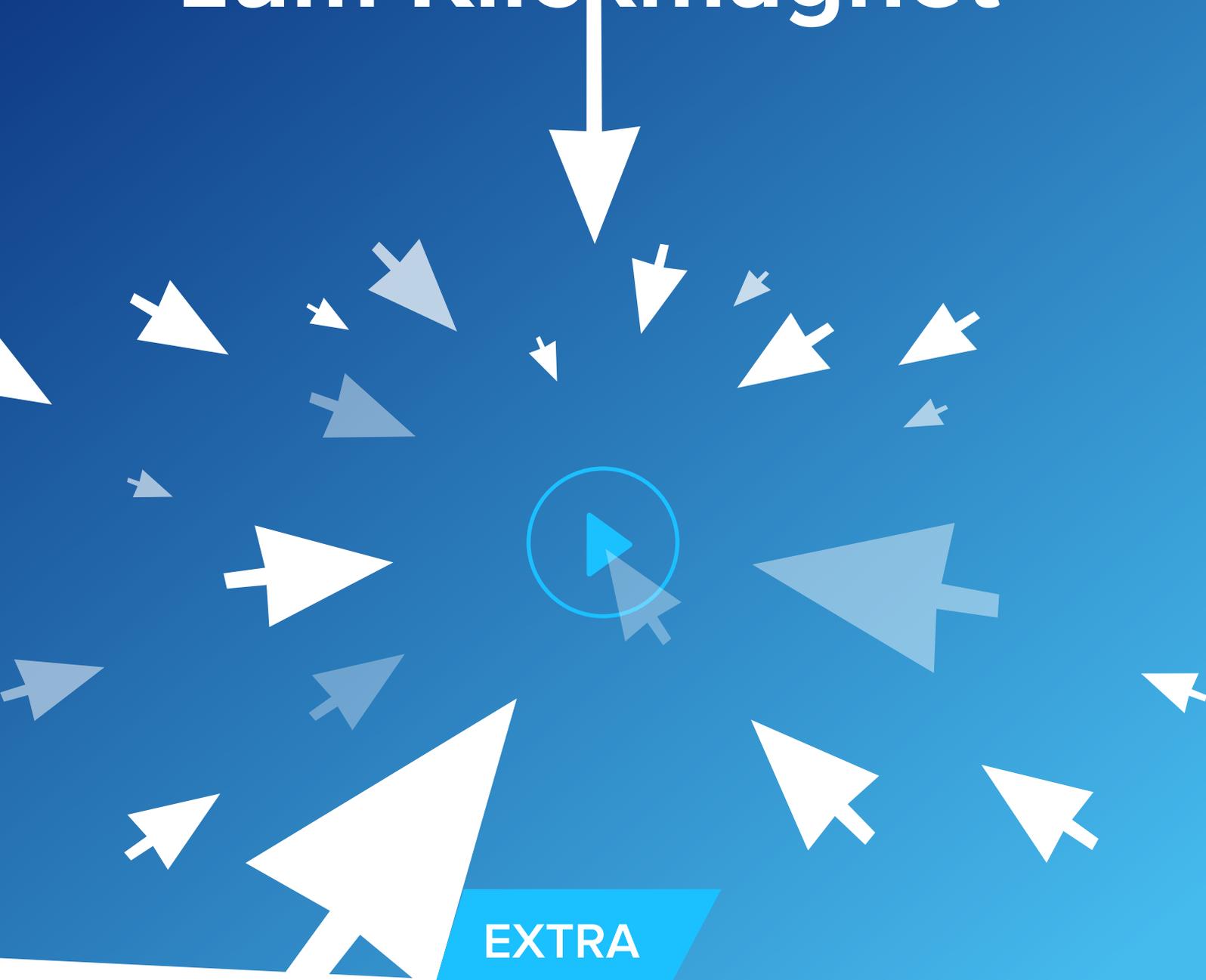


So wird Ihr Video zum Klickmagnet



EXTRA

**inkl. Checkliste für Ihr
DIY Thumbnail**



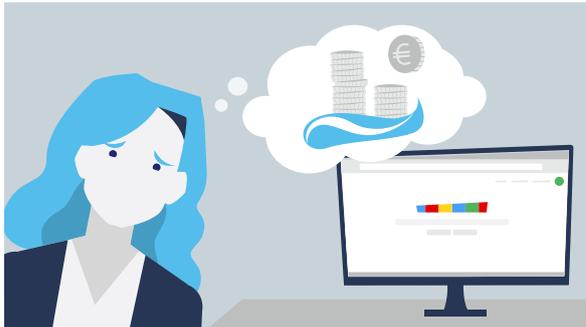
videoboost

„Mein Video ist fertig – und nun?“

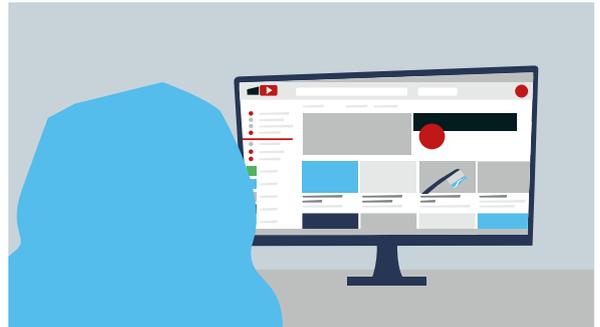
So wird Ihr Video zum Klickmagnet

Ihr Video ist fertig! Doch was nutzt Ihnen das beste Video, wenn es nicht angeklickt – also auch nicht angeschaut! – wird? Alle Mühe wäre umsonst gewesen. Doch warum werden Videos oft nicht angeklickt? Was geht in den potentiellen Zuschauern vor und welche Folgen hat das für Sie? Die Antwort gibt's hier:

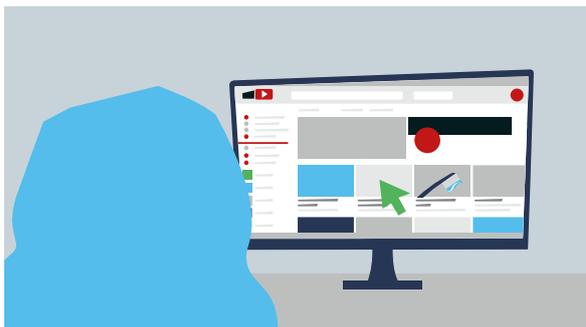
Stellen Sie sich vor, Sie würden ein innovatives neues Produkt verkaufen, z.B. eine Zahnbürste mit integriertem Zahnpasta-Spender. Die Vorteile Ihres Produkts haben Sie in einem Produktvideo erklärt:



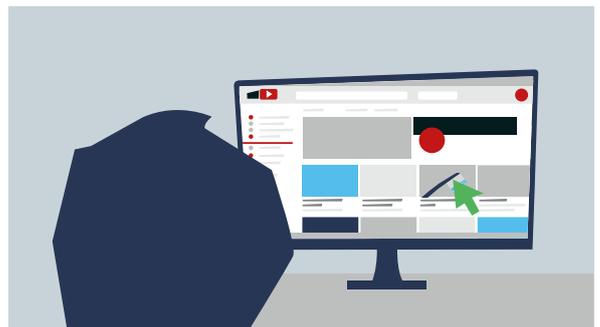
Andrea ärgert sich, weil sie immer zu viel Zahnpasta verbraucht. Online sucht sie nach Tipps & findet einige Lösungsvorschläge.



Andrea überfliegt die Vorschaubilder und entscheidet sich intuitiv für das, was sie optisch am meisten anspricht.



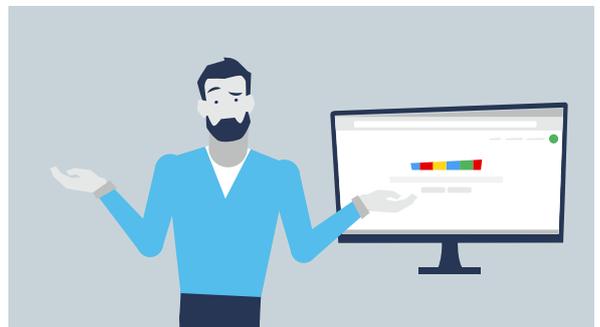
Da auf dem Vorschaubild des Videos nur eine Zahnbürste zu sehen ist, erkennt sie keinen Bezug zu ihrem Problem. Und es gibt genug Alternativen im Netz, die besser zu ihr zu passen scheinen. Sie klickt daher nicht auf Ihr Video.



Paul hingegen sucht eine neue ganz normale Zahnbürste. Er sieht Ihr Vorschaubild und klickt es an. Allerdings hat Paul etwas anderes erwartet...



Das Thumbnail spiegelt dem Video-Inhalt nicht richtig wider. Eine solche Zahnbürste möchte Paul gar nicht. Er ist enttäuscht und klickt das Video schnell wieder weg.



Jetzt haben Sie den Salat: Paul zählt nicht zu Ihrer Zielgruppe, Andrea aber schon. Und mit seiner geringen Verweildauer schadet Paul auch noch Ihrer Website. Wenigstens hat er keine negative Bewertung hinterlassen...

Die Lösung für diese Szenarien erfahren Sie auf der [nächsten Seite](#)

Ihre potentiellen Zuschauer reagieren zuerst auf das, was sie visuell anspricht. Damit ist das Video-Vorschaubild das **Äquivalent zum Cover eines Buchs** oder der Headline eines Blogartikels.

Wer auf ein standardisiertes Vorschaubild, also einen Screenshot aus dem Originalvideo zurückgreift, erlebt im Regelfall eines der folgenden Szenarien:

- 1 Das Video wird nicht angeklickt, weil das Vorschaubild zu unauffällig ist und in der Masse untergeht.
_____ oder _____
- 2 Das Video wird von den falschen Zuschauern angeklickt, weil Ihr Vorschaubild „um jeden Preis“ auffallen will und/oder falsche Erwartungen hinsichtl. des Video-Inhalts weckt.

Für beide Szenarien gibt es eine Lösung: Setzen Sie auf ein **optimiertes, individuelles Vorschaubild!** Damit **steigern Sie die Klickzahlen Ihrer Wunschzuschauer** und wirken gleichzeitig positiv auf Ihr Ranking & Image ein. Das erreichen Sie aber nicht mithilfe der automatisiert erstellten Vorschläge von YouTube oder facebook. Diese Screenshots haben nicht nur eine geringe Bildqualität, sondern sind auch rein zufällig ausgewählt. Ob diese Thumbnails tatsächlich den Inhalt Ihres Videos widerspiegeln und Ihre Zielgruppe konkret ansprechen, ist daher reine Glückssache. Wie groß der Unterschied zwischen Screenshots und individuell gestalteten Vorschaubildern ist, das sehen Sie in dieser Gegenüberstellung:

Screenshot **VS.** Vorschaubild



Original Screenshot des 2D-Videos unseres Kunden NFON



Vorschaubild aus Illustrationen, inkl. Headline in Hausschrift & Call-to-Action-Button



Original Screenshot des 3D-Videos von Merx



Vorschaubild aus verschiedenen Elementen des Videos, inkl. Copywriting



Original Screenshot unseres real gedrehten Content-Videos



Komposition aus einem extra Photoshoot, Grafiken, Headline & Call-to-Action

Wie Sie Ihre Vorschaubilder optimieren können, erfahren Sie Schritt für Schritt auf [Seite 5](#).

Ihre Vorteile im Überblick:

- höhere Klickzahlen durch optimierte Zielgruppenansprache
- besseres Markenimage & Ranking
- höherer Erinnerungseffekt dank einer Marke mit Wiedererkennungswert

Was ein optimiertes Vorschaubild ausmacht:

- Das Thema des Videos wird veranschaulicht.
- Die richtigen Zuschauer werden zum Klick animiert.
- Fotos, Grafik- und Textelemente ergeben eine harmonische Gesamtkomposition.
- Das Vorschaubild wird auf allen End-Geräten korrekt angezeigt, weil Auflösung, Format und Größe perfekt zum jeweiligen Kanal passen.
- Ihr Vorschaubild hat einen hohen Wiedererkennungswert dank der Marken-spezifischen Design-Elemente, die man bereits von Website & Co. kennt.

Wie Sie sehen, steckt weit mehr hinter diesem Bild, als Sie zunächst vermuten.

Damit Ihr Video den bestmöglichen ersten Eindruck hinterlässt, haben wir für Sie unsere **Experten-Tipps für Klickraten-optimierte Vorschaubilder** zusammengestellt. Die [Checkliste](#) auf der nächsten Seite hilft Ihnen, Ihr Ziel zu erreichen!

Wir helfen Ihnen gerne!

Sie möchten mehr über optimierte Video-Vorschaubilder erfahren oder haben eine andere Frage zum Thema „Videos“? Wir stehen Ihnen zur Seite! [Kontaktieren Sie uns einfach](#) und lassen Sie sich unverbindlich beraten.



Clemens Groche

Geschäftsführer

+49 6151 / 27646813

info@videoboost.de

Checkliste

In 8 Schritten zum Klickraten-optimierten Vorschaubild

1. Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe hinein und fragen Sie sich: „Was habe ich als Zuschauer davon, wenn ich mir dieses Video ansehe? Was ist der **Mehrwert?**“. Dazu können Sie auch noch mal in Ihren Fragebogen schauen, den Sie beim Projektstart mit uns ausgefüllt haben.
2. Schreiben Sie den **Inhalt Ihres Videos** in einem Satz auf.
3. Überlegen Sie sich eine tolle **Headline für Ihr Video**, die Neugierde und Interesse weckt. Aber Vorsicht: Die Headline sollte kurz & knackig sein, weil das Thumbnail oft nur klein angezeigt wird und der Text daher entsprechend groß sein muss. Im Text kürzen kennen wir uns aus. [Wir beraten Sie gerne dabei!](#)
4. Wählen Sie Bildelemente, die **Ihre Botschaft unterstreichen**. Berücksichtigen Sie dabei aber auch die Vorlieben Ihrer Zielgruppe: Wenn Ihre Zielgruppe nüchterne, seriöse Bildelemente bevorzugt, sind auffällige, plakative Elemente die falsche Wahl.
5. Nutzen Sie die **Originaldateien** Ihres Videos, um die Elemente im Bild optimal anzuordnen. Sie haben keine Originaldateien zur Hand? Kein Problem – [melden Sie sich einfach bei uns!](#)
Tipp: In manchen Fällen wird ein Playbutton in der Mitte des Thumbnails angezeigt. Kalkulieren Sie das bei der Positionierung von Text und Bild mit ein.
6. YouTube, facebook & Co. bevorzugen unterschiedliche **Auflösungen**. Ihr Vorschaubild sollte daher immer in der Auflösung angelegt werden, die für den jeweiligen Kanal tatsächlich geeignet ist. Für YouTube empfehlen wir 1.280 x 720 px.
7. Wenn die Auflösung stimmt, dann können Sie mit dem Designen beginnen und Ihre Text- und Bildelemente positionieren. Idealerweise lassen Sie dabei auch Ihre **Branding-Richtlinien** einfließen, z.B. in Form Ihrer Hausschrift und Corporate-Colors.
8. Auch beim Exportieren Ihres fertigen Bildes sollten Sie einen Blick auf die **Richtlinien** des jeweiligen Kanals werfen: YouTube bspw. empfiehlt das jpeg-Format und eine maximale Größe von 2MB.

Und fertig ist Ihr optimiertes Vorschaubild!

Sie haben nicht ausreichend Zeit, um ein optimiertes **Video-Vorschaubild** selbst zu erstellen?

[Jetzt Ihre Anfrage stellen](#)