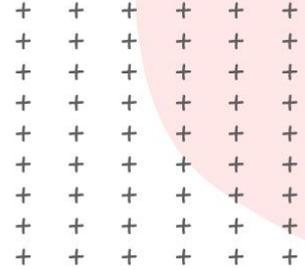
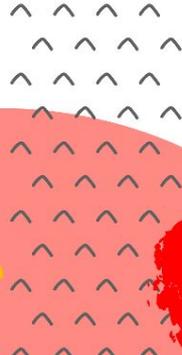
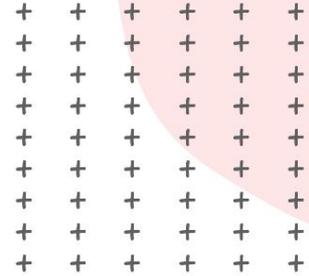


News Creator

WORKSHOPS 2022



WORKSHOP 2: Strategie zur Entwicklung von Inhalten



Übersicht

01

Dein Publikum kennen und verstehen

02

Deine Geräte einrichten

03

Das richtige Format für deine Inhalte finden

04

Deine Inhalte gut verpacken

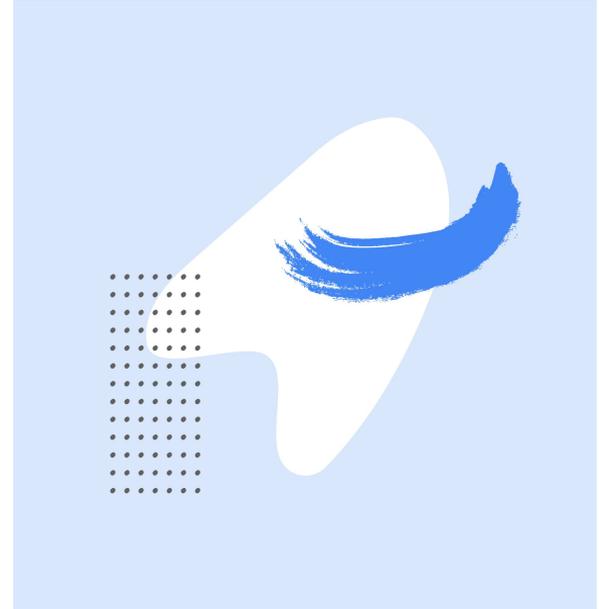
05

Hinweise für die Veröffentlichung

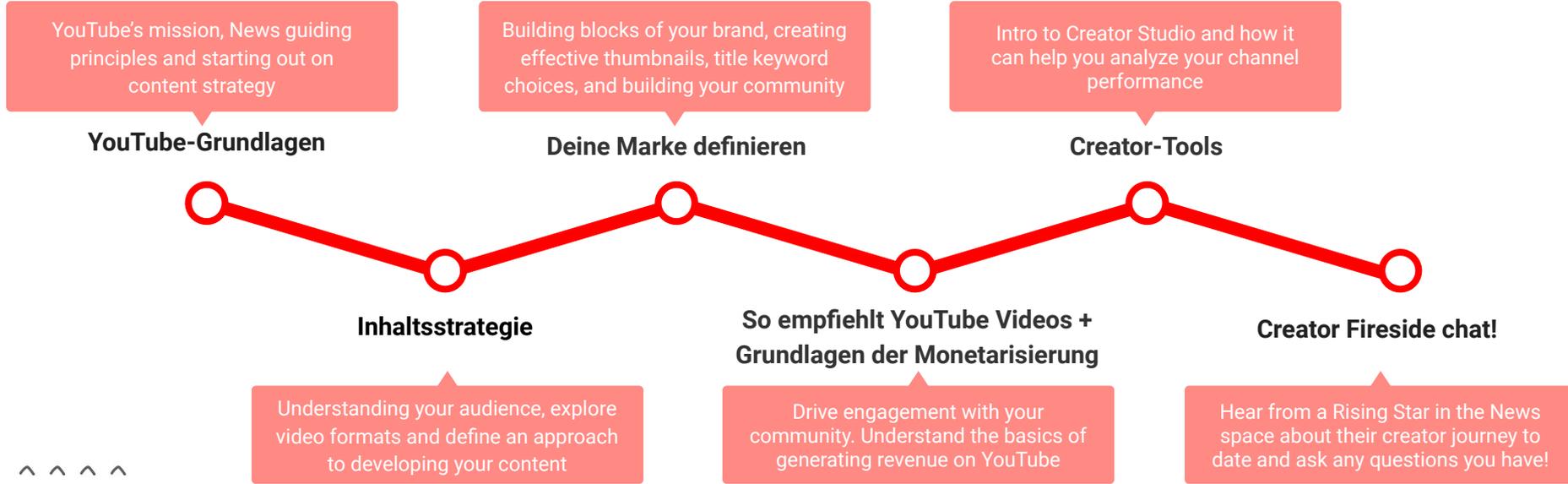
Programmüberblick

In dieser Workshopreihe werden die folgenden Themen behandelt:

- **Inhaltsstrategie:** Geeignete Videoformate wählen, deinen Stil finden und deine Zuschauer kennen
- **Deine Marke definieren:** Thumbnails, Keyword-Auswahl und Social-Media-Plan
- **So empfiehlt YouTube Videos**
- **Grundlagen der Monetarisierung**
- **Creator-Tools:** Erste Schritte mit Creator Studio



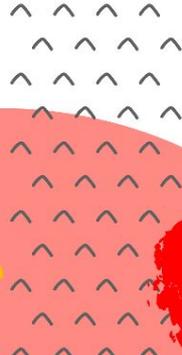
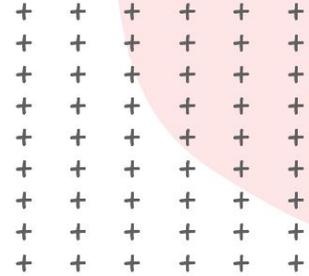
Program overview



Four pillars of content strategy



Dein Publikum kennen und verstehen



WORKSHOP 2: STRATEGIE ZUR ENTWICKLUNG VON INHALTEN

Ansehen, wie Zuschauer auf deine Inhalte aufmerksam werden (Zugriffsquellen)

Bei den Daten zu Zugriffsquellen werden die einzelnen Stellen aufgeschlüsselt, an denen deine Inhalte den Zuschauern präsentiert werden. Diese Daten erleichtern die zukünftige Planung. Du solltest dir auch die verschiedenen Möglichkeiten ansehen, wie Zuschauer auf deine aktuellen Inhalte aufmerksam werden. Hier sind die wichtigsten:

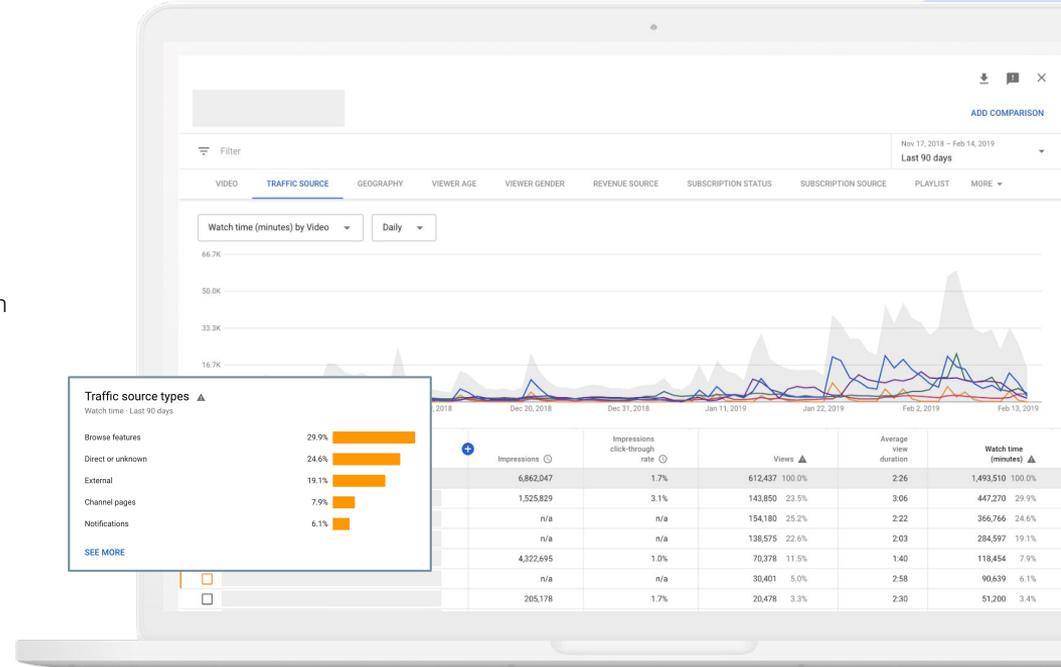
Vorgeschlagene Videos werden Zuschauern rechts auf der Wiedergabeseite unter „Nächstes Video“ angezeigt. In der mobilen App erscheinen sie unter dem Video und im Autoplay-Modus werden sie als nächstes Video präsentiert.

Funktionen zur Auswahl von Inhalten beziehen sich auf die Zugriffe über die Startseite, Trends und den Abofeed.

Die YouTube-Suche umfasst die Suchanfragen, über die Zuschauer auf deine Inhalte gestoßen sind.

Benachrichtigungen werden gesendet, wenn ein neues Video veröffentlicht wird. Sie können als mobile Push-Benachrichtigung oder per E-Mail gesendet werden.

Weitere Informationen zu YouTube Analytics [findest du hier](#).

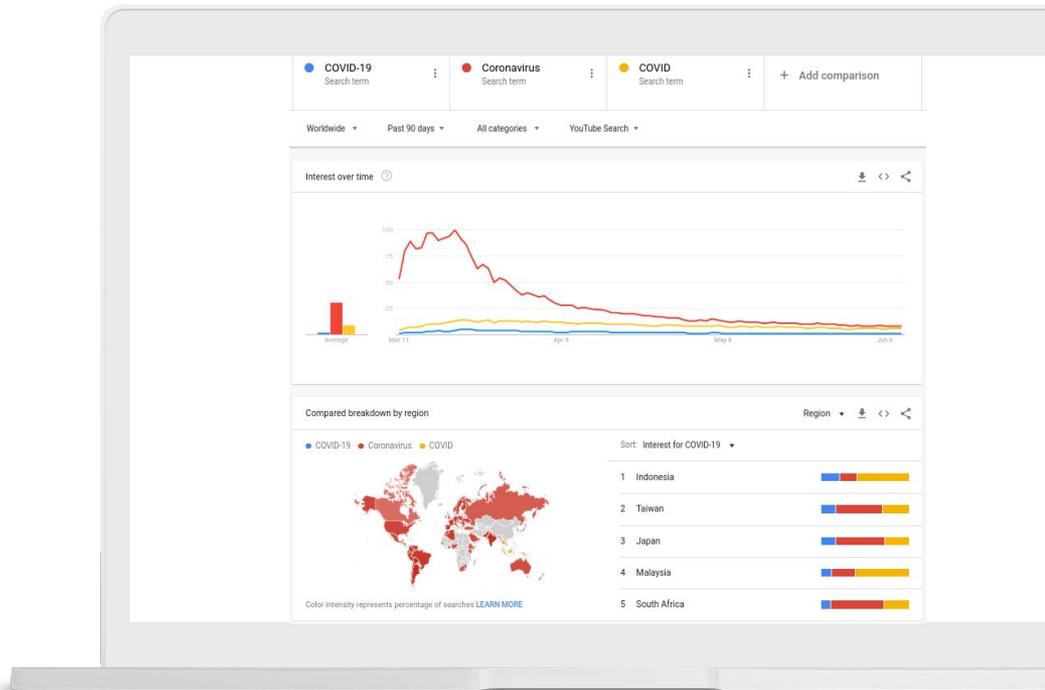


An beliebten Suchbegriffen und Trends orientieren

Google Trends kann dir zeigen:

- Welche Suchbegriffe am beliebtesten sind
- Wo die Suchbegriffe beliebt sind
- Wie sich das Interesse an Suchbegriffen mit der Zeit ändert
- Wie Trends im Web, in Nachrichten oder in der YouTube-Suche variieren

Überlege dir sorgfältig, welche Begriffe du für das gewünschte Publikum verwendest und wann du deine Inhalte hochlädst.



Mit Analytics mehr über deine Zielgruppe herausfinden

* Weitere Informationen zur Verwendung von YouTube Analytics [findest du hier](#).

Die Impressionen geben an, wie oft deine Video-Thumbnail auf YouTube angezeigt werden.

1

Die Klickrate gibt an, welcher Prozentsatz der Impressionen auf YouTube zu Aufrufen geführt hat.

2

Aufrufe – Wir prüfen, ob Videos von Menschen und nicht von Computerprogrammen aufgerufen werden. Darum kann es beim Aktualisieren der öffentlich verfügbaren sowie der nur für dich sichtbaren Anzahl der Aufrufe zu Verzögerungen kommen, während unser System die Aufrufe auf ihre Zulässigkeit prüft.

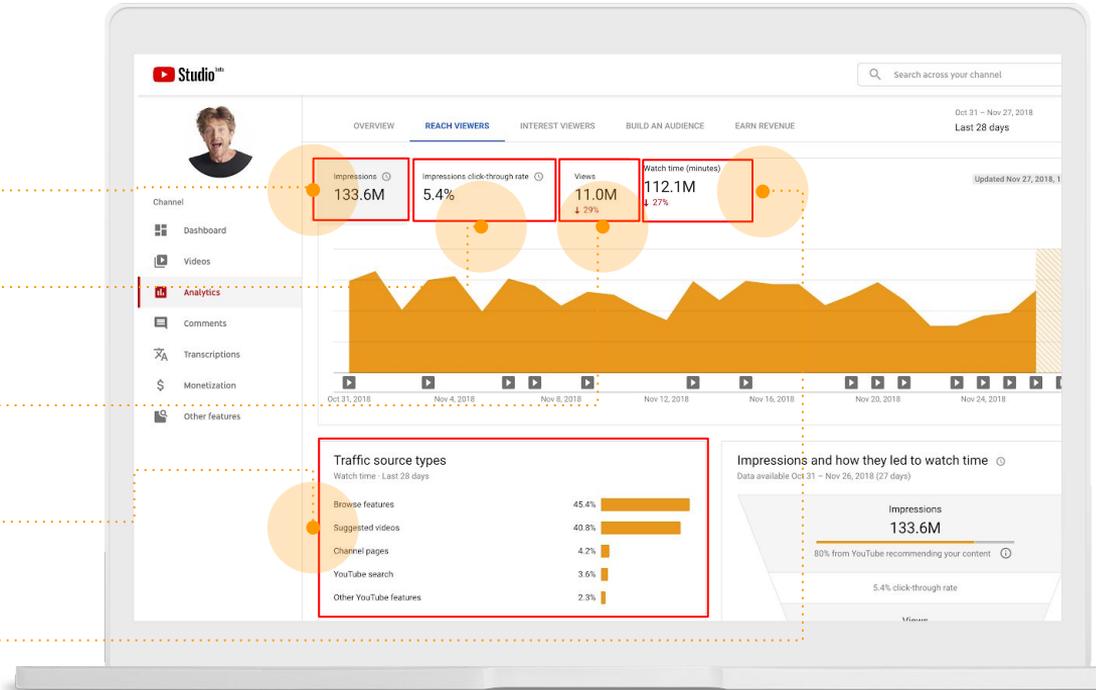
3

Die Zugriffsquellen geben Aufschluss darüber, wie die Zuschauer auf deine Inhalte stoßen.

4

Die Wiedergabezeit ist die Zeit, die Nutzer damit verbracht haben, die Videos anzusehen. Anhand dieses Werts kannst du erkennen, welche Videos deine Zuschauer tatsächlich ansehen und welche sie lediglich anklicken und dann abbrechen.

5



Auf das Wesentliche konzentrieren



AUF DAS WESENTLICHE KONZENTRIEREN

Das Wichtigste beim Videodreh

Zum Erstellen von Videos reicht für den Anfang ein Smartphone mit einer guten Kamera völlig aus. Hier sind noch ein paar Tipps für deine Ausrüstung.

- 1. Mitwirkende:** Deine YouTube-Videos fungieren immer auch als Visitenkarte deiner Organisation. Achte also darauf, dass Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und/oder verschiedener Altersgruppen darin vorkommen. Weitere Informationen über das Erstellen inklusiver Inhalte **findest du in dieser Creator Academy-Lektion**.
- 2. Beleuchtung:** Setze beim Drehen auf natürliches Licht und vermeide Schatten. Achte auf den Hintergrund und bevorzuge Bereiche mit optischer Tiefe (vermeide zum Beispiel Aufnahmen vor einer Wand).
- 3. Kamera:** Reinige die Linse, wähle für das Video die höchstmögliche Aufnahmequalität, platziere dein Aufnahmegerät waagrecht auf einer festen Oberfläche und aktiviere bei einem Smartphone den „Nicht stören“-Modus.
- 4. Action:** Halte die Kamera so, dass die Augen der gefilmten Person im oberen Drittel des Bildes sind (**so wie hier**). Wenn du dich selbst filmst, achte auch darauf, dass du in die Kamera blickst und dich nicht auf dem Bildschirm selbst beobachtest.



Wichtiger Hinweis: Das Veröffentlichen von urheberrechtlich geschützten Clips oder Inhalten, an denen du keine Eigentumsrechte hast, können zu Verwarnungen für dein Konto führen. Mehr darüber erfährst du in diesem Artikel der YouTube Creator Academy: **„Was ist Urheberrecht?“**

AUF DAS WESENTLICHE KONZENTRIEREN

Produktion

Ein gutes Szenenbild beinhaltet:

- **Kräftige Farben** (und gutes Licht)
- **Hoher Kontrast**
- **Schärfentiefe**
- **Interessante Bilder**

Wenn du denselben Szenenaufbau häufiger verwendest, achte darauf, dass er optisch ansprechend und vielseitig ist. Außerdem verwenden Creator oft ausdrucksstarke Bilder für ihre direkt in die Kamera gesprochenen Intros mit Totalen und Nahaufnahmen von ihren Gästen.



AUF DAS WESENTLICHE KONZENTRIEREN

Der richtige Ton

Ob dein Video den Zuschauern gefällt, hängt auch vom Ton ab. Schlechte Kameraführung oder Beleuchtung werden viel eher verziehen als ein schlechter Sound. So sorgst du für eine gute Tonqualität:

- **Achte bei der Auswahl deines Drehortes auf mögliche Störquellen, die den Ton beeinträchtigen könnten.** Denke daran, dass Umgebungsgeräusche oder die akustischen Verhältnisse in einem Raum (zum Beispiel Hall) deine Tonaufnahme beeinträchtigen können.
- **Verwende externe Mikrofone.** Smartphones können zwar Videos in einer erstaunlich guten Qualität aufnehmen, aber die integrierten Mikrofone lassen meist zu wünschen übrig. Verwende also lieber externe Mikrofone für eine gute Tonaufnahme.
- In diesem Video der Creator Academy erfährst du, wie du tolle Videos mit hochwertigem Sound erstellen kannst.



Suchst du nach Tipps zum Erstellen von Inhalten für YouTube?
Wirf einen Blick in die Playlist „[Production Skills: From Ideas to Video](#)“ von der [YouTube Creator Academy](#).

AUF DAS WESENTLICHE KONZENTRIEREN

Zugänglichkeit

Die Zuschauer wollen dich so sehen, wie du bist.

- **Persönliche Inhalte sind am besten.** Du solltest das Publikum nicht auf Abstand halten und dich nicht geheimnisvoll geben. Trau dich ruhig, mit deinen Zuschauern zu interagieren, indem du direkt in die Kamera sprichst.
- **Kleine Fehler machen dich nur noch sympathischer.** Du kannst in deinen Videos ruhig deine Ecken und Kanten zeigen.
- **Sei offen für Gespräche mit deinem Publikum,** zum Beispiel über Livestreams und in Kommentaren. So kannst du die Beziehung zu deinen Fans vertiefen.



Mehrere Videos gleichzeitig erstellen

Videos zu erstellen ist sehr zeit- und ressourcenintensiv. Daher ist es ratsam, die Drehtage möglichst produktiv zu nutzen.

- **Drehe gleich mehrere Videos.**
Versuche, aus jedem Dreh mehrere Videos herauszuholen. Wenn du zum Beispiel Experten aus deiner Organisation interviewst, kannst du versuchen, mehrere von ihnen am selben Tag zu befragen.
- **Nutze dein Material flexibel.**
Lass deiner Kreativität freien Lauf bei dem Zusatzmaterial, das du zu verschiedenen Gelegenheiten drehst, und überlege dir, wie du daraus weitere Inhalte generieren kannst.





Das richtige Format für deine Inhalte finden

WORKSHOP 2: STRATEGIE ZUR ENTWICKLUNG VON INHALTEN

Erfolgreiche Nachrichtenformate – Übersicht

Vor allem zu Beginn deiner YouTube-Karriere solltest du bewährte Formate nutzen, die Onlinezuschauer schon kennen. Unten findest du einige beliebte Formate, die für deine Ziele auf YouTube geeignet sein könnten.



NACHRICHTENANALYSEN



LIVESTREAMS



ERKLÄRVIDEOS



COLLABS



INTERVIEWS



PODCASTS



STORYTELLING/DOKUS



NEWSVIDEOS

Monatlich

HERO

HERO

HERO

Hero-Inhalte

Aufwendig produzierte Videos oder Kooperationen mit anderen Creatoren oder bekannten Persönlichkeiten.

Wöchentlich

HUB

HUB

HUB

HUB

Hub-Inhalte

Regelmäßige Inhalte und Livestreams im Serienformat, die Zuschauer zu treuen Abonnenten machen.

Dauerbrenner, nicht so häufig

HILFE

Hilfeinhalte

Dauerbrenner-Videos, in denen häufig gestellte Fragen beantwortet, Ideen erläutert oder langfristig relevante Themen erörtert werden.

NACHRICHTENFORMATE

HERO-Inhalte

Häufigkeit: Nicht so häufig. In der Regel aufwendiger zu produzieren als Hub-Inhalte. Kann sich auf ein externes Ereignis (zum Beispiel anstehende Wahlen) oder einen eigenen Anlass (wie die Zusammenarbeit mit einem anderen Creator) beziehen.

Inhalte: Ein Schwerpunkt, der die breite Masse anspricht und eine Zeit lang ein gesteigertes öffentliches Interesse hervorruft.

Zuschauer: Hero-Inhalte sollen möglichst viele Zuschauer ansprechen und auch für Personen zugänglich sein, die deinen Kanal nicht kennen.

Ziel: Deine Inhalte ins Rampenlicht rücken und möglichst viele gelegentliche Zuschauer in treue Abonnenten verwandeln.

Tipps:

- Nutze YouTube Premieres, Stories und die Community, um deine Inhalte bekannter zu machen und die Spannung zu steigern.
- Durch Kooperationen kannst du mehr Zuschauer gewinnen. Dazu solltest du den Videotitel sorgfältig auswählen und auch Werbung in anderen sozialen Medien machen.



NACHRICHTENFORMATE

HERO Storytelling/Dokumentation

Ob investigativer Journalismus oder Dokumentarfilme: Durch wirkungsvolles Storytelling hebst du deinen Kanal von den anderen ab.

- **Nützliche Hero-Momente:** Eine Serie aus Dokumentations- oder investigativen Videos spricht nicht nur viele Zuschauer an, sondern sorgt auch dafür, dass sie zurückkehren, wenn deine Geschichte sich über mehrere Folgen erstreckt. Außerdem bleibt dein Kanal dadurch über längere Zeit interessant.
- **Gezielte Programmgestaltung:** Plane sorgfältig, wann du diese Videos veröffentlichst. Schließlich gehören sie zu den zeitaufwendigsten Formaten deiner Produktion. Überlege dir, wie du mit Werbetools wie Blicken hinter die Kulissen in Stories und Updates in der Community die Vorfreude steigern kannst.
- **Begleitende Inhalte:** Durch Filmmaterial mit Einblicken hinter die Kulissen kannst du nicht nur zeigen, wie dein Video entstanden ist, du kannst es auch für deine treuesten Fans, die mehr sehen wollen, mit Outtakes kombinieren.



NACHRICHTENFORMATE

HERO Zusammenarbeiten

Durch die Zusammenarbeit mit anderen Kanälen vergrößerst du deine Reichweite und Zielgruppe und erstellst ganz nebenbei tolle Inhalte für deine Fans.

- **Mit Bedacht wählen:** Die beliebtesten Creator sind nicht unbedingt die beste Wahl für dich. Konzentriere dich lieber auf Creator, die schon dein angestrebtes Publikum als Zuschauer haben (zum Beispiel Creator mit demselben Themenschwerpunkt wie du oder bekannte Marken, die sich mit ähnlichen Themen befassen).
- **Besondere Vorteile anbieten:** Sei es dein Expertenwissen oder der Zugang zu deinem Publikum – überlege dir, wovon andere Kanäle durch eine Zusammenarbeit mit dir profitieren. (Natürlich solltest du auch bedenken, was diese Kanäle dir und deinem Kanal zu bieten haben).
- **Inhalte für deinen Kanal erstellen:** Wenn du diese Chance optimal nutzen willst, solltest du darauf achten, dass die erstellten Inhalte nicht nur dem Kanal deines Partners, sondern auch dir zur Verfügung stehen. Ansprechende Videos, die von beiden Kanälen gepostet werden können, verbessern die Reichweite aller Collab-Partner erheblich.



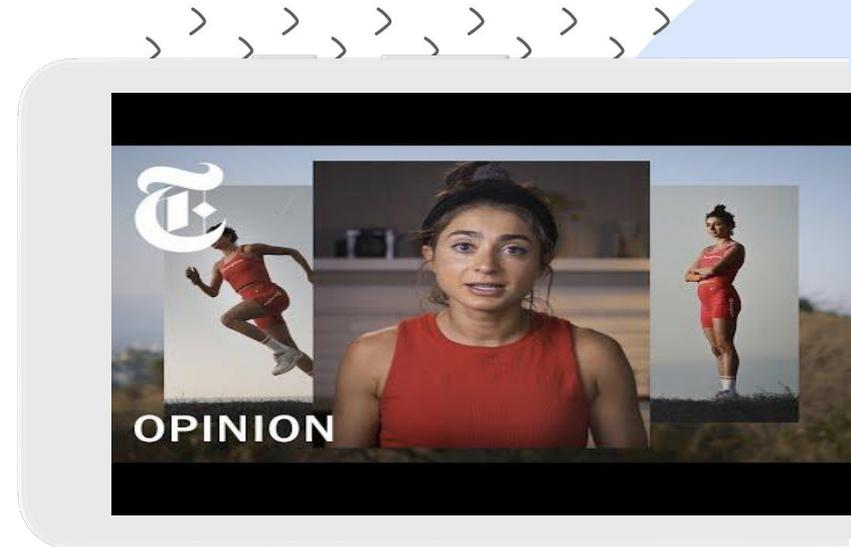
The
New York
Times

NACHRICHTENFORMATE

HERO Popkultur und Nachrichten

Dabei handelt es sich meistens um **Erklärvideos**, die sich wegen ihres Bezugs zur Popkultur großer Beliebtheit erfreuen. Daraus kann durchaus ein Hero-Moment für deinen Kanal entstehen.

- **Mit Bedacht wählen:** Auch hier solltest du darauf achten, dass der von dir gewählte popkulturelle Aspekt zu deinem Kanal passt. Wenn du zu sehr von deinen gewohnten Inhalten abweichst, kann das negative Reaktionen bei deinen Zuschauern hervorrufen und dazu führen, dass du deine Zeit in ein Video investierst, das nicht gut ankommt.
- **Popkultur ist in diesem Zusammenhang alles, was sich auf relevante Nachrichten bezieht und nicht in Klatsch und Tratsch übergeht.** Ziel ist es, authentische Inhalte zu wichtigen Momenten oder Themen zu erstellen, mit denen du zur Diskussion auf YouTube beiträgst, ohne deine Integrität einzubüßen.



NACHRICHTENFORMATE

HUB-Inhalte

Häufigkeit: Dein normaler Rhythmus. Hub-Inhalte sind sozusagen der zentrale Bestandteil deines Kanals.

Inhalte: Tragfähige, zielgruppenspezifische Inhalte, die den Vorlieben und Erwartungen deiner Abonnenten entsprechen. (Nutze deine üblichen Formate!)

Zuschauer: Deine vorhandenen Abonnenten sowie Nutzer, die deine Videos ansehen, deinen Kanal aber noch nicht abonniert haben.

Ziel: Sorge mit regelmäßigen, stimmigen, auf die Erwartungen und Wünsche deiner Zuschauer zugeschnittenen Inhalten dafür, dass sie immer wieder zu dir zurückkehren. Stelle auch einige Inhalte für neue Zuschauer zusammen, die sie sich ansehen können, nachdem sie deinen Kanal abonniert haben.

Tipps:

- Plane wöchentliche Uploads neuer Folgen an einem bestimmten Wochentag und zu einer festen Zeit, um für verlässliche Zuschauerzahlen zu sorgen.
- Gib diesen Zeitplan in deinen Hub-Videos bekannt, damit deine Zuschauer wissen, wann sie mit neuen Uploads rechnen können.

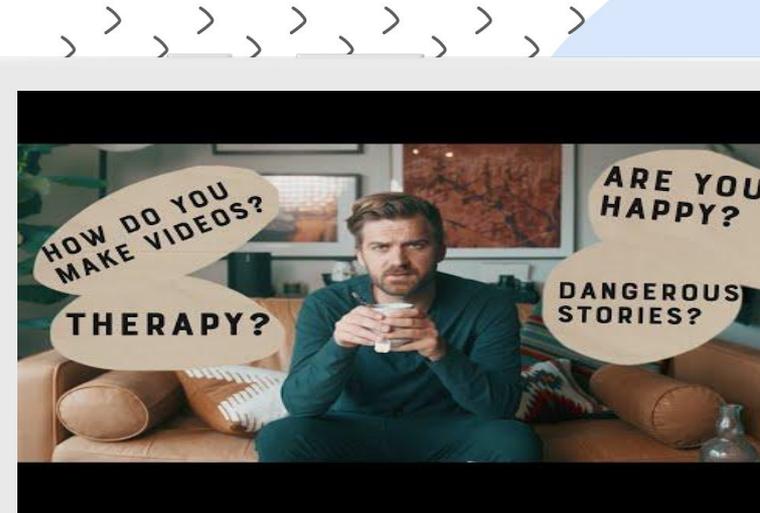


NACHRICHTENFORMATE

HUB Fragen und Antworten

Denke daran, dass YouTube kein Fernsehen ist. Die Zuschauer wollen dein authentisches, ungefiltertes Ich sehen. Das Publikum weiß außerdem zu schätzen, dass YouTube in beide Richtungen funktioniert. Frage-Antwort-Videos sind eine einfache Möglichkeit, mit deiner Community im Dialog zu bleiben.

- **Antworte auf eine Art und Weise, mit der du dich wohlfühlst.** Wenn du ein Frage-Antwort-Video erstellen willst, kannst du dafür einen Livestream oder ein On-Demand-Video nutzen. Falls du die Fragen vorab durchgehen willst, ist ein On-Demand-Video eine gute Wahl. Manche Creator finden aber, dass ein Livestream als direkter wechselseitiger Dialog besser zu ihrem Stil und ihrer Community passt.
- **Die Häufigkeit kann je nach Hub-Format variieren.** Du kannst Frage-Antwort-Videos als Serie planen, aber vermutlich wirst du diese Videos seltener erstellen als andere Hub-Formate (zum Beispiel einmal im Monat statt jede Woche). Das ist in Ordnung. Entscheide dich für einen einheitlichen Stil, an dem du festhalten kannst.



NACHRICHTENFORMATE

HUB Podcasts

Podcasts sind längere, unstrukturierte Gespräche über Ideen, Themen oder Geschichten. Möglicherweise stellst du fest, dass dir die Produktion dieses beliebten, unkomplizierten Formats leichter fällt.

- **Finde einen einheitlichen Stil:** Podcasts sind zwar meist unstrukturiert, aber du solltest bei deinen Podcasts trotzdem auf einen einheitlichen Stil und Schwerpunkt achten. Gehst du in deinen Podcasts ausführlich auf ein bestimmtes Thema ein oder führst du Interviews mit Fachexperten oder bekannten Persönlichkeiten?
- **Lade die besten Clips hoch, damit die Zuschauer sehen, was sie erwartet:** Wenn du neue Zuschauer für diese Videos im Langformat gewinnen möchtest, empfiehlt es sich, die besten Ausschnitte auszusuchen und als eigenständige Videos hochzuladen. Dafür gibt es zwei Gründe: Zum einen sind die Clips einfacher zu finden, da sie sich auf ein Thema konzentrieren. Zum anderen erhalten die Zuschauer in den kürzeren Clips einen kleinen Vorgeschmack auf das, was sie in deinen Podcasts erwartet, ohne viel Zeit investieren zu müssen.
- **Nutze CTAs im Video** und den Abspann, um die Zuschauer auf den Podcast in voller Länge aufmerksam zu machen.
- Wähle für diese Videos Titel, in denen zuerst das Thema der Sendung und dann der Name des Podcasts genannt werden.

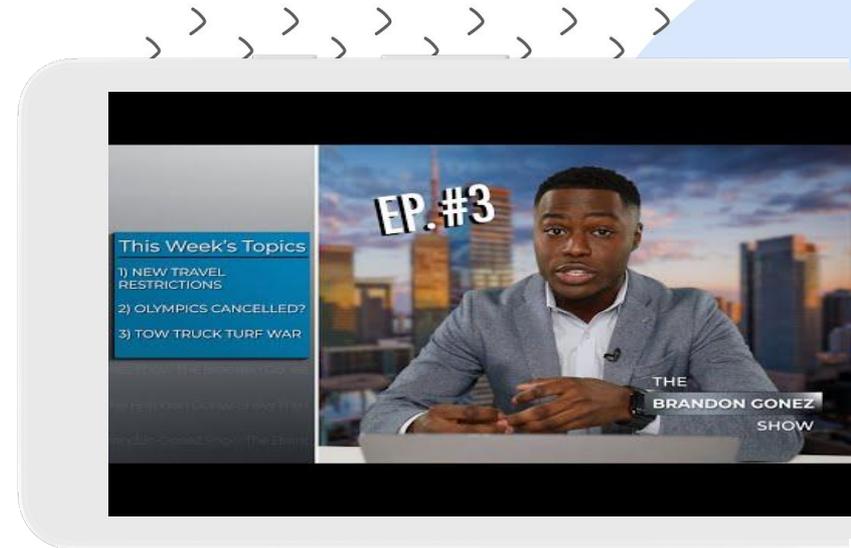


NACHRICHTENFORMATE

HUB Aktuelle Nachrichten und Nachrichtenüberblicke

Aktuelle Nachrichten oder Nachrichtenüberblicke bieten sich als Format an, wenn du deine Zuschauer allgemein über die neuesten Geschehnisse und Entwicklungen informieren willst. Dieses Format eignet sich auch, um auf Meldungen einzugehen, die bereits verbreitet wurden, aber möglicherweise berichtigt werden müssen.

- **Die Suche ist entscheidend:** Überlege dir genau, welche Wörter und Formulierungen du für die Aufmachung deiner Inhalte verwendest. Sie sorgen dafür, dass deine Inhalte in der Suche besser auffindbar sind und bei Videos zu ähnlichen Themen angezeigt werden (in denen du dann erzählerisch eine „Kurskorrektur“ vornehmen kannst).
- **Sprich bekannte und unbekannte Interessengebiete an:** In deiner Serie kannst du zum Beispiel auf Geschichten aus der Medizin in den Massenmedien eingehen, aber auch interessante medizinische Nachrichten aus deinem Fachgebiet oder aus anderen Bereichen hervorheben, die die Zuschauer möglicherweise nicht in den Massenmedien finden.
- **Serienmäßig gute Unterhaltung:** Wenn du eine Serie im Showstil für dieses wiederkehrende Format aufziehen willst, kannst du im Thumbnail und im letzten Teil des Titels (um nicht vom Thema abzulenken) dein Branding einfügen.



NACHRICHTENFORMATE

HUB Listicles

Ein weiteres beliebtes Format, mit dem sich aktuelle Nachrichten im YouTube-Stil verpacken lassen, sind Listicles, also Videos in Listenform.

- **Listen stellen Zusammenhänge dar:** Videos im Listenformat sind auch deshalb so erfolgreich, weil sie Zusammenhänge auf verständliche Weise vermitteln. Der Titel und der Aufbau machen deutlich, worum es bei der Liste geht und wie sich jedes einzelne Element einfügt.
- **Listen halten die Zuschauer bei der Stange:** Wenn du am Anfang angibst, wie viele Elemente die Liste enthält, sind die Zuschauer motivierter, sich das Video bis zum Ende anzusehen. Schließlich wissen sie anhand der Zahl genau, was sie erwartet.
- **Listen vereinen gut aufbereitete Informationen mit längeren Strukturen:** Listicles sind nicht zuletzt deshalb so beliebt auf YouTube, weil sie viele Elemente mit kurzen, knackigen Informationen enthalten. Durch die Kombination mit den anderen Elementen ergibt sich ein längeres Video mit einer starken Zuschauerbindung und einer entsprechenden Wiedergabezeit.



NACHRICHTENFORMATE

HILFEINHALTE

Häufigkeit: Häufiger als Hero-Inhalte, aber seltener als Hub-Inhalte.

Inhalte: Dauerbrenner, die sich auf bestimmte Fragen oder Bereiche konzentrieren (zum Beispiel: Was ist der NHS, Wie funktioniert der Green New Deal usw.)

Zuschauer: Ein breites Publikum wird gezielt angesprochen. Diese Inhalte richten sich meist an Gelegenheitszuschauer, die deinen Kanal nicht regelmäßig besuchen.

Ziel: Dauerbrenner-Videos, die für einen kontinuierlichen Anstieg der Zuschauer- und Abonnentenzahlen sorgen.

Tipp: Sieh dir an, was auf Google und YouTube im Trend liegt, um dir Anregungen für deine nächsten Videos mit Hilfeinhalten zu holen.

- „Hilfe“ heißt in diesem Zusammenhang nicht zwangsläufig, dass der Inhalt „hilfreich“ sein muss. Vielmehr sind Hilfeinhalte Videos, die über einen längeren Zeitraum – sechs Monate bis ein Jahr nach der Veröffentlichung – für die Zuschauer von Interesse sind.

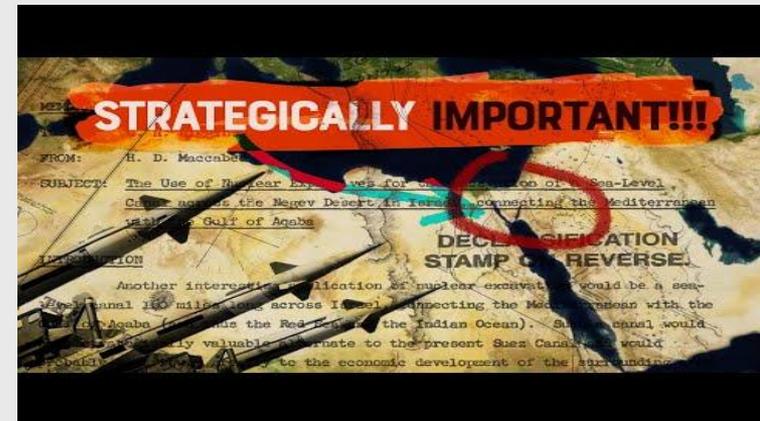


NACHRICHTENFORMATE

ERKLÄRVIDEOS

Dieses beliebte Format ist mittlerweile nicht mehr von YouTube wegzudenken. Erklärvideos gehen ausführlich auf ein bestimmtes Thema oder eine Begebenheit ein und liefern den Zuschauern solide Fakten und Hintergrundinformationen.

- Erklärvideos **gehen detailliert auf ein Thema oder sogar eine Zusammenstellung aus mehreren Themen ein. Oftmals erläutert ein Moderator das Thema anhand von Animationen und bildlichen Darstellungen.**
- Einige der erfolgreichsten Formate **knüpfen an aktuelle Ereignisse und Themen an, damit die Videos durch Zugriffe über YouTube-Suchergebnisse gefunden werden.** Außerdem verlieren sie so auch über einen längeren Zeitraum nicht an Relevanz, da einige Themen oder Ereignisse immer wieder in den Nachrichten erwähnt werden.
- **Erstelle Erklärvideos, die sich auf langfristig relevante Themen konzentrieren.** Anregungen dafür findest du unter anderem in den Kommentaren deiner Zuschauer oder in Google Trends und YouTube Analytics.



NACHRICHTENFORMATE

Shorts (Kurzvideos)

YouTube Shorts sind Videos im Kurzformat. Damit kannst du kurze, eingängige Videos ganz einfach auf deinem Smartphone erstellen.

- **Was ist ein Kurzvideo?** Ein Short ist ein bis zu 60 Sekunden langes Video im Hochformat.
- **Gibt es Tipps zur Auffindbarkeit?** Gib im Titel oder in der Beschreibung des Videos „#Shorts“ an, damit es über unser System auf YouTube besser empfohlen werden kann.
- **Sollte ich Kurzvideos auf meinem bestehenden Kanal oder einem separaten Shorts-Kanal veröffentlichen?** Wenn deine Kurzvideos zu deinen Inhalten im Langformat passen, ist es durchaus sinnvoll, sie auf deinem Hauptkanal zu veröffentlichen. Wenn du mit Shorts aber mal etwas anderes ausprobieren willst, empfiehlt es sich, einen neuen Kanal dafür zu erstellen.



60-
sekündiges
vertikales
Video

NACHRICHTENFORMATE

Shorts (Kurzvideos)

- **Wie wirken sich Shorts auf die Benachrichtigungen aus?**
Zuschauer, die entsprechende Benachrichtigungen aktiviert haben, werden nicht über jedes von dir gepostete Kurzvideo informiert. Damit deine Zuschauer nicht unnötig oft benachrichtigt werden, erhalten nur diejenigen Shorts-Benachrichtigungen, die sich dafür interessieren.
- **Welche Kurzvideos soll ich erstellen?** Shorts sind das Format für zufällige, authentische und ungefilterte Videos. Wenn du dir nicht sicher bist, wie du am besten loslegst, solltest du dir überlegen, was du dir selbst gerne ansiehst und wie du das in deinen eigenen Videos umsetzen kannst.
- **Gibt es Beispiele für Nachrichten-Shorts?** Möglichkeiten für Nachrichten im Kurzformat sind News-Clips und gekürzte Erklärvideos. Probiere einfach verschiedene Sachen aus und sieh dir an, was deinem Publikum gefällt. Vergiss nicht, dass es eine Weile dauern kann, bis deine Kurzvideos ihre Zielgruppe gefunden haben, also lass dir Zeit.



Deine Inhalte gut verpacken



VIDEOAUFMACHUNG

Aufmachung von Inhalten auf YouTube

- **Die Aufmachung von YouTube-Videos beinhaltet 3 Elemente:**
 - **Titel:** Eindeutig, informativ, prägnant
 - **Thumbnail:** Hohe Auflösung und Veranschaulichung des Inhalts
 - **Beschreibung:** Beschreibe, worum es geht – die ersten beiden Zeilen sind entscheidend
- **Plane und erstelle deinen Titel und das Thumbnail zusammen**
- Nutze die Daten zu Impressionen und zur CTR aus YouTube Analytics, um **abzuschätzen, was für deine Zuschauer am besten funktioniert.**



Wirkungsvolle Titel und Thumbnails erstellen

Titel und Beschreibung haben einen großen Einfluss darauf, ob sich ein Zuschauer dein Video ansieht oder nicht – vor allem die Kombination aus beiden. Sehen wir uns ein paar Best Practices an.

- **Präzise sein:** Die Kombination aus Titel und Thumbnail sollte wahrheitsgetreu zeigen, was die Zuschauer im Video erwartet.
- **Kurzfassen:** Der Titel sollte höchstens 70 Zeichen lang sein, und die wichtigsten Wörter oder Konzepte sollten gleich am Anfang stehen.
- **Suchbar sein:** Verwende in deinem Titel möglichst Wörter, durch die du in Suchen leichter auffindbar bist.
- **Interesse wecken:** Mach dir die Kombination aus Titel und Thumbnail zunutze, um einen ansprechenden Ausblick auf die Inhalte zu bieten.

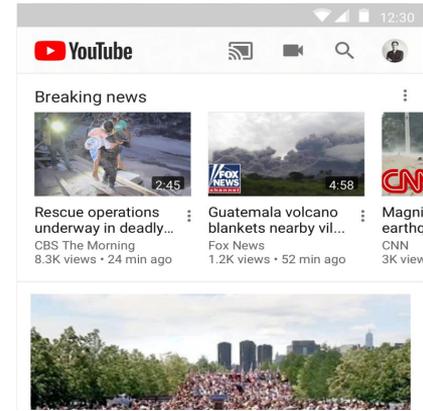
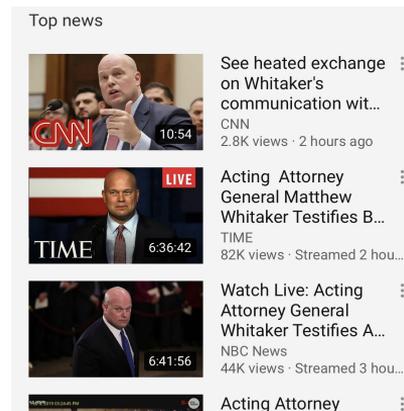
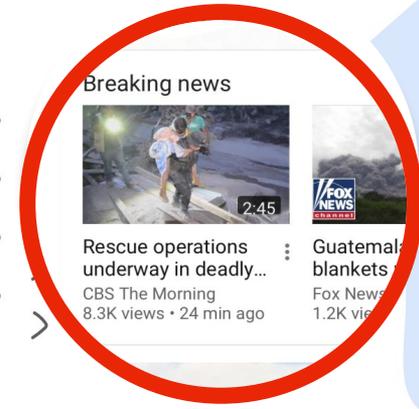


VIDEOAUFMACHUNG

Inhalte durch Thumbnails und Logos optisch hervorheben

Titel und Beschreibung haben einen großen Einfluss darauf, ob sich ein Zuschauer dein Video ansieht oder nicht – vor allem die Kombination aus beiden. Sehen wir uns ein paar Best Practices an.

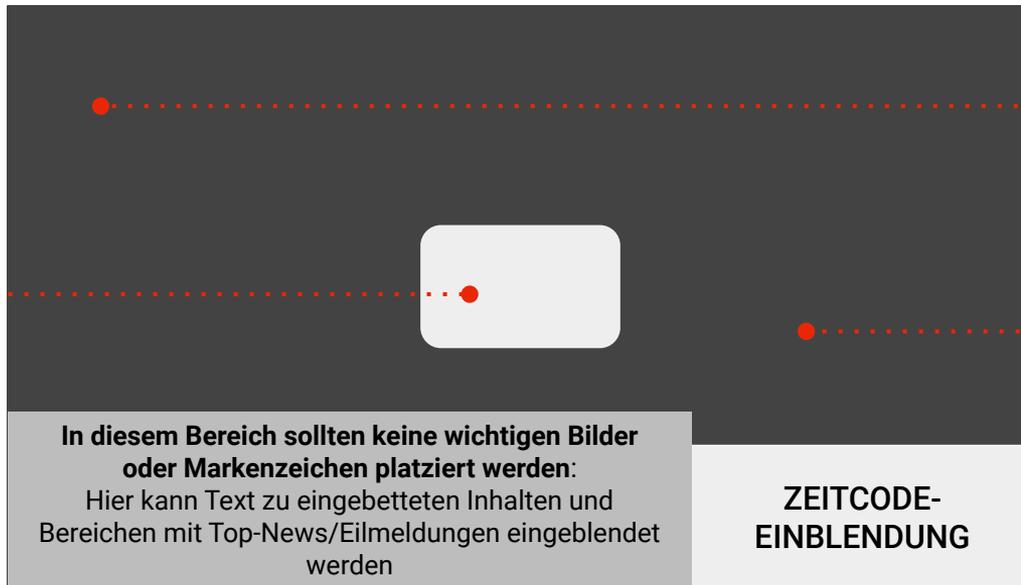
- **Verwende dein Logo, mit dem die Zuschauer vertraut sind, damit sie dich bei wichtigen Nachrichten schneller finden.**
- **Gestalte deine Titel so, dass Serien oder zusammenhängende Themen daran erkennbar sind.** So hilfst du den Zuschauern, das nächste Video leichter zu finden.
- **Entwickle Thumbnail-Vorlagen/-Stile für Themen oder Genres,** die zu deiner Programmgestaltung passen.
- **In diesem Beispiel** siehst du ähnliche Thumbnail-Bilder für verschiedene wichtige Nachrichten.



Hinweise zum Erstellen von Thumbnails

16:9-Seitenverhältnis // 1.280 x 720 Pixel // Dateigröße unter 2 MB

Wiedergabeschaltfläche als Overlay



Die Marke sollte **idealerweise in einer Ecke** präsentiert werden

Tipps für das Hauptbild:

1. Den Inhalt präzise wiedergeben
2. Ausreichende Helligkeit
3. Hoher Kontrast
4. In allen Größen klar und deutlich erkennbar



Mit Vorlagen erstellte Thumbnails – einfach und wirkungsvoll



Mit Vorlagen erstellte Thumbnails eignen sich hervorragend für schnell wechselnde Inhalte, die du optisch hervorheben möchtest. Der Vorteil: Nach dem Erstellen der Vorlage wird einfach nur das Foto ausgetauscht und der eingeblendete Text geändert – und schon kannst du es hochladen.



Hinweise für die Veröffentlichung



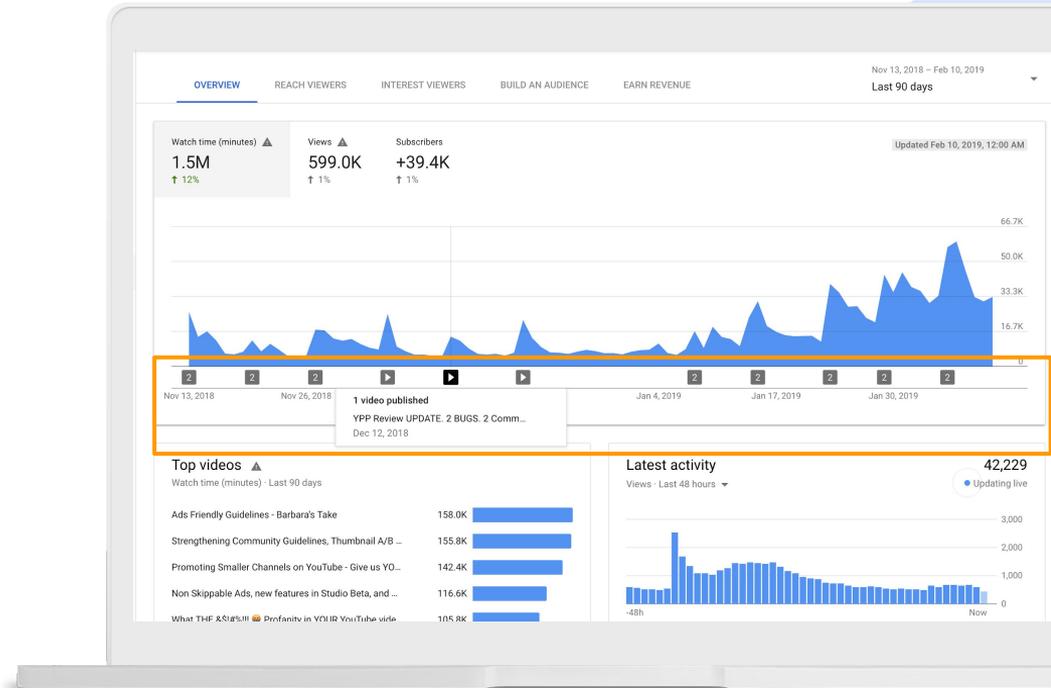
VERÖFFENTLICHUNG

Beständig sein

Du solltest unbedingt klar und deutlich zum Ausdruck bringen, was deine Zuschauer von dir erwarten können – entweder über dein Kanalbanner oder einen klaren Uploadrhythmus.

Halte dich an einen regelmäßigen Veröffentlichungszeitplan und informiere deine Zuschauer rechtzeitig über Pausen.

- **Regelmäßig heißt nicht, dass du häufig Videos hochladen sollst.** Viel wichtiger ist es, dass du dich bei deinen Uploads an einen verlässlichen Zeitplan hältst.
- **Achte darauf, dass du den Überblick über deine Inhalte behältst.** Videos mit einem hohen Produktionswert sind toll, aber es ist schwer, solche Videos regelmäßig zu veröffentlichen. Finde eine passende Mischung aus Qualität und Quantität, die du über längere Zeit aufrechterhalten kannst.



VERÖFFENTLICHUNG

Livestreaming und Premieren

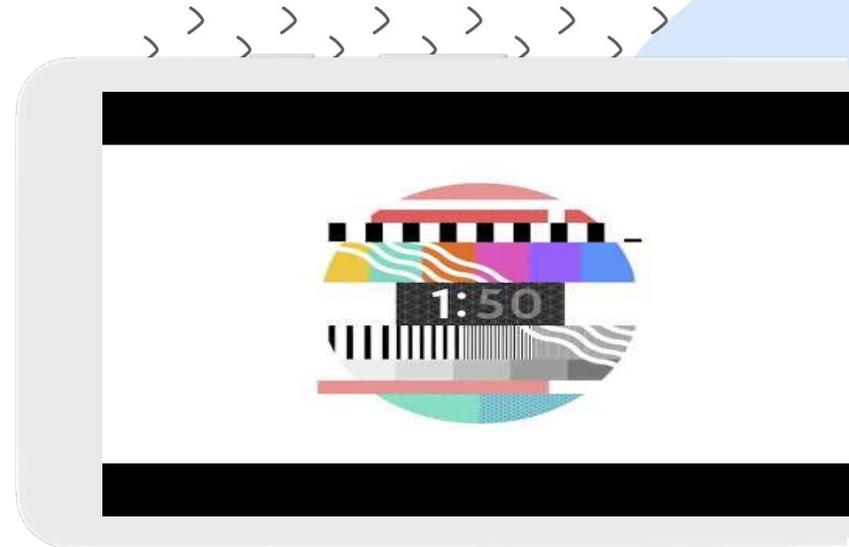
Livestreams: Anwendung:

- Für Videos, in denen du aktiv mit deinen Zuschauern kommunizieren willst und dich von ihnen leiten lässt.
- Wenn du deine Zuschauer in Echtzeit über die neuesten Entwicklungen zu einem bestimmten Thema informieren willst.

Premieren: Dabei veröffentlichst du ein vorab aufgenommenes Video, das wie ein Livevideo gestreamt wird. Anwendung:

- Vorab aufgenommene Videos mit hoher Reichweite. Mit einer Premiere kannst du einen „Live-Moment“ simulieren, bei dem deine Zuschauer das Video gemeinsam zur gleichen Zeit ansehen und in einem Livechat (falls aktiviert) mit dir kommunizieren können.
- Überlege dir gut, welche Videos du als Premiere veröffentlichen willst. Wähle vorzugsweise Videos, mit denen du einen besonderen Moment für dein Publikum erzeugen möchtest.

Livechat-Moderation: YouTube bietet verschiedene Möglichkeiten zum Moderieren von Livechats.



Mit Analytics mehr über deine Zielgruppe herausfinden

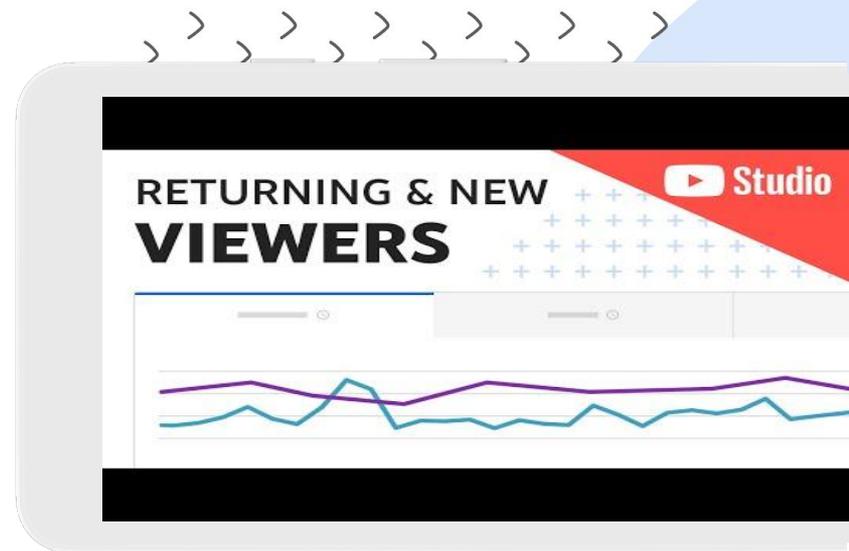
Auf dem Tab „Zielgruppe“ in YouTube Studio findest du nützliche Informationen über deine Zuschauer. Unter anderem findest du dort folgende hilfreiche Daten:

Neue und wiederkehrende Zuschauer – Anhand des Messwerts für wiederkehrende und neue Zuschauer kannst du die Inhaltsstrategie deines Kanals planen. Du hast beispielsweise die Möglichkeit, treue Fans zu gewinnen, indem du einheitliche Inhalte erstellst. Wenn du neue Themen ausprobierst, sprichst du unter Umständen neue Zuschauer an.

Wann deine Zuschauer auf YouTube aktiv sind – In diesem Bericht ist aufgeführt, wann deine Zuschauer in den letzten 28 Tagen YouTube besucht haben. Diese Informationen unterstützen dich beim Aufbau einer Community und geben Aufschluss darüber, wann es ratsam ist, eine Premiere oder einen neuen Livestream zu planen.

Andere Videos, die sich deine Zuschauer angesehen haben – In diesem Bericht siehst du, welche Videos von anderen Kanälen sich deine Zuschauer in den letzten sieben Tagen angesehen haben. Auf diese Weise kannst du dich auch zu Themen für neue Videos und Titel inspirieren lassen. Du kannst die Informationen auch nutzen, um Ideen für Thumbnails und Möglichkeiten für die Zusammenarbeit zu erhalten.

Das sind nur einige der Informationen, die du auf dem Tab „Zielgruppe“ in YouTube Studio findest.



Vielen Dank

