



Finde Dein Format



Dein Format

Wirkung maximieren mit diesen Anzeigenformaten.

Auf YouTube gibt es **zahlreiche Möglichkeiten**, deine Geschichte zu erzählen. So schaffst du eine **überzeugende Markenpräsenz**.

Bumper-Anzeigen



Bumper-Anzeigen haben eine Länge von 6 Sekunden und **können** vom Nutzer **nicht übersprungen werden**. Sie wurden entwickelt, um **Reichweite** und **Frequenz** zu **erhöhen**.

Reservierungs-Anzeigen



Reservierungs-Anzeigen dauern 20 Sekunden, man bucht einen **festen Werbeplatz** ähnlich der **TV-Werbung**.

TrueView-Anzeigen



TrueView-Anzeigen haben eine **unbegrenzte Länge**. Sie sind wahlbasiert, erscheinen **vor dem gewählten Video** und können nach 5 Sekunden übersprungen werden.



Weitere Informationen unter goo.gl/YouTubeCreativeEssentials



Gestalte Deine Geschichte



Deine Kreativität

Bau die Handlung auf.

Kreative Konzepte und **Media-Strategien** schaffen wirkungsvolle und **effektive Videoanzeigen**. Nimm diese bewährten Ansätze, um deine **Marketingziele zu erreichen**.



Fessele den Zuschauer von Anfang an.

Die ersten 5 Sekunden sind entscheidend, Sorge deshalb für einen **starken Einstieg**. Nutze **Nahaufnahmen**; **vertraute Gesichter** schaffen Aufmerksamkeit. **Humor**, **Überraschungen** und **Spannung** ziehen Zuschauer in deinen Bann.



Schaffe eine natürliche Markenintegration.

Binde deine Marke früh ein, um **im Gedächtnis** zu **bleiben** und später, um **Kunden** zu **binden**.



Schaffe eine Verbindung mit deinem Publikum durch Emotionen und Storytelling.

Gefühlsbindungen bringen eine **längere Wiedergabezeit** und somit mehr Aufmerksamkeit und Überzeugung. Durch **schnelle Schnitte** bleiben die Zuschauer länger dran – besonders **auf Mobilgeräten**. Sprich direkt in die Kamera, um die **Wirkung** zu **steigern**.



Sag deinem Publikum deutlich, was du von ihm möchtest.

Gib dem Zuschauer **klare Anweisungen** und mache es ihm **einfach**, zu **handeln**. **Infokarten** auf dem End-Screen und **Call-to-Action-Overlays** bieten Möglichkeiten für Folgeaktionen.



Weitere Informationen unter goo.gl/YouTubeCreativeEssentials

The background is a solid red color. Overlaid on this are several circles arranged in a grid. The top row consists of three white circles. The subsequent four rows each consist of three light red circles. The text is centered over this pattern.

Geschichten in der Abfolge

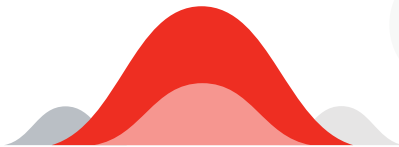


Die Sequenzierung

Finde Deinen Rhythmus.

Mit der **Video Ad Sequenzierung** führen Marken die Zuschauer durch den Content. So wird das **Erlebnis** für sie **relevanter**.

Tease, Verstärkung, Echo



Tease das Publikum mit kurzen Ads, **verstärke deine Botschaft** und lass sie nachklingen.

Die Mini-Serie



Teile deine Geschichte in thematische Kapitel, die nacheinander erzählt werden.

Der direkte Schuss



Bleib bei einem Konzept und **optimiere das Video** im Zuschauer-Kontext. Sprich: Was wird er sich anschauen?

Das Follow-Up



Zuerst sehen die User einen **langen Werbeclip**. Die **Botschaft** wird im Anschluss **durch** weitere **kurze Ads verstärkt**.



Weitere Informationen unter goo.gl/YouTubeCreativeEssentials