



Video Content - Bilder, die das Internet bewegen

Boomer Market in der Bewegtbildproduktion

(NL/3811456595) Von Michael Müller

Die Nutzung von Bewegtbildinhalten im Internet boomt: Laut einer Studie von ARD/ZDF .de stieg die Nutzung von Online-Videoinhalten im Zeitraum von 2007 bis 2012 alleine in Deutschland um 30 Prozent an . Filmproduktionsgesellschaften wie addmovie .de reagieren auf die Vorteile von Online-Videos gegenüber Bildern oder Texten vor allem in der direkten Einbindung und Emotionalisierung des Betrachters durch zielgruppenspezifische Videoinhalte.

Wachstumsmarkt Video-Content

Längst sind es nicht mehr nur die großen Videoportale, die den Hauptanteil des Video Content im Internet auf sich vereinen. Genau so schnell wie sich vielfältige Online-Video Angebote entwickeln, wächst auch deren regelmäßige Nutzung. Das IT-Unternehmen Cisco Systems .de prognostiziert, dass bis zum Jahr 2016 ca. 86 Prozent des gesamten Online-Verkehrs über Videos stattfindet . Und der Trend verstärkt sich: Mit zunehmendem Interesse an mobilem Internet und den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten beispielsweise als Produktvideo, Video-Newsletter oder Imagevideo sowie den zahlreichen Verbreitungsoptionen über Social Communities, Video-Plattformen oder Weblogs steigt auch die Anzahl der Nutzer von Video-Content im Internet.

Online-Videos als Marketinginstrument

Der Trend zum Bewegtbild bietet Unternehmen zahlreiche Vorteile: Kontextbezogene Inhalte können zielgerichtet in der Lebenswelt des Kunden etabliert werden und somit die Effizienz einer Kampagne steigern. Der aktive Einbezug des Users erhöht die Kunden- bzw. Markenbindung sowie die Interaktivität des Nutzers. Video-Inhalte können geteilt oder kommentiert werden, wodurch non-lineare Handlungsverläufe entstehen, die einem Unternehmen neue Möglichkeiten der Marktinszenierung bieten. Dank deutlich vereinfachtem Distributionsweg über das Internet können potentielle Betriebswege ergänzt und zusätzliche Märkte erschlossen werden.

Mit der Einführung des Video-Advertising bieten neue Video-Werbeformen (inPage-, inStream-Video Ads und Bridge Ads) weitere Optionen, Produkte und Services werbewirksam darzustellen.

Videomarketing gilt als effektives Werbemittel, um Informationen, Produkte oder Unternehmen im Internet zu präsentieren. Neben einer großen Nutzerzahl und Reichweite besteht für Videos eine deutlich höhere Wahrscheinlichkeit ein Google Titelseiten-Ergebnis zu erhalten als für einen Text. Häufigere Klicks durch verständliche Inhalte und unterhaltsame Präsentationen sowie eine gezielte Einbindung von Videos in die eigene Website, verdeutlichen den Nutzen und die Wirksamkeit von Online-Video Content.

Mit der richtigen Video-Strategie den Marketingerfolg steigern

Aber: Video ist nicht gleich Video! Dies zeigt sich bei einem Vergleich von unbearbeiteten Videos mit solchen, die mit visuellen Effekten versehen sind: Die Verwendung von visuellen Effekten erhöht die Aufmerksamkeit des Publikums und maximiert den Wert des Inhalts. Laut dem

Software-Unternehmen GenArts® .de lässt sich beim Betrachter ein signifikanter Anstieg in Präferenz, Zeitaufwand und Glaubwürdigkeit im Bezug auf den Videoinhalt feststellen. Weiterhin sind visuelle Effekte verantwortlich für die Stimmung, leiten somit das Publikum und kennzeichnen das Produkt. Visuelle Effekte verbessern die Qualität des Filmmaterials und können die Produktionskosten senken. Sie sind aus Filmen, TV Shows oder großen Netzwerken nicht mehr wegzudenken und bestimmen bereits 80 Prozent der Minuten, die der Zuschauer im Fernsehen oder Kino zu sehen bekommt.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/wrewwd>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/medien/video-content-bilder-die-das-internet-bewegen-21954>

Pressekontakt

Addvalue GmbH

Herr Katrin Wahl
Hahlweg 3
36093 Fulda

katrin.wahl@addvalue.de

Firmenkontakt

Addvalue GmbH

Herr Katrin Wahl
Hahlweg 3
36093 Fulda

addvalue.de
katrin.wahl@addvalue.de

Diese Pressemitteilung wurde im Auftrag übermittelt. Für den Inhalt ist allein das berichtende Unternehmen verantwortlich.

Anlage: Bild

