



## Whitepaper: Video-Marketing für Unternehmen

Keine andere Form im klassischen Marketing ist so wirksam und kostengünstig wie ein Video. Textwüsten sind bei den Internet-Nutzern längst out. Unterhaltung ist erwünscht. Videos genießen eine hohe Aufmerksamkeit im Web, weil sie einfach und unterhaltsam spannende Inhalte vermitteln. Bei Gefallen werden sie virusartig weitergeleitet an Freunde, Das spart hohe Werbekosten! Dieses Whitepaper von [Hilker Consulting](#) gibt viele Tipps und Einblicke, wie Unternehmen wirksames Video-Marketing planen und umsetzen können.

### Warum Sie dieses Whitepaper lesen sollten ...

Gewinnen Sie Einblicke in:

- den Nutzen, die Vorteile und Chancen mit Video Marketing
- Formate und Umsetzung der Videos
- Strategie-Planung und Vermarktung.



### Whitepaper: Video Marketing für Unternehmen: Inhalte

1. Nutzen: Wie Ihnen Video Marketing neue Kunden bringt
2. Vorteile: Empfehlungsmarketing durch virales Marketing
3. Strategie: Wie Sie mit Video-Marketing Kunden gewinnen
4. Formate: Image- Produkt- und Schulungsvideos
5. Vorgehensweise: In sieben Schritten zum erfolgreichen Video
6. Checkliste für Ihr Video Projekt
7. Entscheidung: Lohnt sich Ihre Investition in Video Marketing?
8. Häufig gestellte Fragen zum Video-Marketing

# 1. Nutzen: Wie Ihnen Video Marketing neue Kunden bringt

Im Marketing spielt [Video Marketing](#) eine immer größere Rolle. Nutzer nutzen verstärkt Videos. Laut Marktforschungsinstitut [Marketing Sherpa](#) haben Online-Videos (nach der Mundpropaganda) den wichtigsten Einfluss auf die Kaufentscheidung. Als Unternehmer können Sie diese Entwicklung hervorragend für Ihr Marketing nutzen, indem Sie Ihre Entscheider mit interessanten Videos ansprechen und zum Kauf verleiten!



## Mit Video-Marketing optimieren Sie Ihr Google-Ranking

Auch für das Google-Ranking Ihrer Website wird Video-Marketing immer wichtiger. Die Google Suchergebnisse liefern Videos zu den Suchanfragen und zwar *ergänzend* zu den zehn bereits vorhandenen Treffern auf der ersten Ergebnisseite. Video-Marketing bieten Ihnen also eine zusätzliche Chance, auf die erste Ergebnisseite bei Google zu gelangen!

## Umsatzsteigerung durch Video-Marketing

Der Baur Versand aus Burgkunstadt hat ermittelt, dass sich in seinem Online-Handel mithilfe von Produktvideos die Kaufrate (Conversion) im zweistelligen Prozentbereich verbessert hat. In einem mehrmonatigen Test hat Baur die Wirkung von etwa tausend Produktvideos unterschiedlicher Marken auf seinen Websites beobachtet. Positiv überrascht war Baur von dem hervorragenden ROI (Return of Invest): Im Durchschnitt wurden pro 100 Euro Umsatzsteigerung 11 Euro für Video-Marketing investiert.

**Videos für Dienstleister:** Videos tragen besonders für Dienstleister zum Unternehmenserfolg bei. Zum Beispiel können Berater, Trainer, Coach zusätzlich zu ihren Leistungen im Video ihr Personal Branding vermitteln. Die Personen Marke ist wichtig, um sich am Markt einzigartig zu positionieren und von Mitbewerbern zu differenzieren.

Schwer erklärbare Produkt lassen sich mit Video einfach verständlich vermarkten. Zum Beispiel kann man Software mit einem Video Tutorial gut vermarkten. Aber auch Notare, Rechtsanwälte oder Architekten können ihre komplexen Leistungen damit gut präsentieren.

Praxis-Erfahrungen zeigen, dass auch Immobilien-Makler ebenfalls zweistellige Preissteigerungen erzielen, wenn sie hochwertige Video-Marketing mit einem Rundgang durchs Haus zum Exposee hinzufügen.

## 2. Vorteile: Empfehlungsmarketing durch virales Marketing

Das Marken-Branding, also die Steigerung der Markenbekanntheit mit klassischer Werbung, wird immer häufiger zur kostenintensiven Luftnummer. Kunden sind gegenüber Werbung mittlerweile so kritisch eingestellt, dass ihr persönlicher Abwehrschild nur selten eine Lücke für neue Produkte zulässt.



Deshalb sind Empfehlungen Ihrer Kunden Ihre besten Verkäufer. Denn das Gute daran ist, dass sie nichts kosten. Lobt ein Kunde ein Unternehmen, dann stehen die Chancen gut, dass es zu einem Abschluss kommt. Mund-zu-Mund-Propaganda ist das älteste und effektivste Marketing. Es ist der stärkste Hebel der Kaufentscheidung. Egal, ob es sich um Kino, Video, Spiele, Reisen oder Autos handelt. Den Empfehlungen der besten Freunde vertrauen wir eben. Dabei spielen Videos im Social Media Marketing eine wichtige Rolle.

### **Virales Marketing via Internet wirkt schnell, effektiv und meist gratis**

Nur wenige Gerüchte und Geschichten erreichen außerhalb des Internets überhaupt eine kritische Masse. Wenn jemand in der Offline-Welt eine Empfehlung aussprechen will, so ist der Empfängerkreis dieser Empfehlung, durch die zur Verfügung stehende Zeit und die Reichweite des Empfehlers, begrenzt. Ein normaler Mensch trifft nur eine Handvoll guter Bekannte in der Woche. Und es ist unwahrscheinlich, dass jemand zum Telefon greift und alle seine Freunde anruft, nur um ihnen eine Empfehlung für ein Produkt auszusprechen.

Mit der Entwicklung des Internets hat das gezielte Auslösen von Mund-zu-Mund-Propaganda eine Renaissance erlebt. Grund dafür ist die Leichtigkeit: das einfache Handling und die enorme Geschwindigkeit, mit der sich Informationen online exponentiell verbreiten. Virales Marketing funktioniert anders als traditionelle Werbung. Virales Marketing basiert auf menschlichen Beziehungen in Netzwerken nutzt: Wenn eine Botschaft von Freund zu Freund geteilt wird, dann werden enorme Potenziale im Marketing erschlossen und die Kosten für Gatekeeper (Werbekosten wie TV) eingespart.

### 3. Strategie: Wie Sie mit Video-Marketing Kunden gewinnen

Video Marketing benötigt eine Strategie. Der Einsatz von Video-Marketing muss strategisch geplant werden. Sollen die Videos das Branding unterstützen, neue Kunden erreichen oder Produktverkauf fördern? Wichtig ist, sich darüber klar zu sein, dass die Videos die Persönlichkeit der Marke, des Unternehmens spiegeln – im Bestfall direkt, authentisch und emotional. Das Video ist also das Gesicht Ihrer Marke.



#### Sieben Tipps für Ihre Video Marketing Strategie

Bei der Strategie-Planung für Ihre Video-Produktion sollten Sie folgende Aspekte beachten.

1. **Sprecher:** Falls Sie nicht gerne frei sprechen, lassen Sie sich interviewen oder nutzen Sie die Aufnahme von einem Fachvortrag, den Sie gehalten haben. Oder Sie nutzen einen professionellen Sprecher, der Ihren Video Text spricht.
2. **Markenbotschafter:** Stellen Sie sich vor, dass zufriedene Kunden als Markenbotschafter Video-Statements aufnehmen und erzählen, was sie an der Zusammenarbeit mit Ihnen schätzen. So binden Sie direkte Empfehlungen ein. Mit Mitarbeiter-Interviews bieten Sie einen authentischen Einblick in den Arbeitsalltag für das [Employer Branding](#).
3. **Komplexität vereinfachen:** Anschaulich lassen sich auch komplexe Zusammenhänge oder Projekte in einem Video darstellen. In Erklär-Videos können Sie Hilfsmittel verwenden. Achten Sie beim Inhalt immer darauf, dass Sie nutzenorientiert für den Zuschauer präsentieren und nicht bloß technische oder unverständliche Fachbegriffe auflisten.
4. **Relevant Keywords:** Über die Video-Suche von Google finden Sie Beispiel-Videos zu Ihren Fachbegriffen. Lassen Sie sich davon inspirieren, wenn Sie Ihre Keywords suchen.
5. **Integrieren** Sie Video Marketing in Ihre Marketing Kommunikation, damit markengerechte Inhalte alle Videos erkennbar prägen durch Logo, Corporate Identity etc.
6. **Verkaufen:** Integrieren Sie in jedes Video eine Aufforderung zum Handeln. Soll der Kunde Sie anrufen, Ihnen eine Mail schreiben oder direkt das Produkt im Shop kaufen? Führen Sie den Kunden zum Kauf, indem sie Aufforderungen in den Video Text einfügen.
7. **Video Kampagnen:** Erstellen Sie zu jedem Video eine Kampagne. Verwenden Sie relevante Keywords, nutzen die Videos in Blogartikeln und Social Media als Stories.

## 4. Formate: Image- Produkt- und Schulungs-Video

Zur Video-Planung gehört zudem, das passende Format zu wählen. Welcher Video-Typ ist für Ihre Ziele geeignet? Wir stellen Ihnen vier Video-Formate vor, die sich für Unternehmen bewährt haben.



1. **Image-Video:** Beim Image-Video geht es um ein bestimmtes Gefühl, das der Zuschauer mit einer Firma oder einer Marke verbinden soll. Ziel ist es, eine Marken-Identität zu schaffen, zu unterstützen und zu vermitteln. Ein Image-Video soll ein „Eyecatcher“ sein. Er soll Aufmerksamkeit, Faszination und Neugier wecken.
2. **Produkt-Video:** Manchmal werden kurze Informationen zur Herstellerfirma gegeben, aber der Fokus liegt auf der Produkt-Herstellung, - Verwendung und -Handhabung. Wichtig ist es, die Bedürfnisse des Zuschauers zu kennen. Das heißt, ein Produkt für Frauen wird man anders im Video präsentieren als ein Produkt für Männer. Die Bildsprache des Produkt-Videos ist erzählend-unterhaltsam. Oft werden dafür 3D Animationen verwendet, um Abläufe zu erklären. Die Musik ist reduziert und die Sprecherstimme sachlich erklärend.
3. **Schulungsvideos:** Durch den Bezug zum Bedarf der Zielgruppe lassen sich Argumente einleuchtender und einprägsamer vermitteln. Beim Schulungsvideo geht es vor allem um Fakten. Die Darstellung reicht von Schrifteinblendungen über separate Datenmodule bis hin zu ergänzenden Schulungsunterlagen. Interaktive Medien bieten dabei immer neue Wege, Information mit Unterhaltung intelligent zu verknüpfen. Klassische didaktische Grundsätze wie Wiederholung, Positiv-Negativ-Darstellung und Simulation lassen sich im Wechsel verschiedener Ansprachen leicht und wirksam für das Lernen umsetzen.
4. **Event-Videos:** wollen das Interesse des Zuschauers wecken und ein Gefühl von Nähe und Vertrautheit erzeugen. Damit sprechen Sie Ihre Zuschauer emotional an und vermitteln Emotionen durch Erlebnisse im Event. Wirksame Video-Marketing Maßnahmen dazu sind, der Einsatz von Event-Videos mit Streaming über Social Media und als Youtube-Version.

Ihr passendes Format ist nicht dabei? Es gibt natürlich noch viele weitere Formate. Wir beraten Sie gerne. Schreiben Sie uns einfach eine [E-Mail](#).

## 5. Vorgehensweise: In sieben Schritten zur Video Produktion

Folgende sieben Schritte haben sich in der Praxis bewährt, um systematisch, zielorientiert und kostengünstig, qualitativ hochwertige Videos zu produzieren, die Unternehmensziele wirksam fördern.



1. **Kennlern-Treffen:** Zuerst findet ein persönliches Gespräch statt mit Marketing- und Videoteam, um zu klären, um welches Thema es gehen soll und welches Budget zur Verfügung steht. Das Kennenlernen zeigt auch, ob die „Wellenlänge stimmt“.
2. **Storyboard:** Nun wird das Storyboard erstellt, um Inhalte des Videos zu skizzieren und eine Grundlage zum kreativen Austausch zu haben. Zudem werden die technischen Vorgehensweisen geklärt und festgelegt, z.B. welche Drehorte werden benötigt, welche Personen im Video sind, wer wird interviewt, welche Produkte sollen gezeigt werden, etc.
3. **Drehstart:** Nachdem alle Details geklärt sind, beginnen die Dreharbeiten. Bei den Videoaufnahmen werden die im Storyboard festgelegten Szenen gedreht.
4. **Postproduktion:** Das Videomaterial wird digitalisiert und geschnitten. Dabei werden Sequenzen aus dem gedrehten Material ausgewählt, die besonders ausdrucksstark sind. Emotionale Musik unterstreicht die Dramaturgie der Bilder.
5. **Erste Abnahme:** Nachdem das Video seine vorläufige Form gefunden hat, findet eine Rohschnittabnahme statt, um eventuell Änderungen zu besprechen.
6. **Technischer Feinschliff:** Nach der Rohschnittabnahme wird das Video technisch aufgearbeitet: die Farbwerte der einzelnen Videoaufnahmen werden korrigiert und angeglichen, der Ton erhält eine gleichmäßige Lautstärke.
7. **Verbreitung:** Dann wird das Video in die Wunsch-Formate konvertiert, z.B. fürs Internet. Schließlich werden die Videos online geliefert. Auf Wunsch wird das Video direkt auf die Website geladen und online in Portale gestellt, z.B. bei YouTube und vermarktet.

Wenn Sie Beratung zur Video Produktion wünschen, dann schreiben Sie uns eine [E-Mail](#).

## 6. Checkliste für Ihr Video-Marketing

Mit dieser Checkliste können Sie einfach Ihr Kopfkino starten und Ihr eigenes Video planen:

1. **Ziele:** Was wollen Sie mit dem Video erreichen? (Kunden gewinnen, Produkt präsentieren, Innovationen, Neues bekannt machen, Image aufbauen, etc.)
2. **Zielkunden:** Für wen wird das Video gemacht? (Besucher, Kunden, Mitarbeiter)
3. **Merkmale:** Was wissen Sie über Ihre Zielkunden? (Altersgruppe, Berufe, Männer, Frauen, Jugendliche, Fachleute, Laien, etc.)
4. **Bedürfnisse:** Warum soll sich die Zielgruppe mit dem Produkt befassen? Welche ihrer Probleme kann sie damit lösen? (Vorteile, Image, Sicherheit, etc.)
5. **Zielorte:** Wo trifft man Ihre Zielgruppe? (auf Messen, im Internet, etc.)
6. **Image-Video:** Welches Image soll vermittelt werden und welche Positionierung?
7. **Produkt-Video:** Wie kann man Ihr Produkt darstellen? (Herstellung, Produkt-Einsatz, Historie, Verbesserungen, Organisation, Service, Zukunftsfähigkeit, Sicherheit, etc.)
8. **Drehorte:** Wo und wie lässt sich das Produkt im Video gut darstellen? (im eigenen Unternehmen, im Einsatz, bei Kunden, im Ausland, beim Endverbraucher, etc.)
9. **Umfeld:** In welchem Kontext soll das Video Ihr Produkt zeigen? (Gespräch, Messe)
10. **Ansprechpartner:** Wer trifft Entscheidungen? (Storyboard, Termine, Finanzen); Wer ist in Ihr Videoprojekt einzubinden? (Marketing, Vertrieb, PR, etc.)
11. **Prüfung:** Wer ist dem Produzenten gegenüber für die fachliche Richtigkeit zuständig? (Kommentare, Text, Darstellungen, Animationen, Änderungen etc.)
12. **Informationsmaterial:** Welche Informationen können Sie dem Video-Produzenten im Vorfeld zur Verfügung stellen? (Broschüren, Erhebungen, Zeichnungen, Fotos, etc.)
13. **Mehrsprachigkeit:** Werden Video Formate in Fremdsprachen benötigt?
14. **Formate:** Soll das Video auch als Großbild vorgeführt werden können?
15. **Videomaterial:** Soll Archiv-Material eingebunden werden?
16. **Marktforschung:** Welche Konkurrenz haben Sie? (Wie stellt die Konkurrenz ihr Produkt dar? Welche Stärken hat Ihr Produkt im Vergleich am Markt? etc.)
17. **Favoriten:** Haben Sie Vorbilder-Videos? Bitte mitteilen.
18. **Budget:** Wie ist Ihr Budget für: Produktion, Fremdsprachen, Kopien, etc.
19. **Zeitplan:** Wann soll Ihr Video fertig sein?
20. **Marketing:** Wie wird Ihr Video vermarktet, um die Zielgruppen zu erreichen?

## 7. Entscheidung: Lohnt sich die Investition in Video Marketing

Bevor Sie *Action* rufen, ist das Budget relevant. Führen Sie sich anhand der folgenden Fragen vor Augen, warum sich Video-Marketing für Ihr Unternehmen lohnen. Ist schon bei einer Frage die Antwort „JA“, dann lohnt sich bereits die Investition in Video Marketing.



1. Wollen Sie verstärkt Vertrauen in Ihre Produkte oder in Ihr Unternehmen schaffen?
2. Verkaufen Sie komplexe Leistungen, deren Nutzen man nicht auf Anhieb versteht?
3. Gibt es Produkte oder Vorgänge, die einer bildlichen Anleitung bedürfen?
4. Geht es Ihnen darum, die Qualität Ihrer Produkte oder Dienstleistungen darzustellen?
5. Möchten Sie Emotionen bei Ihren Kunden für ein Produkt wecken?
6. Schauen Sie sich Ihre Website an: Gibt es wichtige Produkt-Informationen, die Sie mit Texten nicht vermitteln können?
7. Sind Sie ein Unternehmer (z.B. Trainer, Berater, Anwalt), der seinen Experten-Status und seine Persönlichkeit durch ein Video zum Ausdruck bringen möchte?

### Faustformel für Ihr Video-Marketing-Budget

Professionelle Video-Marketing startet ab ca. 5.000 Euro. Nach oben gibt es natürlich keine Grenzen. Für die Kalkulation gelten drei Grundregeln:

- Je kleiner das Videoteam, desto günstiger wird die Produktion
- Je einfacher der Inhalt, desto preiswerter kann das Video produziert werden
- Je komplexer die Anforderungen, desto teurer wird die Video Produktion

**Video-Produktion:** Einige Beispiele, die Aufwände variieren nach Projekt:

1. **Basic-Video:** Drehzeit 2 Std., ein Drehort, für 1 Video mit 2 Min. Länge.
2. **Experten-Video:** zwei Drehorte, Drehzeit 4 Std., für 2 x 2 Min. Video.
3. **Premium-Video:** bis zu 8 Std. Drehzeit, mehrere Drehorte, 2-3 Videos a 2 Min. Länge.



## 8. Häufig gestellte Fragen zum Video-Marketing

**Frage:** Gibt es andere Formen der Werbung, die ähnlich wirksame Erfolg bieten?

**Antwort:** Kein anderes Medium stellt so viele Informationen so unterhaltsam, emotional und verständlich dar wie ein Video. Deshalb gibt es keine Alternative zum Video Einsatz zum Erfolg.



**Frage:** Woran erkenne ich eine professionelle Firma für Video-Produktion?

**Antwort:** Die Firma sollte zu Ihnen und Ihrem Budget passen. *Paramount Pictures* anzusprechen, wenn Sie einen Schulungsvideo machen möchte, wäre übertrieben. Der Videoproduzent sollte auf Ihre Wünsche eingehen und offen für Ihre Ideen sein. Ein Storyboard (oder auch ein Drehbuch) sollte auf jeden Fall im Angebot enthalten sein, denn darin werden die Ideen und die zu drehenden Bilder festgelegt. So ist schon im Vorfeld der Inhalt des Videos geklärt. Damit vermeiden Sie böse Überraschungen bei der Abnahme. Mit Anbietern, die mit Dumpingpreisen arbeiten, kann etwas nicht stimmen. Ein seriöses Video Projekt benötigt gewissen Aufwände zum Gelingen. Lassen Sie sich Referenzen und Arbeitsproben zeigen. Entscheiden Sie: Gefällt Ihnen die Machart der gezeigten Videos?

**Frage:** Ich habe bisher kein Video gebraucht, weshalb soll ich jetzt ein Video für meine Werbung einsetzen?

**Antwort:** Die Zeiten haben sich geändert - der Konkurrenzdruck ist grösser geworden. Ihr Mitbewerber, der ein Video für seine Werbung einsetzt, ist Ihnen in der Werbewirksamkeit voraus. Der Kunde möchte Informationen bekommen, die ihn gleichzeitig unterhalten. Texte werden nicht mehr gerne gelesen. Können Sie es sich unter diesen Bedingungen leisten, die Kundenwünsche zu ignorieren und Ihre Werbung weiter wie bisher zu betreiben?

Haben Sie weitere Fragen? Dann schicken Sie uns eine Mail: [info@hilker-consulting.de](mailto:info@hilker-consulting.de)

## Starten Sie Ihr Video Marketing mit Hilker Consulting

Wir bieten Ihnen einen persönlichen Full-Service auf dem Gebiet der Audio- und Videoproduktion. Audio steht für die Komposition von Video- und Werbemusik. Videos sorgen für die erfolgreiche Präsentation Ihrer Person oder Ihres Unternehmens, durch kreative und professionelle Videos im Internet mit dem kompletten Marketing.



### Professionelle Videos wecken Emotionen

Menschen und Unternehmen durch das Medium Video emotional zu präsentieren, das ist unsere Leidenschaft. Zur multimedialen Präsentation bedarf es mehr als nur der intensiven Beschäftigung mit dem Unternehmen und den Menschen. Nachhaltige Emotionen erzeugen nur Geschichten. Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen Ihre Story.

**Was uns antreibt:** Emotion, Dynamik und Leidenschaft! Unsere Video-Projekte transportieren diese Werte. Voraussetzung dafür sind Kreativität, Ideen und Know-how. Nutzen Sie unsere Erfahrungen, damit Sie erstklassige Ergebnisse erzielen.

Unsere Leistungen zeichnen sich durch langjährige Erfahrung im kreativen Bereich aus, vor allem in der Planung und Umsetzung von [Content-Marketing-Strategien](#) und [Crossmedia Kampagnen](#). Durch präzise Planung und effiziente Arbeitsweisen wird der Produktionsaufwand auf ein sinnvolles Maß reduziert. Somit sparen Sie, bei professionellen Leistungen, viel Geld. Hilker Consulting unterstützt Sie bei allen Projekten rund um:

- > **Video:** Story-Konzeption mit der kompletten Video-Produktion
- > **Audio:** Werbe-Spots, Video-Musik oder Sprecher für Ihre Videos
- > **Video-Marketing:** mit Crossmedia Kampagnen und Social Media

## Steigern Sie Ihren Geschäftserfolg mit Video-Marketing!

Video spricht wie kein anderes Medium die Emotionen Ihrer Kunden an. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um sich direkt in den Kopf Ihrer Kunden zu bringen. Zeigen Sie sich und präsentieren Sie eindrucksvoll Ihr Unternehmen, Ihre Person und Ihre Leistungen. Wir beraten Sie gerne: Rufen Sie uns an **0177-6057849** oder schreiben Sie uns eine [E-Mail](#).



Prof. Dr. Claudia Hilker begleitet als Marketing-Expertin ihre Kunden in der Digitalisierung. Sie entwickelt mit ihrem Team von „Hilker Consulting“ Digital Strategien, um wirksame Lösungen abteilungsübergreifend in Marketing, Kommunikation und Vertrieb zu erzielen. Für Ihren Geschäftserfolg!

Dr. Hilker hat als Bestseller-Autorin einige Marketing-Fachbücher wie „[Content Marketing](#)

[für die Praxis](#)“ geschrieben. Zudem ist sie Keynote-Speaker und Marketing Professorin.

### [Hilker Consulting](#)

Dr. Claudia Hilker

Scheibenstrasse 17

40479 Düsseldorf

Fon: 0211 / 6000 614

Mobil: 0177 / 6057849

Mail: [info@hilker-consulting.de](mailto:info@hilker-consulting.de)

