



## 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](https://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](https://goo.gl/YouTubeCreativeEssentials)

**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](https://goo.gl/YouTubeCreativeEssentials)