



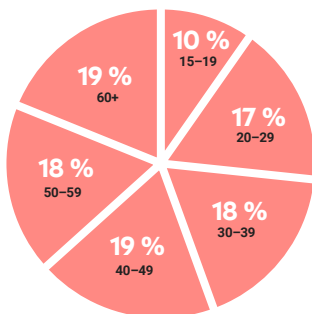
MIT YOUTUBE IHRE ZIELGRUPPE ERREICHEN

In Österreich erreicht YouTube **6,5 Millionen Erwachsene** pro Monat.¹

Daher bietet YouTube passende Lösungen für **jedes Ihrer Marketingziele**. Durch die Plattform werden besonders aufmerksame Nutzer:innen angesprochen. Sie besuchen YouTube mit der Absicht, **sich gezielt Videos anzuschauen**. Dadurch erreicht Werbung auf YouTube überdurchschnittlich hohe **Sichtbarkeits-** und **Hörbarkeitswerte**.

YouTube erreicht in Österreich Nutzer:innen über alle demografischen Segmente hinweg.²

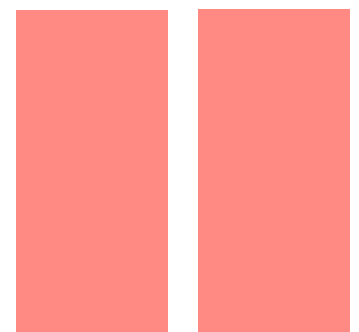
73 Prozent aller österreichischen YouTube-Nutzer:innen sind 30 Jahre oder älter.



6,5 Mio.

UNIQUE USERS IN ÖSTERREICH¹

50 % 50 %



Frauen²

Männer²

MEHR ALS

3 Mio.

MENSCHEN IN ÖSTERREICH HABEN
IM DEZEMBER 2021 YOUTUBE
ÜBER EIN **TV-GERÄT** GESCHAUT.²

40 Min.

entspricht die tägliche durchschnittliche YouTube-Sehdauer der Erwachsenen in Deutschland.⁴

96 %

aller YouTube-Videoanzeigen starten mit Ton und sind hörbar.⁵

96 %

aller YouTube-Videoanzeigen sind sichtbar nach MRC-Standard.⁵

¹ Quelle: YouTube interne Daten, März 2022. Personen ab 18 Jahren.






























² Quelle: Republik MindTake Research, Dezember 2020.

³ Quelle: YouTube interne Daten, Dezember 2021.

⁴ Quelle: Desktop, Mobile, Tablet und Wohnzimmer einschließlich Co-Viewing. Juli 2020. Basierend auf internen Google-Daten.

⁵ Quelle: Google, Daten zu Werbeplattformen, Global, September 2018.

VIDEOLÖSUNGEN

MARKETINGZIEL	LÖSUNG	ANZEIGENFORMAT & LÄNGE	EINKAUFS-KANAL	EINKAUFS-WORKFLOW	GEBOTE & PREISE
MAXIMIERUNG VON REICHWEITE & MARKENBEKANNTHEIT	Video Masthead Besetzen Sie den prominentesten Platz auf der YouTube-Startseite und des Home-Feeds. Damit ziehen Sie alle Blicke der Zuschauer:innen auf sich, wenn sie die Plattform besuchen.	 Automatische Wiedergabe Ohne Ton		Reserve (Insertion Order und DV360) fester TKP-Preis	7,44 € TKP Run of Network + 1,10 € Targeting-Aufpreis ¹
	Bumper Ads Vermitteln Sie Ihre Botschaft mit diesem effektiven 6-Sekunden-Videoanzeigenformat. Performt insbesondere auf mobilen Endgeräten.	 Nicht überspringbar 6-Sekunden-Video	 	Auktionsbasiert & Instant Reserve	3,50 € – 5,20 € TKP ²
	TrueView for Reach Mit diesem überspringbaren Videoanzeigenformat erreichen Sie die größte Anzahl von Unique Usern. Es optimiert auf höchst effiziente Impressionen zu geringen TKPs.	 Überspringbare Videoanzeige Unbegrenzte Länge	 	Auktionsbasiert & Instant Reserve	3,20 € – 5,50 € TKP ²
	Video Reach Campaign Mixes for Reach Effizienter Format-Mix aus Bumper Ads und überspringbaren Anzeigen durch dynamische Reichweitenoptimierung. Dank maschinellen Lernens erzielen Sie eine höhere Nettoreichweite zu geringeren Kosten pro Unique User.	 Automatisierter Anzeigenformat Mix Kombination aus TrueView for Reach und Bumper Ads	 	Nur auktionenbasiert	2,90 € – 5,90 € TKP ²
	Non-Skippable Video Ads Vermitteln Sie Ihre Botschaft in voller Länge und steigern Sie die Durchsichtsraten Ihrer Anzeigen. Einfache TKP-basierte Abrechnung und die Möglichkeit, zusätzliches Zielgruppen-Targeting zu nutzen.	 Nicht überspringbar 15/20-Sekunden-Video	 	Auktionsbasiert & Instant Reserve	5,50 € – 8,00 € TKP ²
	Audio Ads (Beta) Erweitern Sie Ihre Reichweite auf zusätzliches Inventar und erreichen Sie die Nutzer:innen, wenn sie sich YouTube-Content hauptsächlich anhören.	 Nicht überspringbar 15-Sekunden-Video <small>Fokus auf Audiokomponente</small>	 	Nur auktionenbasiert	3,70 € – 5,00 € TKP ²
CONSIDERATION – AUFBAU VON KAUFBEREITSCHAFT	TrueView In-Stream Zahlen Sie nur, wenn Nutzer:innen sich Videoanzeigen Ihrer Marke oder Ihrer Produkte ansehen oder damit interagieren.	 Überspringbare Videoanzeige Unbegrenzte Länge	 	Nur auktionenbasiert	0,02 € – 0,06 € CPV ²
	In-Feed Video for Consideration Seien Sie präsent, wenn Nutzer:innen neue Inhalte im YouTube-Startseiten-Feed, auf der Wiedergabeseite und in den Suchergebnissen entdecken.	 Click-to-Play-Videoanzeige Unbegrenzte Länge	 	Nur auktionenbasiert	0,05 € – 0,09 € CPV ²
ACTION	Video Action Campaigns Fördern Sie Lower-Funnel-Aktionen, wie z. B. Website-Klicks und Conversions. Optimierte über verschiedene Anzeigenformate hinweg wie In-Stream, Startseiten-Feed, Watch Next, YouTube Shorts, Connected TV und GVP.	 Überspringbare Videoanzeige mind. 10 Sek., unbegrenzte Länge	 	Nur auktionenbasiert	TKP variiert; Target CPA Max Conversions
	Discovery Ads Inspirieren Sie die Nutzer:innen durch Hervorheben Ihrer Marke und Ihrer Produkte in einem swipeable Image Carousel mit nativem Rendering in den Google-Properties YouTube und Gmail.	 Hochauflösende Lifestyle imagery		Nur auktionenbasiert	TKP variiert; Target CPA Max Conversions tROAS
	Universal App Campaigns Nutzen Sie das volle Potenzial des maschinellen Lernens und erreichen Sie Nutzer:innen in den größten Google-Properties (Search, Play, Display, YouTube und Gmail), um App-Installationen und App-Engagement zu fördern.	 Überspringbare Videoanzeige Unbegrenzte Länge		Nur auktionenbasiert	TKP variiert; CPI Target CPA tROAS



Für eine detaillierte Planung auf Basis Ihrer individuellen Kampagneneinstellungen empfehlen wir den **Google Ads-Reichweiten-Planer**, der jetzt auch TV-Daten enthält. Mit diesem Tool können Sie den optimalen Mix aus YouTube und TV zur Maximierung Ihrer medienübergreifenden Reichweite planen.

¹ Standard-Targeting ohne Aufpreise: Frequency Capping, Land, Sprache

Non-Standard-Targeting-Aufpreis pro Layer: Demo, Plattform-Modifikation, Elternstatus, Affinitäten/Interessen, Geo (Bundesland, Stadt usw.).

² Benchmarks, Q2 2022. Tatsächliche Werte können abweichen. Es können saisonale Schwankungen auftreten.

MIT YOUTUBE SELECT DAS BESTE AUS YOUTUBE HERAUSHOLEN

YOUTUBE SELECT VERBINDET MARKEN

MIT **NUTZER:INNEN**, DIE SICH DIE **BELIEBTESTEN INHALTE** AUF YOUTUBE ANSEHEN, UND SORGT DAFÜR, DASS SIE **RELEVANT BLEIBEN.**



YouTube Select bietet Marken relevante Reichweite in den beliebtesten YouTube-Umfeldern.



Steigern Sie mit YouTube Select die Bekanntheit Ihrer Marke und Ihren ROI.



Google Ads



Display & Video 360

(Auktion und Instant Reserve)



Non-Skippable Video Ads (20")



Bumper Ads (6")

LINEUPS¹

Lineups bieten die beliebtesten Inhalte von YouTube nach Themen, Zielgruppen oder saisonalen Momenten.

10 € – 18 €

6 € – 9 €

Dynamischer Preis über Auktion/Instant Reserve. Für eine detaillierte Planung auf Basis Ihrer individuellen Kampagneneinstellungen empfehlen wir den



GOOGLE ADS REACHPLANNER

CUSTOM SOLUTIONS¹

Custom Solutions sind maßgeschneiderte Pakete, die dabei helfen, Ihre Marketingziele zu erreichen.

10 € – 18 €

6 € – 9 €

Dynamischer Preis über Auktion/Instant Reserve.

MOMENTS

Moments sind exklusive Pakete, die Marken eine hohe Sichtbarkeit bei großen Live-Events liefern, wie z. B. einem großen Sportevent oder einem Musikfestival wie Coachella.

Fester Paketpreis

Alle Preise in TKP

YouTube Kids

YouTube Kids – eine App, die speziell für Kinder entwickelt wurde. Mit YouTube Kids können Kinder in einer sicheren Umgebung eigenständig eine Vielzahl von Videos entdecken. Dabei behalten Eltern und Erziehungsberechtigte den Überblick darüber, wie die Kinder die App nutzen.

	Run of App	Content Maturity Level/Content Lineups	Takeover Sponsorships
Non-skippable Video Ads (max. 20 Sek.)	13 €	16 €	23 €
Skippable Video Ads (max. 60 Sek.)	10 €	13 €	20 €

Ausschließlich Reserve-Buchungen, Buchungen über Google Ads oder DV360 nicht möglich

Alle Preise in TKP

YOUTUBE-STORNIERUNGS-RICHTLINIE FÜR RESERVE- UND FESTPAKET-BUCHUNGEN

Video Masthead, YouTube Select, YouTube Kids

Für Reserve- und Festpaket-Buchungen ist der Abschluss einer schriftlichen Vereinbarung mit Google erforderlich. Um Stornierungsgebühren zu vermeiden, muss eine schriftliche Mitteilung außerhalb der Stornierungsfrist eingehen. Bitte kontaktieren Sie hierfür Ihre Google-Ansprechperson. Für Stornierungen können je nach Einhaltung bestimmter Stornierungsfristen Gebühren anfallen.

RESERVE-BUCHUNGEN

Video Masthead, YouTube Select Lineups, YouTube Select Custom Solutions, YouTube Kids

Kostenfreie Stornierung
Schriftliche Stornierungsmittteilung mind. 14 Tage vor dem Startdatum der Kampagne.

Kostenpflichtige Stornierung
Schriftliche Stornierungsmittteilung zwischen 13 und 7 Tage vor dem Startdatum der Kampagne: Es sind die Kosten für die ersten 6 Tage des reservierten Inventars zu entrichten. Erfolgt der Eingang der Stornierung nach Ablauf des vorgenannten Zeitraums (z. B. 4 Tage vor dem Startdatum der Kampagne), sind die gesamten Kosten für das reservierte Inventar zu entrichten.

FESTPAKET-BUCHUNG

YouTube Select Moments

Kostenfreie Stornierung
Schriftliche Stornierungsmittteilung mind. 30 Tage vor dem Startdatum der Kampagne.

Kostenpflichtige Stornierung
Schriftliche Stornierungsmittteilung zwischen 29 und 15 Tage vor dem Startdatum der Kampagne: Es sind 50 Prozent der Kosten für die gebuchten Leistungen zu zahlen. Erfolgt der Eingang der Stornierung nach Ablauf des vorgenannten Zeitraums (z. B. 14 Tage vor dem Startdatum der Kampagne), sind die gesamten Kosten für das reservierte Inventar zu entrichten.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die aufgeführten Preise stellen keine rechtlich verbindliche Verpflichtung dar. Eine solche Verpflichtung wird allein durch einen zwischen allen beteiligten Parteien abgeschlossenen schriftlichen Vertrag geschaffen. Agentur- und Kundenrabatte sind nur auf Festbuchungen anwendbar, die in den Mediadaten als „Reserve-Buchung“ oder „Festpaket-Buchung“ gekennzeichnet sind. Reserve- und Festpaket-Buchungen unterliegen einem Mindestbuchungsvolumen von 7.000,- € netto. Umsätze von Kampagnen, die auktionenbasiert gebucht werden, können nicht auf das Mindestbuchungsvolumen angerechnet werden. Alle Angaben sind ohne Gewähr. Preisänderungen bleiben vorbehalten.

Für die jeweiligen Buchungen gelten abschließend die jeweils schriftlich vereinbarten Bedingungen der Google-Werbevereinbarung. Für weitere Informationen zu den einzelnen Produkten und individuellen Lösungen wie Sponsorships kontaktieren Sie bitte Ihre Google-Ansprechperson.

Spezifikationen zu Werbemitteln finden Sie unter folgendem Link: www.youtube.com/advertisede

¹ Standard-Targeting ohne Aufpreis: Frequency Capping, Land, Sprache.

Nicht-Standard-Targeting-Aufpreis pro Layer: Demo, Plattform-Modifikation, Elternstatus, Affinitäten/Interessen, Geo (Bundesland, Stadt usw.).



UMSATZSTEIGERUNG DANK YOUTUBE

WIE WIRKT YOUTUBE-WERBUNG AUF UMSÄTZE IN DER KONSUMGÜTER-BRANCHE?

Unser Partner Nielsen hat die Abverkaufswirkung von YouTube in drei Hauptdimensionen analysiert: **Effektivität, Effizienz, Skalierungspotenzial.**

ANSATZ

In einer Meta-Analyse hat Nielsen Ergebnisse zur Abverkaufswirkung von YouTube aus **144 einzelnen Marketing-Mix-Modellen (MMMs)** untersucht. Die Modelle wurden von Nielsen zwischen 2017 und 2021 für deutsche Konsumgüterhersteller aus den Bereichen **Lebensmittel und Getränke, Gesundheit und Körperpflege** sowie **Haushaltsartikel** und **Heimtierbedarf** erstellt. Jedes der Modelle enthält separate Ergebnisse zum Abverkaufseffekt und ROI von YouTube-Werbung. Im Rahmen der Meta-Analyse wurden die YouTube-Ergebnisse aggregiert und mit den Ergebnissen anderer in den Studien gemessener Werbekanäle verglichen.

144 MMMs AUS DEUTSCHLAND

102 KONSUMGÜTER-MARKEN

5 KONSUMGÜTER-KATEGORIEN

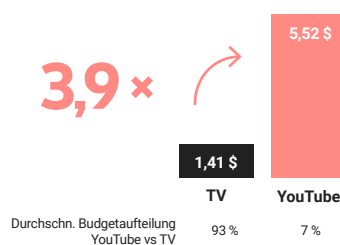
ERGEBNISSE

EFFEKTIVITÄT

Wie viel inkrementeller Umsatz entsteht durch YouTube im Vergleich zu anderen Medien?

YouTube ist ein äußerst effektiver Umsatztreiber für Werbetreibende aus der Konsumgüter-Branche. In der Mehrzahl der analysierten MMMs hat YouTube mehr Umsatz pro Werbekontakt erzielt als TV. Bezogen auf alle MMMs, die zwischen 2017 und 2021 Ergebnisse zu YouTube und TV enthielten, ist YouTube im Durchschnitt **3,9-mal effektiver** als TV.¹

Effektivitätsvergleich (Umsatz pro tausend Werbekontakten): **YouTube vs. TV**

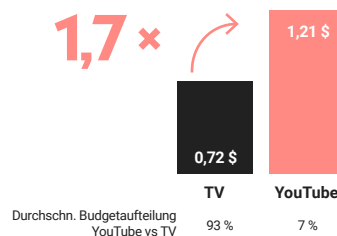


EFFIZIENZ

Wie effizient ist YouTube als Umsatztreiber, d. h., wie hoch ist der Return on Investment (ROI) im Vergleich zu anderen Medien?

Werbung auf YouTube ist nicht nur effektiv, sondern auch effizient: Auf dem aktuellen Investitionslevel liefert Werbung auf YouTube einen höheren ROI als Werbung im TV. Bezogen auf alle MMMs, die zwischen 2017 und 2021 Daten zu YouTube und TV enthielten, lag der YouTube-ROI im Durchschnitt **1,7-mal höher** als der TV-ROI.²

YouTube-ROI im Vergleich zu TV

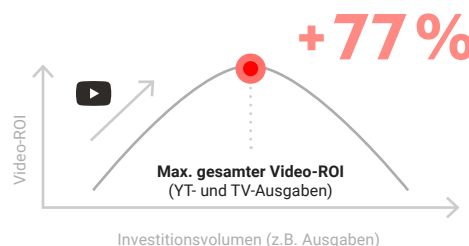


SKALIERUNGSPOTENZIAL

Bieten die aktuellen YouTube-Werbeinvestitionen bereits maximale Rentabilität oder kann der ROI durch weitere Skalierung weiter erhöht werden?

Das Investitionsniveau auf YouTube ist noch nicht ausgeschöpft und bietet Potenzial für weitere Skalierung: In **83 Prozent der analysierten MMM-Studien konnten YouTube-Werbeinvestitionen erhöht werden**, um den gesamten Video-ROI (YouTube + TV) zu maximieren. Über alle Studien hinweg wurde zur Maximierung des gesamten Video-ROI durch Nielsen eine durchschnittliche **Erhöhung der wöchentlichen YouTube-Werbeinvestitionen um 77 Prozent** ermittelt.³

77 Prozent höhere YT-Budgets für maximalen Video-ROI



Nielsen MMM-Meta-Analyse, 2017–2021. Basis: eine von Nielsen zusammengestellte Auswahl von Marketing-Mix-Modeling (MMM)-Studien, die zwischen 2017 und 2021 erstellt wurden und in denen Ergebnisse für YouTube sowie TV enthalten sind.

¹ Der für TV gemessene inkrementelle Einzelhandelsumsatz entspricht dem Durchschnitt aller TV-Sender. Die YouTube-Effektivität betrug 5,52 US-Dollar im Vergleich zur TV-Effektivität von 1,41 US-Dollar pro tausend Impressionen. Die Effektivität ist definiert als zusätzlicher Gesamtumsatz pro 1.000 Impressionen (in USD). Studien wurden ausgeschlossen, wenn einer der beiden Kanäle einen CPM < \$0,05 oder CPM > \$1.500 hatte. Die Effektivitätsangaben sind impressionsgewichtete Durchschnittswerte über alle Studien hinweg für jeden Kanal.

² Der für TV gemessene inkrementelle Einzelhandelsumsatz entspricht dem Durchschnitt aller TV-Sender. Der YouTube-ROI betrug 1,21 US-Dollar im Vergleich zum TV-ROI von 0,72 US-Dollar. Der ROI ist definiert als inkrementeller Einzelhandelsumsatz pro Medium dividiert durch die jeweiligen Werbeausgaben. Die ROI-Angaben sind ausgangsgewichtete Durchschnittswerte über alle Studien hinweg für jeden Kanal.

³ Der für TV gemessene inkrementelle Einzelhandelsumsatz entspricht dem Durchschnitt aller TV-Sender. Der ROI ist definiert als inkrementeller Einzelhandelsumsatz pro Medium dividiert durch die jeweiligen Werbeausgaben. Die Simulations-Software Market Planner von Nielsen wurde verwendet, um eine Prognose der ROI-Performance zu erstellen und das optimale wöchentliche Impressionsniveau für YouTube und TV zu ermitteln.

