Blog, bei dem Inhalte schriftlich publiziert werden, produzieren Vlogger in regelmäßigen Zeitabständen eigene Videos.** Häufig werden diese mit einer Regelmäßigkeit von zwei bis drei Tagen hochgeladen. Vlogs erfüllen damit das Bedürfnis ihrer Zuschauer, die eine gewisse Frequenz erwarten oder ansonsten das Interesse verlieren könnten.

Die hohe Beliebtheit dieser Kommunikationsform liegt ihrer simplen Erstellung zugrunde. Um ein

erfolgreicher Vlogger zu werden, müssen allerdings einige Grundschrirte durchlaufen werden:

Am Anfang steht die Idee

Der erste Schritt eines jeden Vlog-Betreibers ist es, sich ein möglichst interessantes Thema zu suchen. Dabei sollten die Inhalte der entstehenden Vlogs **nicht einfach eine Kopie eines existierenden Vlogs** sein, sondern sich durch Einzigartigkeit und Authentizität auszeichnen.

Hat sich nun eine Idee im Kopf des Vloggers festgesetzt, dann besteht der zweite Schritt in dem Eröffnen eines Accounts auf einer gewählten Plattform wie YouTube, Vimeo oder Twitch. Da sich die Plattformen insbesondere in ihren Nutzergruppen unterscheiden, sollte sich ein Vlogger zuvor Gedanken machen, **welche Zielgruppe mit den Vlogs zukünftig erreicht werden soll.**

Anschließend erfolgt die Namensgebung des eigenen Kanals: Der **Accountname sollte möglichst kurz und einprägsam** sein. Der Name eines Kanals ist sein Alleinstellungsmerkmal und muss als solches in den Köpfen der Zuschauer hängen bleiben.

Von der Idee zur Umsetzung

Der nächste Schritt beginnt mit der Produktion der ersten Videos. **Je interessanter der Content gestaltet ist, desto mehr Zuschauer werden potenziell auf den Vlog aufmerksam.** Für den Start ist es ratsam, einige Videos vorzuproduzieren, um diese dann in den ersten Wochen hochzuladen. Da die Zuschauer Online-Content vorzugsweise regelmäßig konsumieren wollen, sind kurze Zeitabstände zwischen einzelnen Uploads ideal.

Um sich allmählich eine Fanbase aufzubauen, bietet es sich an, die ersten Beiträge als Antwort auf ein thematisch verwandtes, sehr bekanntes Video zu posten. Durch diesen inhaltlichen Dreh können potenzielle Zuschauer aktiviert werden und der Vlog-Betreiber bringt sich zudem in die Diskussion des Originalvideos mit ein. **Ein erfolgreicher Vlog besticht jedoch nicht nur durch einen hohen Vernetzungsgrad zu anderen Vlogs, sondern durch qualitativ hochwertigen Content.**

Ideenfindung für einen Vlog mit Mehrwert

Idealerweise richtet sich der Vlog-Betreiber hierbei nach seinen **Kernkompetenzen**. Nichts ist schlimmer, als wenn Content nur halbherzig und mit geringem Hintergrundwissen verbreitet wird. Für Sportbegeisterte eignet sich daher eher ein Fitness-Vlog mit den neuesten Trends oder Workouts. Reiselustige berichten über fremde Kulturen, gesellschaftlich Interessierte werfen einen kritischen Blick auf das aktuelle Tagesgeschehen. Nur so kann ein echter inhaltlicher Mehrwert für die Zielgruppe geschaffen werden und diese kehrt regelmäßig zurück.

Gutes Equipment ist der halbe Sieg für Vlogs

Verwackelte Bewegtbilder von Veranstaltungen oder Konzerten lösen keine Begeisterungstürme aus. Ein Vlog muss neben mehrwertigen Inhalten auch eine technisch anspruchsvolle Gestaltung aufweisen, um hohe Zugriffszahlen zu generieren.

Kamera

Ein eigenes Videostudio aufzubauen, ist einfacher als gedacht. Dafür wird nicht zwingend ein professionelles Studio benötigt. Außerdem ist **Flexibilität wichtig, durch Szenenwechsel wird der Vlog erst richtig interessant**. Das Smartphone hat sich aufgrund der technischen Entwicklung als ideale Kamera erwiesen. Notwendiges Zubehör sorgt für die gewünschte Atmosphäre. Viele Betreiber von Vlogs nutzen zudem Action-Cams, die sich vor allem im sportlichen Einsatz bewähren. Accessoires, die einen Vlog-Beitrag ebenfalls hochwertiger erscheinen lassen, gibt es in großer Auswahl:

- Ringlichter und professionelle Lichtquellen
- Mikrofon
- Stativ
- zusätzliche Kamera mit speziellen Objektiven
- Speicherkarten
- Ersatzakku und Powerbank
- Gimbal zum Entfernen von Bewegungseffekten

Software

Vlogs sollten vor der Veröffentlichung auf der entsprechenden Online-Plattform **mit einem professionellen Schnittprogramm bearbeitet** werden. Damit generieren Vlogs für ihre Zuschauer einen echten Mehrwert, sodass die Aufrufzahlen der Videos steigen. Spezielle Editing-Software wird oft mit dem Betriebssystem gemeinsam ausgeliefert. Viele erfolgreiche Vlogs setzen jedoch auf kostenpflichtige Programme, mit denen sich viele Möglichkeiten eröffnen, attraktive Inhalte zu vermitteln und das Storytelling des Videos effektiv zu gestalten. Dabei helfen folgende Funktionen weiter:

- 4K-Unterstützung
- 360-Grad-Schnitt
- Multicam-Bearbeitung
- Brennfunktion
- Action-Cam-Werkzeuge
- Chroma Key
- Audio-Bearbeitung
- Anpassung von Helligkeit, Kontrast und Geschwindigkeit
- Filter
- Zusammenführen von Videos

Erfolg durch Monetarisierung

Sobald der Grundstein für einen Vlog gelegt und bereits eine **Mindestanzahl an Followern** und Aufrufzahlen erreicht wurde, kann ein **Partnerprogramm** der jeweiligen Plattform sinnvoll sein. Der Vlog kann dann Werbung in die Videos integrieren und durch diese Einnahmen erzielen. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Video direkt auf der Plattform angeschaut oder ob es auf Drittanbieter-Webseiten eingebunden wird.

Spezielle Multichannel-Netzwerke können ebenfalls das Publikum vergrößern und Dienstleistungen wie Promotion integrieren. Zusätzlich bietet YouTube eine Analyse-Software für die Auswertung der wichtigsten **KPIs** an. So können Vlogger ihre Videos nach Erfolgsfaktoren analysieren und stets optimieren.

How to Vlog: 5 Tipps für einen guten Vlog

Laser Luca, Pamela Reif; Simon Unge oder Rezzo sind in der Vlogger-Szene ein Begriff. Sie alle haben sich einen Namen gemacht und können mit ihren Videos ihren Lebensunterhalt bestreiten. Die Themen sind äußerst vielschichtig und reichen von Politik, über Gaming, bis hin zu Fitness und Beauty. Dabei berücksichtigen diese Videotagebücher die goldenen Regeln, um erfolgreich zu agieren.

1. **Content-Planung für Vlogs:** Die Inhalte müssen keinem strikten Drehbuch folgen, jedoch sollte erkennbar sein, dass eine Strategie dahintersteht. Eine erfolgreiche Präsentation hat großen Einfluss auf das Branding.
2. **Gutes Equipment für herausstechende Videos:** Sowohl Kamera und Software als auch die Accessoires müssen sorgsam ausgewählt werden, damit alle Ansprüche erfüllt werden können. Die Videos des Vlogs müssen spannend und kreativ erstellt werden.
3. **Storytelling verbessert die Zugriffe:** Die Zuschauer müssen mit den Videos abgeholt werden, zudem ist es wichtig, dass auch Emotionen übertragen werden. Vlogs müssen vom ersten Moment an überzeugen, sonst springen die Nutzer ab.
4. **Videolänge beeinflusst Kundenbindung:** Aufgrund des großen Angebots an Vlogs sinkt die Aufmerksamkeitsspanne recht schnell. Mit knackig dargestelltem Content wird der Spannungsbogen aufrechterhalten. Zusätzlich sind Interaktionsangebote sinnvoll.
5. **Vlog monetarisieren:** Hat das Videotagebuch eine gewisse **Reichweite** erlangt, lohnt sich die Integration von Affiliate-Partnern oder die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Auch bezahlte Werbeanzeigen bringen zusätzlich Geld ein. Dieses Ziel sollte jedoch nicht bei neuen Vlogs überwiegen.

Vlogs als Marketing-Tool

Videos sind mittlerweile ein echtes Erfolgsmodell im Online-Marketing. Dadurch lässt sich nicht nur die **Reichweite steigern, auch die Markenbekanntheit profitiert davon**. Hat der Vlog erstmal ein

breites Publikum erreicht und eine stabile Fanbasis geschaffen, lässt er sich als Marketing-Instrument gezielt einsetzen.

Im Gegensatz zu Videos in den sozialen Netzwerken hat der Vlog den großen Vorteil, dass er persönlicher bei den Nutzern ankommt. Die **Absprungrate ist deutlich geringer**, denn die Filme sind wesentlich hochwertiger produziert. Während auf Instagram, TikTok und Co. die Clips oft nur einen kleinen Einblick in ein Thema geben, können Vlogs durchaus tiefere Inhalte behandeln.

Das Storytelling und die gesamte Ansprache können in einem anderen Rahmen geschehen als bei offiziellen Unternehmensinformationen – **Authentizität wird hergestellt und Sympathie geschaffen**. Ein Vlog mit einem hohen Wiedererkennungswert bietet sich als ideale Möglichkeit an, eine persönliche Bindung zwischen User und Unternehmen aufzubauen.

Auch Produkte lassen sich wesentlich besser vermarkten als mit geschriebenem Content. Unboxing, Bedienungsanleitungen und Nutzungsmöglichkeiten lassen sich verbildlichen und sind so für den Nutzer besser greifbar.

Bedeutung von Vlogs für das Online-Marketing

Die Zusammenarbeit mit einem erfolgreichen Vlog bietet sich insbesondere dann an, wenn Unternehmen junge Zielgruppen ansprechen möchten, da diese vorzugsweise soziale Netzwerke und Videoplattformen nutzen. **YouTube ist daher unangefochtener Marktführer im Bereich des digitalen Marketings** und zählt zu den bekanntesten und meistgenutzten Webseiten weltweit. Auch die Zugriffszahlen sprechen für den Erfolg von Vlogs – diese fallen im Vergleich zu klassischen textdominierten Blogs deutlich höher aus.

Es ist also davon auszugehen, dass je nach Thema eine weitaus größere Zielgruppe erreicht werden kann. Einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit einem Vlog-Betreiber steht aus Sicht der Unternehmen also nichts im Weg. So können Unternehmen durch die Kooperation mit Vloggern ihre **Markenbekanntheit steigern** und auf die hohe Authentizität und Glaubwürdigkeit des Vlogs setzen.

Die Entwicklung der Online-Welt hat jedoch auch zu starker Kritik geführt: Viele Betreiber von Vlogs lassen sich Produkte zuschicken, um diese in ihren Videos zu bewerten. Da gerade junge Menschen die Videoplattform nutzen, werden solche Arten des Sponsorings und der Werbung kritisch betrachtet, wenn diese nicht vollkommen transparent erfolgen. Videos, die sehr stark auf diese Werbeeffekte abzielen, werden von Experten als kritisch eingestuft.

Unsere Kunden profitieren bei uns als [Digital-Marketing-Agentur](#) von einer 360-Grad-Betreuung. Profitieren auch Sie von unserer Expertise!