

# AK Online Marketing Protokoll

Video-Einsatz im Online Marketing  
18.05.2009

AK Online Marketing

Version 1.00

eco  
Verband der deutschen  
Internetwirtschaft e.V.  
Lichtstr. 43h  
50825 Köln

Fon: +49 (0) 221-70 00 48-0  
Fax: +49 (0) 221-70 00 48-111  
info@eco.de  
www.eco.de

## Video-Einsatz im Online Marketing

Der Arbeitskreis Online-Marketing im Verband der Deutschen Internetwirtschaft traf sich am 18.05.2009 zu dem Thema „Video-Einsatz im Online Marketing“ im DE-CIX Competence Center in Frankfurt.

Nach der Begrüßung der fast 40 Teilnehmer durch den AK-Leiter Dr. Torsten Schwarz und eco Vorstand Thomas von Bülow folgte zunächst eine kurze Vorstellungsrunde der Anwesenden.

Den ersten Vortrag hielt Tim Buchholz, Platform-A GmbH, über „Bewegtildwerbung – Mehr als nur ein Pre-Roll“. Er betonte, dass Werbung im Internet nur im Team von Werbetreibenden, Vermarktern und Publishern erfolgreich sein kann und zeigte aktuelle sowie zukünftige Möglichkeiten des Einsatzes von Online Videos zu Werbezwecken.

John Oliver Raap, Adobe Systems GmbH, ging im Anschluss in seiner Präsentation „Bewegtild im eCommerce, erste Erfahrungen“ insbesondere auf den Nutzen für Online Shops ein. Er verdeutlichte, dass Videos, die im Rahmen der Produktpräsentation eingesetzt werden, einen großen Einfluss auf die Conversion Rate haben und erläuterte die Erfolgsfaktoren.

Im folgenden Vortrag „Media Commerce Experience“ stellte Frau Christine Rogge, T-Systems Multimedia GmbH, die Auswirkungen von Videos auf den User dar. Sie erzeugen höhere Emotionen und das Einkaufserlebnis könne, beispielweise durch den flankierenden Einsatz von interaktiven Produktkonfiguratoren, gesteigert werden. Wichtig ist hierbei eine gute Usability sowie hohe Qualität der Videos.

Nach der Kaffeepause, die zum intensiven Networking genutzt wurde, referierte Ibrahim Evsan über den Wandel des Nutzungsverhaltens der User und die damit einhergehenden Veränderungen für Website-Betreiber. Er betonte, dass Online Videos auf Community-Seiten insbesondere bei Jugendlichen beliebt sind. Es bietet sich die Chance durch ein gezieltes „Social Media Marketing“ Zielgruppen anzusprechen, die über klassische Medien nicht erreicht werden können.

Anschließend zeigte René Kulka vom DZ Media Verlag in seinem Vortrag „Es bewegt sich etwas: Videos im E-Mail-Marketing“ die verschiedenen Möglichkeiten Videos in E-Mails einzubetten. Zurzeit ist dies durch Fake-Player, animierte GIF's oder das HTML-Attribut Dynamic Source möglich, das allerdings nicht von allen Programmen erkannt wird. Er hielt fest, dass Videos im E-Mail Marketing zurzeit durch die limitierten technischen Möglichkeiten noch eine untergeordnete Rolle spielen. Die Bedeutung in der Zukunft wird aber wahrscheinlich zunehmen.

Ingo Schloo, Betreiber der Video-Portale businessworld.de und zentrada.de, erläuterte die Chancen von B2B-Videoportalen zur Erhöhung der eigenen Reichweite. Durch eine mangelnde direkte Suchnachfrage und fehlende virale Effekte sind Videos im B2B-Bereich jedoch keine Selbstläufer, sondern sollten in eine aktive Vermarktungsstrategie eingebunden werden.

Im letzten Vortrag „Neue interaktive Live-Formate für Jedermann“ zeigte Georg Lenzen, make.tv, dass professionelle Videos nicht unbedingt teuer sein müssen und demonstrierte die Funktionsweise von make.tv.

Im Anschluss an die Vorträge entstand eine angeregte Diskussion zwischen den Teilnehmern und Referenten. Die Veranstaltung endete gegen 18:15 Uhr.

Das nächste Treffen des Arbeitskreises Online Marketing wird voraussichtlich am 07.09.2009 in Köln stattfinden und das Thema "Twitter und Social Web revolutionieren das Marketing" behandeln.