



## Leiden Sie an Nomophobia?

© Christoph Sommerer

Peter Rathmayr von Google Österreich sprach bei der neovideo vergangene Woche.

✍ Redaktion

📅 05.03.2018

Bei der neovideo trafen sich 200 Vordenker.

WIEN. Sind sie an Nomophobia erkrankt? Also an No-Mobile-Phone-Phobia, sprich: der Angst, nicht mehr ohne Smartphone leben zu können? Das ist nur eine der vielen spannenden Fragen zur Zukunft der Kommunikation, die am 1. März bei der neovideo diskutiert wurden. Auf Initiative von News On Video trafen sich im Wiener T-Center bereits zum dritten Mal 200 Vordenker aus Marketing und Kommunikation, um über die wichtigste Kommunikationsform der Zukunft zu diskutieren: Onlinevideo in allen Kanälen.

### On the go...

„Bereits in zwei Jahren werden 75 Prozent der Inhalte auf Facebook Videos sein“, betonte Nicole Buck von Facebook. YouTube konsumieren in Österreich 99,5% der 14- bis 19-jährigen User und 92,1% der 20- bis 29-Jährigen. Dabei werden 70% der Inhalte von Social Media-Kanälen on the go konsumiert, also in der U-Bahn, beim Warten auf den Arzt, etc. Daher müssen Onlinevideos kurz und einprägsam sein, um im World Wide Web-Dschungel überhaupt wahrgenommen zu werden. Relevanz heißt das Zauberwort, um als Unternehmen gesehen zu werden. „Der Impact bei für User relevanter Werbung, also zielgruppengenaue Werbung, ist drei mal höher als bei irrelevanter“, weiß Peter Rathmayr von Google Österreich.

### Wissensrevolution auf YouTube

Auch der beliebte YouTube-Kanal kurzgesagt/In a Nutshell braucht große Vergleiche nicht scheuen: 5,6 Mio. Menschen haben den Kanal abonniert, das sind fast fünf Mal so viele wie in Österreich täglich die Hauptabendnachrichten im ORF schauen. „Auf YouTube findet gerade eine Wissensrevolution statt. Wir sind einer der schnellst wachsenden Wissenskanäle überhaupt“, erklärt Patrizia Mosca von kurzgesagt/In a Nutshell.

### Kontext is king

Die Wichtigkeit von smartem Video-Marketing betonte Richard Pettauer (<https://datenschmutz.net>). „Seit 2018 ist jedes Unternehmen

ein Medien-Unternehmen und gut beraten, mit Video-Content zu arbeiten, denn Videos verlängern die Aufenthaltsdauer auf Websites; sie erhöhen die Conversion Rate um 20 Prozent.“ Dabei arbeiten 90% aller Websites mit Google Analytics. „SEO (Anm.: Search Engine Optimization, Suchmaschinen- Optimierung) ist daher die größte Geheimwissenschaft der Welt“, so Pettauer.

### **Bewegtbild bewegt**

„Bewegtbild bewegt“, stellte auch Andreas Wochenalt von der Österreich Werbung fest. „Nämlich Menschen nach Österreich oder Customer zum Point of Sale. Dabei geht es nicht um Technik, sondern immer um Inspiration. Während sich Menschen, Zeiten und Technologien ändern, bleibt die Kraft einer großen Story.“

### **Bitte keine Video-Friedhöfe!**

Betram Gugel, Berater für Internet-TV und Online-Video in Deutschland, sieht bereits „das Ende der Ära klassischer Werbung. Denn mittlerweile bezahlen Menschen dafür, keine Werbung mehr sehen zu müssen. Fans und Follower werden immer unwichtiger, Inhalte dagegen wichtiger. Auf Facebook ist Essen mittlerweile das, was Musik auf YouTube ist.“ Für Unternehmen sei es wichtig, nie alle Aspekte einer Marke auf einmal zu kommunizieren, sondern immer nur einen Teil davon. „Und, ganz wichtig: Lieber mit einem Kanal beginnen, relevante Inhalte und Learnings machen als Video-Friedhöfe zu produzieren.“

### **Hollywood am Smartphone u.v.m.**

Hands-on-Tipps für Handyvideos wie die 5-Shot-Technik gab es von Thorsten Müller von News On Video. Immerhin drehte Regisseur Steven Soderbergh seinen aktuellen Film „Unsane“ mit einem Smartphone. Marion Vicenta Payr alias @ladyvenom erklärte mobiles Storytelling und nahm das Publikum auf die Instagram-Reise vom Foto- zum Videokanal mit. Birgit Gruber und Sabrina Haas von der OBB stellten die erfolgreiche Influencer-Kampagne für den Nightjet vor: „Träum weiter“. Dank authentischer Micro-Influencer statt Social Stars wurde eine Reichweite von über einer Mio. Menschen erreicht. Karoline Hranik von der Erste Group Bank AG beleuchtete das Thema Change Kommunikation mit Video am Beispiel des Umzugs in den Erste Campus. Stefan Schauhuber von der Caritas Österreich präsentierte die videofitte Strategie der Caritas, Stefan Kern von APA OTS PR-Videos im medialen Umfeld und Matthias Funk, Gründer und Geschäftsführer von tubics, neueste Faktoren für die Auffindbarkeit von Videos.

### **4. neovideo im Frühjahr 2019**

Martin Wolfram, Gründer von neovideo und Geschäftsführer von News On Video: „Wer professionell mit Onlinevideos kommunizieren will, kommt zur neovideo. Wir bieten den Kommunikationsprofis und Marketiers jedes Jahr die ideale Plattform, um über die neuesten Entwicklungen einer Branche zu diskutieren, die sich immer schneller dreht. Das Echo der Besucher und der Speaker war extrem positiv, deshalb haben wir schon beschlossen, dass es die vierte neovideo im Frühjahr 2019 gibt.“