

# Video Marketing

## Dozent

Dr. Erwin Lammenett,  
Wirtschaftswissenschaftler und Fachbuchautor  
Praxiswissen Online-Marketing, Influencer  
Marketing



## Fragenkatalog:

### 10 Multiple Choice Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

#### 1. Video-Marketing ist ...

- A. ... eine Online-Marketing-Disziplin.
- B. ... eine Teildisziplin des Online-Marketings.
- C. ... eine Teildisziplin des Affiliate-Marketings.
- D. ... eine Art Marketing, das in unterschiedlichen Teildisziplinen des Online-Marketings eine Rolle spielen kann.

Antwort: D

#### 2. Welche Gruppe wendet sich ganz besonders immer mehr der „On-Demand“-Nutzung zu?

- A. Junge Konsument/innen
- B. Ältere Konsument/innen
- C. Kinder
- D. Lehrpersonen

Antwort: A

#### 3. Welcher Performance-Aspekt gehört NICHT zu denen, die Google für Online-Werbevideos empfiehlt?

- A. Schnelles Auf-den-Punkt-Kommen
- B. Zu Beginn des Videos einen Call-To-Action zeigen
- C. Frühes Interesseerwecken
- D. Frühe Markensichtbarkeit

Antwort: B

#### 4. Welche Faktoren sind indirekt zum großen Teil für die steigenden Ausgaben in der Online-Videoerbebranche verantwortlich?

- A. Umsatzanstieg im Handel und Leichtigkeit der Produktion
- B. Lange Nutzungszeit von Smartphones und Beliebtheit von Social Media
- C. Beliebtheit von Smartphones und die Qualität der Smartphone-Kameras bei gleichzeitig sinkenden Preisen für mobiles Datenvolumen
- D. Beliebtheit des Bewegtbildes und Bequemlichkeit im Konsum

Antwort: C

**5. Was macht Medium- und Low-End Werbevideos aus?**

- A. Ihre Kürze
- B. Ihre geringen Produktionskosten
- C. Ihre Produktion durch Privatpersonen
- D. Ihre geringe Konsument/innenanzahl

Antwort: B

**6. Bei welchem von YouTube unterstützten Videoformat handelt es sich um den meist empfohlenen?**

- A. MOV
- B. MPEG4
- C. MP4
- D. WMV

Antwort: C

**7. Bei welchem der Punkte handelt es sich streng genommen nicht um eine Teildisziplin des Online-Marketings?**

- A. Keyword-Advertising
- B. E-Mail-Marketing
- C. Affiliate-Marketing
- D. Video-Marketing

Antwort: D

**8. Welcher Punkt trifft auf bezahlte Online-Werbevideos von Influencern NICHT zu?**

- A. Sie haben eine „Werbung“- bzw. „Ad“-Anzeige.
- B. In der Regel sind sie Low-End-Videos.
- C. Sie hinterlassen Links zu anderen Webseiten.
- D. Sie finden meist in Form von Produktplatzierungen statt.

Antwort: D

**9. Hinsichtlich der Links auf YouTube-Kanal-Seiten kann gesagt werden, dass ...**

- A. ... eine Verknüpfung nur begrenzt auf fünf Links möglich ist.
- B. ... sie sowohl im Kanalinfo-Bereich, als auch auf dem Banner des Kanals erscheinen können.
- C. ... sie in der Beschreibung der Videos in Form von Icons angebracht werden können.
- D. ... es sich dabei lediglich um Links handeln sollte, die mit der eigenen Person bzw. der eigenen Marke in direkter Verbindung stehen.

Antwort: B

**10. Wie hoch ist die Steigerung der Conversion-Rate lt. einschlägigen Untersuchungen, wenn ein Produkt in einem Online-Shop auch per Videos beworben/vorge stellt wird?**

- A. 5 bis 10 Prozent
- B. 20 bis 30 Prozent
- C. 10 bis 20 Prozent
- D. 25 Prozent

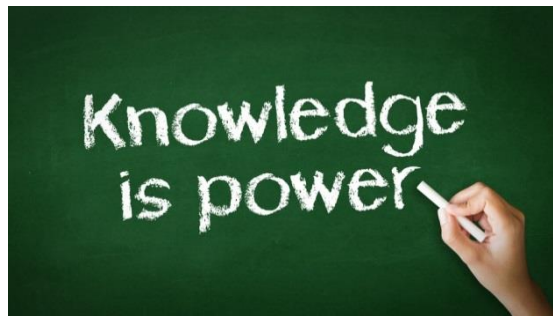
Antwort: C

**Wir freuen uns auf Ihre Fragen!**

Fragen vor Kursbeginn: [studienberatung@amc.or.at](mailto:studienberatung@amc.or.at)  
Fragen während des Kurses: [studienabteilung@amc.or.at](mailto:studienabteilung@amc.or.at)

Infos zur Bildungskarenz:  
<http://www.mba-studium.at/bildungskarenz>

**Wir wünschen viel Erfolg im Studium!**



**Auf zum nächsten Karrieresprung!**

Version: 1

