



⊖ eight miles high.

「VIDEO MARKETING」 FÜR B2C MARKEN IN 2026

Wie führende Marken mit einem skalierbaren Video-System auf Social Media kontinuierlich Reichweite aufbauen, Vertrauen schaffen und treue Markenfans generieren.

das komplette Video-System für deine Marke —————>

DIE REALITÄT IN 2026

Video ist nicht mehr “nice to have” - es ist der neue Standard!

Plattformen wie Instagram und TikTok, werden neben Youtube immer mehr als Suchmaschine verwendet. 95% der Käufer nutzen Video für ihre Produkt-Recherche.

Kurz-Formate dominieren die Algorithmen

Kurzform Videos dominieren die Plattformen. Algorithmen bevorzugen kurze, serielle Formate mit hoher Konsistenz.

Authentizität & Storytelling wird zum entscheidenden Faktor

AI-Slop überflutet die Feeds. Echte Menschen, echte Locations, echte Geschichten und authentisches Storytelling performen besser als Stock-Footage.
Plattformgerechte, native Formate gewinnen gegen klassische Werbefilme.

die Challenge FÜR **MARKETING-TEAMS**

Mangelnde Performance sorgt für weniger Investitionen und Budgets im Video-Marketing, obwohl diese der beste und schnellste Wachstumsmotor für B2C Marken sind.

Eine mangelnde Performance liegt aber nicht am Budget, sondern an den folgenden Punkten.

Fehlende Content-Architektur

Content entsteht reaktiv statt strategisch, ohne klare Funnel-Logik.

Unklare Formate

Jedes Video wird neu gebrieft, neu konzipiert, neu produziert.
Keine Skalierbarkeit ohne wiederkehrende Serien-Formate.

Ineffiziente Produktionen

Wechselnde Dienstleister, permanente Abstimmungsschleifen, ohne ganzheitliche und übergreifende Strategie.

Kein Social-First Ansatz

Hooks, Video-Formate und Ästhetik sind nicht plattformgerecht optimiert und Formate haben kaum Wiedererkennbarkeit im Feed.

“42% aller Marketer sagen, dass es ihre größte Herausforderung ist, mit entwickelnden Social-Media-Trends Schritt zu halten. Dennoch berichten Teams, die konsequent neue Formate testen, signifikant häufiger von einem Jahr-für-Jahr-Wachstum beim Engagement.”

Sprout Social Index, 2024

WAS FUNKTIONIERT UND WAS NICHT MEHR!

WAS **NICHT** MEHR FUNKTIONIERT

Always-On Content

Wöchentlich einzelne Posts produzieren ohne übergeordnete Story oder Format-Logik.

Posting Frequenz

Hauptsache täglich posten, egal ob der Content gut ist oder eine klare Rolle hat.

Studio Polish & Stock-Footage

Perfekt ausgeleuchtete, generische Produktvideos ohne menschliche Verbindung.

Einzel Videos

Ein großes Video alle paar Monate produzieren und hoffen, dass es viral geht.

Vanity-Metriken

Erfolg an Views oder Follower-Zahlen messen, ohne zu verstehen, was danach passiert.

WAS IN **2026** FUNKTIONIERT

Creative Storytelling in Serien

Mehrteilige wiederkehrende Video-Formate mit emotionalen Storytelling.

Mehr Tiefe statt Masse

Weniger Posts, dafür Formate mit hoher Watchtime, mehr Shares und echter Interaktion.

Authentizität

Echte Menschen, echte Orte, Einblicke hinter die Kulissen. Auch wenn es nicht perfekt ist.

Wiederkehrende Formate

Skalierbare feste Formate mit klarer Erwartung für unterschiedliche Rollen entlang der Customer Journey.

Echte Engagement-Metriken & Funnel-Denken

Wie lange schauen Menschen wirklich zu? Wie oft wird geteilt? Bleiben Follower aktiv? Und wie bekommt man die Zuschauer auf die eigenen Kanäle (E-Mail, Chat-Rooms, Events)?

DAS **SYSTEM**

Social Media skaliert 2026 nicht mehr über einzelne Postings, sondern über kontinuierliche Präsenz, klare Video-Formate und ein System, das Woche für Woche funktioniert.

Dieses **System** zeigt dir, wie führende Marken mit **5 Schritten** ihre Video-Strategie 2026 aufbauen.

01

Kanal-Archetpyen

Die Positionierung deiner Kanäle entlang deiner Markenstory

02

Social-First Funnel

Das Grundgerüst deiner Strategie

03

Content Säulen

Die inhaltlichen Pfeiler für deine Marke

04

Serien-Formate

Der Motor für kontinuierlichen Output und Wachstum

05

Art Direction

Die unverkennbare Ästhetik deiner Marke

Schritt 01

KANAL ARCHETYPEN

Wenn du 2026 sichtbar wachsen willst, brauchst du einen Kanal-Archetypen. Nicht als „Label“, sondern als Leitplanke:

Er definiert deine Formate, Tonalität und sorgt für:

- Konsistenz über alle Inhalte hinweg
- klare Einordnung für die Zielgruppe
- stärkere Markenbindung
- weniger Chaos in der Umsetzung

Starte bewusst mit einem Archetypen pro Kanal. Wenn Ton, Look und Erwartung klar sind, kannst du später weitere Archetypen ergänzen. Die 4 typischen Archetypen sind:

EDUCATION

Du bist die Go-to-Quelle für „Wie geht X?“ und „So machen wir’s“.

INSPIRATION

Du verkaufst nicht das Produkt, sondern die das Lebensgefühl und die Identität, die mit deinen Produkten einhergehen.

DOCUMENTATION

Du dokumentierst den Weg: Alltag, Ups & Downs, Fortschritt. Deine Zuschauer sind direkt mit dabei.

ENTERTAINMENT

Du sorgst für Unterhaltung mit Humor, Empathie, Adrenalin oder Nostalgie bei deiner Zielgruppe.

Schritt 02

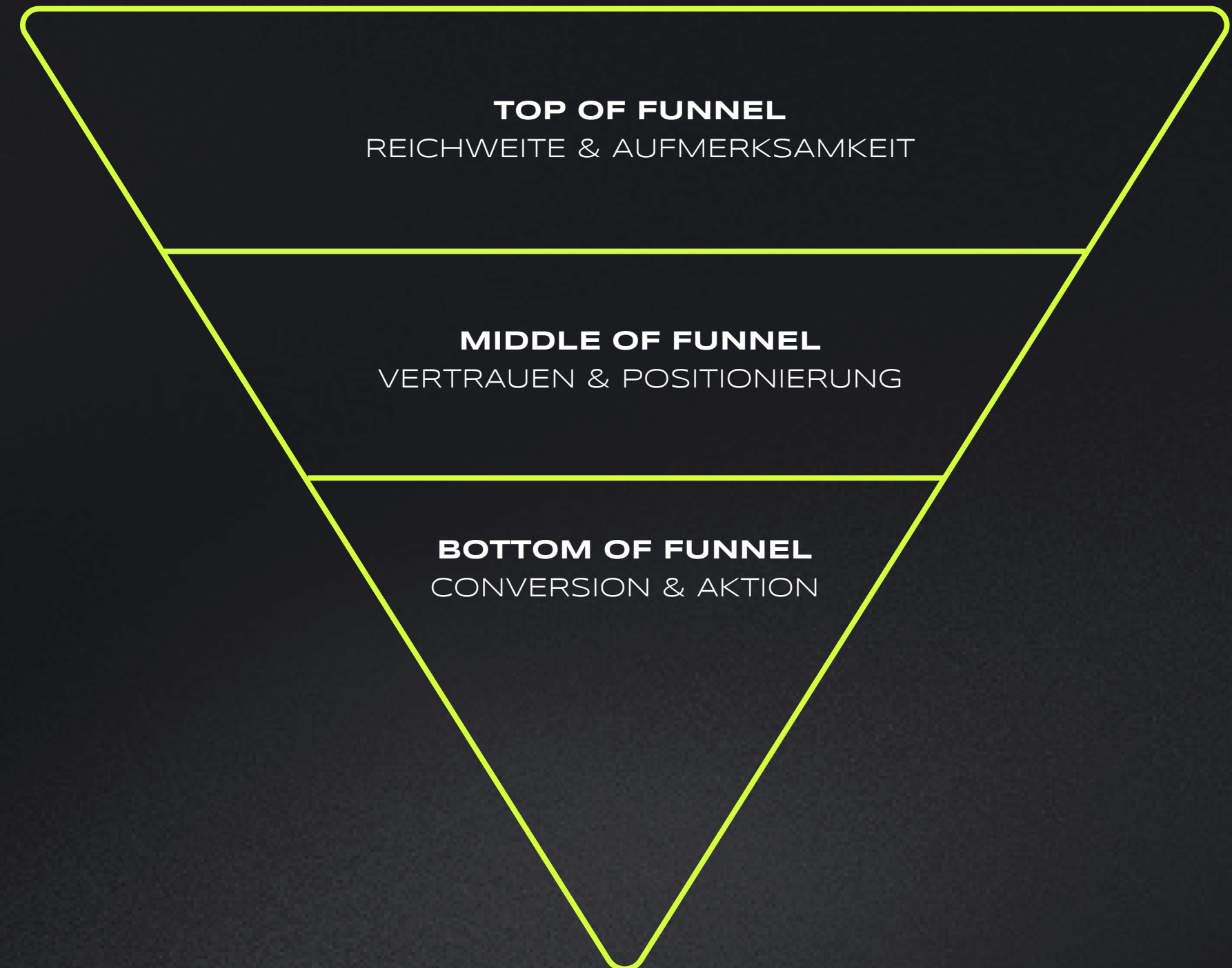
DER **SOCIAL-FIRST** FUNNEL

Videos ohne klare Rollen entlang der Customer Journey funktionieren nicht. Video-Formate entfalten ihre Wirkung nur dann, wenn sie strategisch eingeordnet sind:

- Welche Videos bauen Reichweite auf?
- Welche Formate schaffen Vertrauen?
- Welche Posts unterstützten die Conversion?

Typische Fehler sind:

- Der Versuch zu viele Ziele in ein Video zu packen
- Zu viel BoF & Produktlastiger Content



*Erfolg wird nicht mehr an Views gemessen, sondern an Engaged View Time, Like-to-Share Ratio und Follower Retention. Optimierte Content auf Tiefe statt Breite.

Schritt 02

DER SOCIAL-FIRST FUNNEL

⊖ eight miles high.

FUNNEL-STUFE	ZIEL	CONTENT	EFFEKT	VOLUMEN
AUFMERKSAMKEIT & REICHWEITE	Neue Zielgruppen erreichen und kulturell andocken	Kurze, inspirierende oder ästhetische Formate, die Emotionen, Situationen oder Ideen mit der Marke verknüpfen und im Feed auffallen und geteilt werden.	Höhere organische Reichweite, bessere Algorithmus-Signale, sinkende Paid-Kosten und eine wachsende Audience für alle weiteren Funnel-Stufen.	70%
VERTRAUEN & POSITIONIERUNG	Echten Mehrwert liefern und Vertrauen aufbauen.	Längere Formate, tiefere Einblicke, How-To's und Use Cases und echte Einblicke, die Werte, Kompetenz und den Nutzen deiner Produkte vermitteln.	Die Marke wird als Ressource wahrgenommen, Positionierung wird aktiv gesteuert und die Beziehung zur Zielgruppe vertieft.	20%
AKTION & HANDLUNG	Handlungen auslösen: Anfragen, Shop-Besuche oder Newsletter-Anmeldungen.	Klare Botschaften zu Produktvorteilen, USP's, ergänzt durch eindeutige Call-to-Actions.	Sie übersetzen Vertrauen in Handlung, mit konkretem Nutzen, Anwendung, Details und Social Proof.	10%

Schritt 03

CONTENT SÄULEN

Content Säulen sind deine strategischen Pfeiler, die unterschiedliche Aspekte deiner Marke zeigen und unterschiedliche Ziele verfolgen. Video- & Content-Formate ändern sich über die Zeit und werden optimiert. Aber deine inhaltlichen Säulen bleiben konstant an deine Markenstory und an deinen Funnel angepasst.



*Short-form Video wird 2026 zur Suchmaschine. Integriere Keywords natürlich in Captions, Titles und Dialogue – TikTok, Reels und YouTube Shorts sind die neuen Search Engines.

Schritt 04

SERIEN-FORMATE

Nachdem du deinen Kanal Archetypen festgelegt und deine Content-Säulen anhand deiner Markenstory definiert hast, geht es jetzt darum konkrete Video-Formate entlang deines Social-First Funnels zu entwickeln. Dein Fokus sollte auf wiederkehrenden Video-Formate, anstatt auf Einzelvideos liegen.

Diese Formate sind der Motor für einen kontinuierlichen Output und konstantes Wachstum, ohne dein Ressourcen und Budgets zu überreizen.

Wiederkehrende Formate:

- schaffen eine Gewohnheit bei deinen Zuschauern
- fallen stärker im Feed auf
- werden vom Algorithmus belohnt
- sorgen für eine effizientere Produktion und Ressourcen-Nutzung
- erfolgreiche Formate sind langfristig skalierbar

SERIEN-FORMATE

Die passenden Video-Formate für deine Marke zu entwickeln ist ein komplexes Thema und kann nicht auf einer einzigen Seite erklärt werden. Die folgenden Fragen, solltest du dir vor jedem neuen Video oder Serien-Format stellen:

01

Wer ist meine Zielperson, die ich anspreche?

- Welche Sehnsüchte hat sie, was interessiert und inspiriert sie und welche Problem möchte sie in ihrem Leben gelöst haben?

02

Emotion & Transformation

- Welche konkrete Emotion oder Transformation, sollen die Zuschauer nach dem Video fühlen?
- Und welche Rolle nimmt deine Marke und deine Produkte im Leben der Zielgruppe ein, um diese Transformation oder dieses Gefühl zu erreichen?

03

Haltung & Positionierung

- Für was steht deine Marke und was ist das Feindbild und wie kannst du das in deinen Video-Formaten übersetzen?
- Was kannst du kommunizieren, dass deine Produkte, deine Marke und dich einzigartig macht?

04

Inspiration & Weitsicht

- Welche erfolgreichen Ideen und Formate kannst du für deine Marke aus anderen Branchen adaptieren?

05

Performance & Hooks

- Egal wie gut deine Idee für sein mag. Die ersten Sekunden entscheiden, ob jemand dein Video anschaut oder weterskippt
- Frage dich: Sorgen die ersten 3 Sekunden für Kontext (ist das Video für mich relevant), Klarheit (was bekomme ich hier) und Neugierde (wieso sollte ich dran bleiben)?

Schritt 05

ART DIRECTION

Art Direction ist nicht “Look nice”. Sie ist dein Wiedererkennungs-Code im Feed. Wenn deine Formate der Motor sind, ist Art Direction das, was sorgt für:

- Sofortige Wiedererkennung (auch ohne Logo)
- Konsistenz über Monate (trotz wechselnder Inhalte)
- Höhere Watchtime (weil es vertraut wirkt)
- Premium-Wahrnehmung durch audiovisuelle Konsistenz (Look + Sound)

CHARAKTERE

Charaktere vermenschlichen deine Marke und sorgen für eine stärkere Verbindung.

Represent Clothing:

Gründer George Heaton, als Markenanker in den Content-Formaten

BILDSPRACHE

Du brauchst ein visuelles Regelwerk

Levi's:

Warme Töne, Natürliches Licht, Filmgrai

MUSIK

Sound ist Branding. Zufall klingt nach Zufall.

AESOP:

ruhige Meditative Musikstücke und Klänge

DREHORTE

Deine Drehorte müssen zur Markenstory passen (Material, Licht, Texturen, Kontext)

Nothing Tech:

cleane Studio Ästhetik, passend zur Marke

Beispiel

LEVI'S JEANS

Das ist das Social-First Video System von Levi's. Eine konsistente Ästhetik (natürliches Licht, Grain, warme Töne, Musik) und wiederkehrende Serien-Formate entlang der Customer Journey. Das Ganze hängt an klaren Content-Säulen wie Behind the Brand, Community sowie Inspiration & Lifestyle.

SÄULE	FUNNEL-STUFE	SERIEN-FORMAT	INHALT	EFFEKT
Community Content	Aufmerksamkeit & Reichweite	Shape my World	Musiker, Athleten und Fashion-Ikonen erzählen ihre Geschichte und was sie antreibt in kurzen ansprechenden Portraits.	Marken-Relevanz in Subkulturen
Inspiration & Lifestyle	Aufmerksamkeit & Reichweite	How to Style the 501	Kurze Styling Tips und Oufitit Inspiration, rund um die ikonische 501 Jeans für und von der Community	Levi's wird als Kanal für Inspiration angenommen.
Behind the Brand	Vertrauen & Positionierung	Inside the Eureka Lab	Eine Video-Reihe, die den Fertiungs-Prozess der Jeans in der Eureka-Factory zeigt.	Macht aufwendige Prozesse erlebbar und zeigt wieso eine Jeans 10 bis 15 Jahre hält.
Behind the Brand	Vertrauen & Positionierung	From the Archives	Eine Video-Reihe auf Youtube im Langformat, die relevante geschichtliche Ereignisse mit den Produkten verknüpft.	Kulturelle Relevanz: Wir sind ein Teil der Geschichte

Case Study

⊖ eight miles high.



PRAXISBEISPIEL | STAEDTLER ARTIST SERIES

Für den Launch der neuen Artist-Series von STAEDTLER haben wir eine Social-First Video & Foto-Kampagne entwickelt, konzipiert und produziert und dabei das Social-First Video System genutzt, in dem wir:

- Das Core-Narrativ und die Mission auf verschiedene Content-Formate entlang der Customer Journey übertragen haben
- Wiederkehrende Formate entwickelt haben, die langfristig skalierbar sind
- Eine Content-Produktion umgesetzt, die einen hohen Output mit einer hohen Qualität regelmäßig ermöglicht

ARCHETYP & CONTENT-SÄULEN

Die zentrale Message, der neuen Artist Series ist:

“Mit der verlässlichen Artist Series von STAEDTLER kann ich überall sofort in höchster Qualität arbeiten. Das Werkzeug wird zur Brücke von der Idee zum Kunstwerk und vom Anfänger zum professionellen Künstler.”

Ziel:

Unser Video- & Foto Content muss angehende und professionelle Künstler helfen sich weiterzuentwickeln und zeigen, dass STAEDTLER die passenden Tools dafür liefert.

CORE-NARRATIV & CREATIVE-DIRECTION

CORE-NARRATIV

Die Artist-Series liefert die passenden Werkzeuge, um dich als Künstler auf das nächste Level zu bringen.

STRATEGIE

Wir benötigen Formate, die Aufmerksamkeit und Reichweite generieren, Formate die echte Einblicke und einen echten Mehrwert schaffen und Formate, die zeigen wieso die Produkte die richtigen sind.

INHALTLICHE & VISUELLE LEITPLANKEN

Echte Künstler:innen, echte Ateliers, unterwegs in der Stadt. Echte Einblicke von echten Creatoren aus der Community. Mit einer Bildsprache, die dem Anspruch der Artist Serie gerecht wird und trotzdem nahbar und authentisch bleibt.

FORMATE & FUNNEL-LOGIK

Im folgenden Schritt haben wir dann die Content-Formate entlang der Customer-Journey entwickelt.

CONTENT-FORMATE IM FUNNEL

CHALLENGES | TOP OF FUNNEL

- 30 Second Draw Challenge
 - 4 Artists 1 Painting Challenge
- Aufmerksamkeit, Dynamik, Shareability

COMMUNITY CONTENT | TOP OF FUNNEL

- Artist Portrait + Hero Film
 - „What's in my Bag“ (Social-Format mit Artists)
- Nähe, Persönlichkeit, Identifikation

MISSION CONTENT | MIDDLE OF FUNNEL

- Art Hack's
 - Tutorials für angehende Künstler:innen
- Nutzen, Anwendung, Kompetenzaufbau

PRODUCT FOCUS | BOTTOM OF FUNNEL

- Product-Focus Videoreihe
 - Point of Sale Ad's mit Produkt USP's
- Kaufargumente, Klarheit, Conversion-Unterstützung

CONTENT-PRODUKTION

Alle Formate haben wir an einem einzelnen Produktionstag mit einem Künstler umgesetzt.

Viel Output für einen Produktionstag. Aber mit einer guten Vorplanung, einem eingespielten Team und Klarheit in den Formaten, kannst du das auch für deine Marke umsetzen.

Das ganze System haben wir an insgesamt 4 Produktionstagen mit 4 Künstlern wiederholt und so einen Output von 60+ Videos und 100+ Fotos geschafft.

Ein System, dass über Monate hinweg alle Funnel-Stufen bedient. **Und hier kannst du den gesamten Case finden.**

OUTPUT AN EINEM PRODUKTIONSTAG

TOP OF FUNNEL CONTENT | 70%

- 1x Hero-Film
- 1x Artist-Portrait
- 1x 30 Second Draw Challenge
- 1x 4 Artist 1 Painting Challenge
- 2x Creator-Style Reels
- 1x CTA-Teaser Reel
- 1x Hero-Fotostrecke mit 12+ Fotos für (Lifestyle-Fokus)

MIDDLE OF FUNNEL CONTENT | 20%

- 4x Art Hack Tutorial Videos

BOTTOM OF FUNNEL CONTENT | 10%

- 1x Product-USP Videos
- 1x Fotostrecke mit 12+ Fotos (Produkt-Fokus)

WARUM DIESES SYSTEM FUNKTIONIERT

STÄRKERE MARKENPRÄSENZ

- Mehr Output mit konsistenter Bildsprache
- Serien-Formate ersetzen Einzelposts und sorgen für kontinuierliche Präsenz und eine hohe Wiedererkennbarkeit im Feed

BESSERE PERFORMANCE

- Mehr Reichweite durch konstanten ToF Content
- höhere Watchtime durch wiederkehrende Formate
- Paid Teams greifen auf funktionierende und getestete Creatives zurück und sinken so die CPM's

WENIGER AUFWAND

- Marketing-Teams arbeiten mit klaren Serien, statt wöchentlichen Ideenfindungsrunden
- Weniger Abstimmungsschleifen durch vordefinierte Formate
- Reduktion von „Last-Minute-Content“ und Panik-Produktionen

BEREIT DEIN VIDEO-MARKETING SYSTEM AUFZUBAUEN?

Bewirb dich jetzt für ein unverbindliches Strategiegespräch (kein Verkaufsgespräch, sondern echter Mehrwert).

Wir analysieren deine aktuellen Video-Formate und zeigen dir 3 Quick Wins, und skizzieren eine Format-Architektur für deinen Content.

sicher dir eine unverbindliche Video-Strategie für deine Marke —→

TRUSTED BY

Kaweco
GERMANY. SINCE 1883.


STAEDTLER

NIVONA

HEPCO & BECKER

FRED & FELIA
Tierliebe vom Allerfeinsten

Leistritz

SIEMENS

AVNET


HÖRLUCHS

da Vinci

