

Der Youtube-Boycott und seine Folgen

Es gibt im gesamten Internet wohl kaum eine andere Webseite, die sich in den vergangenen Jahren so rasant entwickelt hat, wie die Videoplattform YouTube. Im Februar 2005 gegründet wurde das Unternehmen bereits im darauffolgenden Oktober um eine gigantische Summe von Google aufgekauft. Mittlerweile ist YouTube weltweit die zweitgrößte Suchmaschine und die am dritthäufigsten besuchte Seite nach Google und Facebook.

In Zahlen ausgedrückt, heißt das, dass YouTube über eine Milliarde Mal pro Tag besucht wird. Aus diesem Grund ist die Internetseite seit dem Jahr 2007 eine der besten Plattformen für Werbeschaltungen großer, wie auch kleiner Unternehmen.

Doch auch bei dieser Größe – oder gerade deswegen – gibt es Schattenseiten: In den vergangenen Wochen hallte ein Aufschrei bezüglich der Marken-Sicherheit größerer Unternehmen durch das Internet: Google habe die Forderung nach sichereren Werbefeldern in seinem Video-Portal vernachlässigt. Auf YouTube liefen demnach Werbespots auch vor Videos, die Gewalt, Fremdenhass oder sexuelle Inhalte enthielten. Dies war für international erfolgreiche Marken Grund genug, das Werbebudget für die Videoplattform zu kürzen. Dadurch hat Google, nach derzeitigen Einschätzungen, bereits 750 Millionen US-Dollar verloren – 7,5 Prozent des Jahresumsatzes.



TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN

So funktioniert digitales Marketing

Alex Mayr ist Leiter der Digitalen Werbeagentur Südtirol Online Marketing



Jüngst hat eine Debatte über Markensicherheit die Videoplattform Youtube erschüttert. Werbekunden reagierten mit einem Boykott. Experten zufolge wird er aber nicht lange anhalten. Shutterstock

Das Thema um die Markensicherheit zeigt 2 Punkte ganz deutlich auf: Zum einen hat der Markt videobasierter Werbung nun Marktreife erreicht, was verständlicherweise mit immer steigender Qualitätsanforderung einhergeht. Und zum anderen hat die kürzlich geführte Debatte um „Fake-News“ die Bevölkerung dermaßen sensibilisiert, dass Unternehmen nun verstärkt nach sicheren Werbemöglichkeiten Ausschau halten.

Nach der durchgängigen Meinung von Online-Marketing-Managern und -Experten wird dieser Boykott gegen Google jedoch nicht lange anhalten, denn dafür wäre das Google-Netzwerk aus Markensicht zu effektiv. Im Gegenteil werde aber die gesamte Online-Werbung langfristig davon profitieren und qualitativ hochwertigere Digitalkanäle für Marken bereitstellen.

Auch YouTube hat bereits seine ganz persönlichen Konse-

quenzen daraus gezogen und arbeitet derweil an verschiedenen Lösungen zur Klassifizierung seiner Videos. Die größte Herausforderung für das Unternehmen ist dabei sicherlich die schier unendliche Menge der Medien, denn jede Minute werden 300 Stunden Videomaterial auf die Plattform hochgeladen. Tendenz steigend.

alex.mayr@suedtirolonline.com

© Alle Rechte vorbehalten

6.

Südtiroler Führungs-Forum 2017

„...eigene Grenzen überschreiten“

Für Unternehmer und Führungskräfte Arbeit 4.0

Am Freitag, 12. Mai 2017, 13.30–18.00 Uhr

im IDM Südtirol - Alto Adige
Siemensstraße 19, 39100 Bozen
Anmeldefrist: 5. Mai 2017

Informationen und Anmeldung

Staff & Line Personnel Management
+39 0471 964240, info@staff-line.it

Tagungsgebühr: 240 € + MwSt. (inkl. Coffee Break, Weinverkostung, Buffet & Give-aways)

2+1 Aktion: Bei 2 Teilnehmern desselben Unternehmens ist der 3. Teilnehmer gratis dabei.

Organisiert von:



In Zusammenarbeit mit:



Mit Beiträgen von:



Referent 4

Prof. Dr. Rudolf Schönhuber, MBA

Primar i.R. Neurologie
Regionalkrankenhaus
Bozen, im wissenschaftlichen Beirat von Cochrane
Neurological Sciences,
Vizepräsident der Multip-
len Sklerose Vereinigung
Südtirol



Referent 5

Tim Cole
Internet-Publizist, Autor,
Kolumnist, Chefredakteur
des Magazins „Smart
Industry – the IoT Business
Magazine“



Moderator

Horst Völser, M.Sc.
Senior-Partner von
ROI TEAM CONSULTANT



Referent 1

Prof. Dr. Mirco Tonin PhD

Professor an der Fakultät
für Wirtschaft und
Management an der
Freien Universität Bozen,
Kolumnist, Autor



Referent 2

Dipl. Ing. Thomas Heyer

Experte für
Informations-Management



Referent 3

Dr. Johannes Schneebacher

Generaldirektor Südtiroler
Volksbank AG