

YouTube Ads

Stand: 09.12.2024

Video Advertising ist angesichts der umfangreichen Nutzung von Videoplattformen wie YouTube ein schnell wachsender Markt und stellt ein wichtiges Werbeformat innerhalb des Online-Marketings dar. Innerhalb der YouTube Ads lassen sich dabei mehrere Videoanzeigenformate unterscheiden, die mithilfe eines effizienten Targetings nur an eine zuvor definierte Nutzergruppe ausgespielt werden können.

Definition

YouTube Ads (deutsch: YouTube Werbung) fallen in die Kategorie des **Video Advertising und bezeichnen TrueView Videoanzeigen, die beim Aufrufen und Ansehen von Videos innerhalb von YouTube eingeblendet werden**. Innerhalb dieser Videoanzeigen lassen sich unterschiedliche Anzeigenformate unterscheiden, die individuell an eine vorher definierte Nutzergruppe ausgespielt werden. Videoanzeigen werden in [Google AdWords](#) innerhalb entsprechender Video-Kampagnen angelegt und werden als Ads auf YouTube oder im Web auf anderen Displaynetzwerken platziert.

Die Besonderheiten der Werbeform

Mithilfe des Social Media Targetings lässt sich die Ausspielung der YouTube Ads dabei auf eine zuvor definierte [Zielgruppe](#) eingrenzen. Diese Eingrenzung beruht dabei auf soziodemografischen und geografischen Merkmalen wie dem Alter, dem Geschlecht, dem Elternstatus und der Einkommensschicht sowie dem Standort, aber auch auf den Interessen des potenziellen Kunden. Die Performance der Ads kann dabei in Echtzeit ausgewertet werden. Auf Grundlage dieser Auswertung lassen sich die Video-Kampagnen in Hinblick auf die Aufruftrate oder der Cost-Per-View (CPV) optimieren.

Videoanzeigen werden in [Google AdWords](#) innerhalb entsprechender Video-Kampagnen angelegt und werden als Ads auf YouTube oder im Web auf anderen Displaynetzwerken platziert. Dabei werden die Anzeigen sowohl auf Laptops und PCs als auch auf mobilen Endgeräten geschaltet.

Anzeigenformate von YouTube Ads

Innerhalb der Werbung über das Google-Displaynetzwerk YouTube lassen sich unterschiedliche Anzeigenformate unterscheiden:

- TrueView In-Stream-Videoanzeigen
- TrueView Video Discovery-Anzeigen

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • **Löwenstark Digital Group GmbH**
Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808
Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

- Bumper Anzeigen

TrueView In-Stream-Videoanzeigen werden vor, während oder nach dem YouTube-Video geschaltet. Abhängig vom Zeitpunkt der Schaltung spricht man auch von Pre-, Mid- und Post-Roll Ads. Dieses Anzeigenformat hat oftmals eine Dauer von 15 bis 20 Sekunden. Der Nutzer hat die Möglichkeit In-Stream Ads bereits nach 5 Sekunden zu überspringen. Eine besondere Form der In-Stream Video Ads stellen Bumper Anzeigen dar. Sie haben eine maximale Länge von 6 Sekunden und können vom Nutzer nicht übersprungen werden.

TrueView Video Discovery-Anzeigen oder auch sogenannte In-Banner oder In-Display Video Ads können neben anderen YouTube-Videos oder innerhalb der Suchergebnisse platziert werden. Außerdem können In-Banner Video Ads in andere [Werbemittel](#) integriert und parallel zum eigentlichen Content angezeigt werden.

Bumper Anzeigen werden nach dem Cost-per-1000-Impressions-Modell (CPM-Modell) abgerechnet. Kosten für andere TrueView Videoanzeigen entstehen anders als beim CPM-Preismodell erst, wenn der Nutzer die Werbeanzeige mindestens 30 Sekunden verfolgt oder mit ihr interagiert. Im Onlinebereich wird das Video Advertising oftmals angewendet, um kostenlose Geschäftsmodelle wie beispielsweise die Videoplattform YouTube oder Mediatheken privater Fernsehsender (in Teilen) zu refinanzieren.

Bedeutung für das Online Marketing

Video Advertising ist angesichts der umfangreichen Nutzung von Videoplattformen wie YouTube ein schnell wachsender Markt. Dabei können YouTube Ads in jedes Video eingebettet werden, solange die thematischen und zielgruppenspezifischen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden. Durch die Verwendung von Videos findet eine besonders emotionale Ansprache der potenziellen Kunden statt. Das Wecken von bestimmten Emotionen ist vor allem im Rahmen des Brandings hilfreich.

Als auf [Google Ads](#) spezialisierte [SEA-Agentur](#) verhelfen wir Ihren Kampagnen zu einem Performance-Boost. Kontaktieren Sie uns für eine Zusammenarbeit!

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB