

# Die 10 wichtigsten Video KPIs

Bei mehr als 500 möglichen KPIs allein auf Facebook und YouTube kann man schnell den Überblick verlieren. Je nach Ziel sind die KPIs jedoch notwendig, um Erfolge messbar zu machen und Handlungsempfehlungen zur Optimierung abzuleiten.

Diese Übersicht umfasst die 10 wichtigsten KPIs für Videomarketing, die für unsere Kunden am häufigsten relevant sind.

## **Aufrufe**

Ein Videoaufruf wird gezählt, wenn ein Nutzer ein Video mindestens 30 Sekunden lang ansieht (bei kürzeren Videos das gesamte Video) oder mit dem Video interagiert. Als Interaktionen mit Videos gelten beispielsweise Klicks auf CTA-Overlays (Call-to-Action), Infofelder und Companion-Banner.

## **Aufruftrate**

Mit diesem Messwert wird der Prozentsatz der Nutzer erfasst, die Ihr Video angesehen haben, nachdem ihnen zuvor der Video-Thumbnail angezeigt wurde.

**Click-Through –  
Rate (CTR)**

Der durchschnittliche Cost-per-Click (CPC) ist der Betrag, der für Ihre Anzeigen berechnet wird, getrennt durch die Gesamtzahl der Klicks. Hinweis: Der durchschnittliche CPC entspricht nicht dem maximalen CPC, bei dem es sich um den Höchstbetrag handelt, den Sie für einen Klick auf eine Anzeige zu zahlen bereit sind. Für einen einzelnen Klick wird Ihnen in keinem Fall ein höherer Betrag berechnet als der von Ihnen

**Durchschnittlichen  
Kosten pro View  
(CPV)**

Der durchschnittliche Betrag, den Sie zahlen, wenn ein Nutzer Ihre Anzeige ansieht.

Der durchschnittliche CPV wird anhand der Gesamtkosten aller Anzeigenaufrufe geteilt durch die Anzahl der Anzeigenaufrufe ermittelt. Der durchschnittliche CPV ist nicht dasselbe wie Ihr maximaler CPV. Ihr maximaler CPV ist die Höchstsumme, die Sie bereit sind, für einen Anzeigenaufruf zu zahlen.

**Durchschnittlicher  
Tausend-Kontakt –  
Preis (TKP/CPM)**

CPM steht für Cost-per-1000-Impressions.

## **Engagement-Rate / Interaktionsrate**

Der Wert für "Interaktionsrate" gibt an, wie oft Nutzer mit Ihrer Anzeige interagieren, nachdem sie ausgeliefert wurde. So finden Sie heraus, wie effektiv die Anzeige ist. Die Interaktionsrate ergibt sich aus der Anzahl der Anzeigeninteraktionen geteilt durch die Anzahl der Auslieferungen, die auch als Impressionen bezeichnet werden.

## **Impressionen**

Impressionen geben an, wie oft Ihre Anzeige gesehen wird. Anhand der Impressionen wird auch die Klickrate (Click-through-Rate – CTR) berechnet, anhand derer Sie feststellen können, wie effektiv Ihre Anzeige ist

## **Klicks**

Normalerweise weist ein Klick darauf hin, dass ein Nutzer an Ihrem Angebot interessiert ist oder unmittelbar eine Aktion ausführen möchte, beispielsweise das Installieren einer App oder das Klicken auf ein Video. Bedeutung: Anhand der Klicks erkennen Sie, wie ansprechend Ihre Anzeige für die Personen ist, für die sie geschaltet wird. Wenn Sie wissen, wie viele der Nutzer, die Ihre Anzeigen sehen (Impressionen), auch darauf klicken, können Sie beurteilen, wie erfolgreich Ihre Anzeigen sind.

## **Videowiedergabe in %**

Der durchschnittliche prozentuale Anteil, den Personen von Ihrem Video gesehen haben.