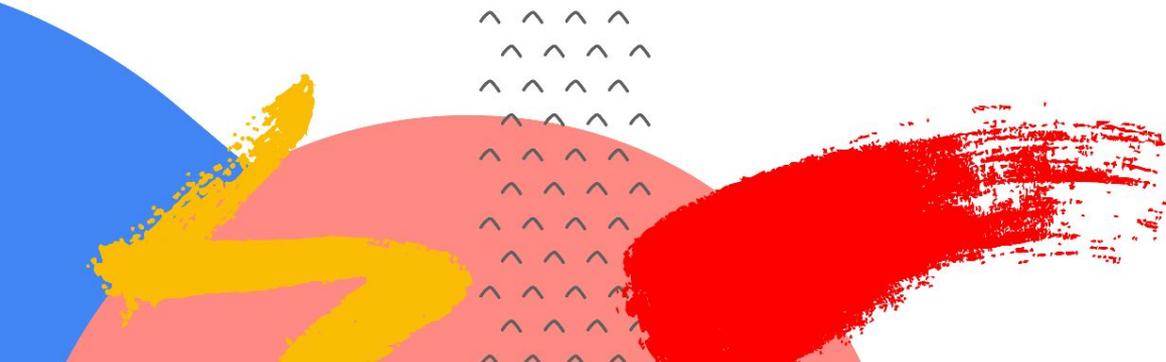
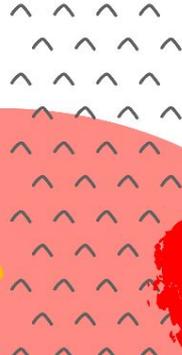
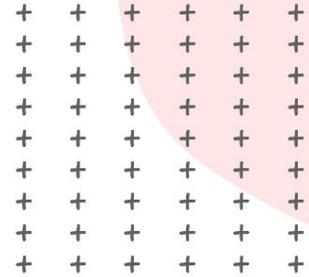


# Deine Marke definieren – Branding und unternehmerische Fähigkeiten



## WORKSHOP 3: DEINE MARKE DEFINIEREN – BRANDING UND UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

# Zusammenfassung

---

Im letzten Workshop haben wir Folgendes behandelt:

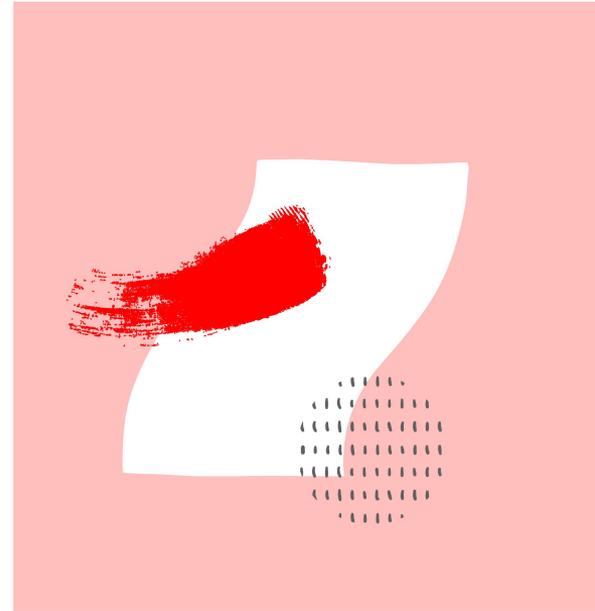
Dein Publikum kennen und verstehen

Deine Geräte einrichten

Über Videoformate informieren und Inhalte erstellen

Aufmachung

Veröffentlichen



# Inhalt

01

Inhalte bewerben

02

Kanal-Branding



## WORKSHOP 3: DEINE MARKE DEFINIEREN – BRANDING UND UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

# Hinweise:

- Alle Informationen, die in dieser Sitzung geteilt werden, unterliegen deinen **Vertraulichkeitsvereinbarungen** und befinden sich im Eigentum dieser Gruppe.
- Diese Informationen **dürfen nicht außerhalb dieser Gruppe geteilt werden.**

# Vielen Dank!



# Inhalt

WAS IST BRANDING?



– BRANDING-KONZEPTE

– BRANDING-STRATEGIEN

DIE GEWÜNSCHTE MARKE AUFBAUEN



– LEITFADEN ZUM BRANDING-DESIGN

– EINE COMMUNITY AUFBAUEN

WANN ES ZEIT FÜR EIN  
REBRANDING IST



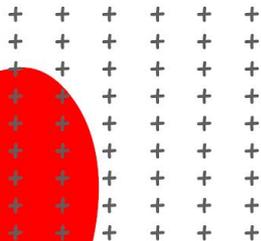
ZUSAMMENFASSUNG UND AUFGABEN

## WORKSHOP 3: DEINE MARKE DEFINIEREN – BRANDING UND UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

# Zielsetzungen

---

- Mehr über die **Definition und Bausteine von Branding** erfahren
- Die **6 wichtigsten Schritte beim Aufbau einer Marke** auf YouTube kennen
- Die **Grundlagen für den Aufbau eines Kanals** verstehen
- Wissen, wie man **eine Community aufbaut und mit ihr als Marke interagiert**
- Wissen, **wann es Zeit ist für ein Rebranding** auf deinem Kanal und wie das funktioniert



## WORKSHOP 3: DEINE MARKE DEFINIEREN – BRANDING UND UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

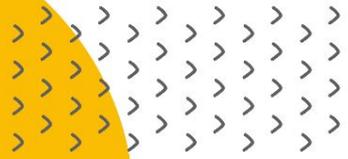
# Warum das wichtig ist: Dein Kanal ist dein Unternehmen

---

- Das Branding ist entscheidend, um den Zuschauern **eine einheitliche Botschaft zu vermitteln**.
- Ein klares Branding kann **deinen Erfolg als Creator steigern** und dazu beitragen, dass **mehr Zuschauer auf deine Inhalte aufmerksam werden**.
- Bei jedem kreativen Prozess ist es wichtig zu wissen, welche **Grundkonzepte** gut ankommen und welche nicht.
- Wenn du gegenüber deiner Community als unverwechselbare Marke auftrittst, **gewinnst du treue Fans**.
- Zu wissen, **wann du deine Marke weiterentwickeln solltest**, kann für langfristigen Erfolg sorgen.



# Einführung



WORKSHOP 3: DEINE MARKE DEFINIEREN – BRANDING UND  
UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

**„Alles, was man sagt und tut, und  
alles, was man nicht sagt und nicht  
tut, transportiert eine Botschaft.  
Absolut alles. Punkte zeichnen und  
verbinden – das ergibt die  
Geschichte der Marke.“**

Peter Economides – Branding-Experte



## EINFÜHRUNG

# Markenbaustein: Entwicklungsphasen

**REAKTION****Was fühlen deine Zuschauer?**

Weckt deine Marke in deinen Zuschauern positive, zugängliche Emotionen?

3

**IDENTITÄT****Wer bist du?**

Du kannst die Markenbekanntheit steigern, indem du deine Marke klar definierst.

1

4

**BEZIEHUNG****Können deine Zuschauer zu Fans werden?**

Wie sorgst du dafür, dass deine Zuschauer/Fans deiner Marke treu bleiben?

2

**BEDEUTUNG****Was ist mit dir?**

Was zeichnet dich aus? Welche Vorzüge bietest du?

## EINFÜHRUNG

# Zu deiner Marke werden: Branding-Prinzipien

1

**PRÄSENT SEIN**

Du solltest nicht zu leise sein.

2

**AUF EINHEITLICHKEIT ACHTEN**

Trotzdem solltest du offen für neue Chancen sein.

3

**ANDERS SEIN**

Indem du dich von der Masse abhebst, sorgst du für Aufmerksamkeit.

4

**TUN, WAS DIR AM HERZEN LIEGT**

Was gut funktioniert, solltest du wiederholen.

5

**INDIVIDUELLE ASSETS  
ERSTELLEN**

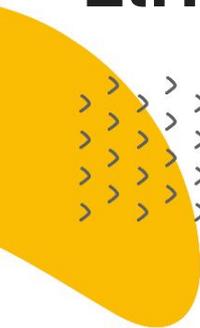
Finde deinen individuellen Stil.

6

**MUSTER MIT  
WIEDERERKENNUNGSWERT**

Sorge dafür, dass dein Verhalten in Erinnerung bleibt.

# Ein Kanaldesign entwerfen



## EIN KANALDESIGN ENTWERFEN

# Designprinzipien

---

## FARBE

Verwende die 500 Farben als Primärfarben und weitere Farben als Akzentfarben. Du kannst deine Farbauswahl begrenzen, indem du drei Primärfarben aus der ersten und eine Akzentfarbe aus der zweiten Palette auswählst.

Primary – Indigo		Accent – Pink	
500	#3F51B5	A200	#FF4081
100	#05C9AE9	Fallback	
500	#3F51B5	A100	#FF80AB
700	#303F9F	A400	#F50057

Example of a primary color palette

Example of a secondary palette

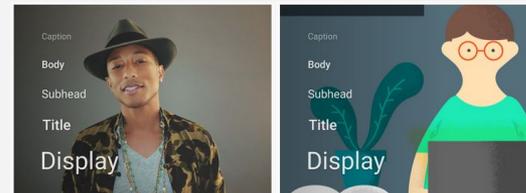
## BILDER

Verwende einfache Bilder mit wenigen bedeutsamen Elementen. Verzichte auf Stockfotos. Achte darauf, dass deine Bilder aufrichtig sind.



## TYPOGRAFIE

Zu viele Schriftgrößen und Stile auf einmal können ein Design zunichtemachen. Wenn Text- und Hintergrundfarbe zu ähnlich sind, sind die Buchstaben schwer zu lesen. Auch Text mit zu viel Kontrast kann schwer lesbar sein. Das gilt vor allem für hellen Text auf dunklem Hintergrund.



Contrast over image

Contrast over illustration

# Symbol

---

**Fotosymbol:**

Ein einfaches Portrait kann als Kanalsymbol dienen.

**Markensymbol:**

Bei Kanälen ohne Gastgeber kannst du den Kanalnamen verwenden.

**Logo-Symbol:**

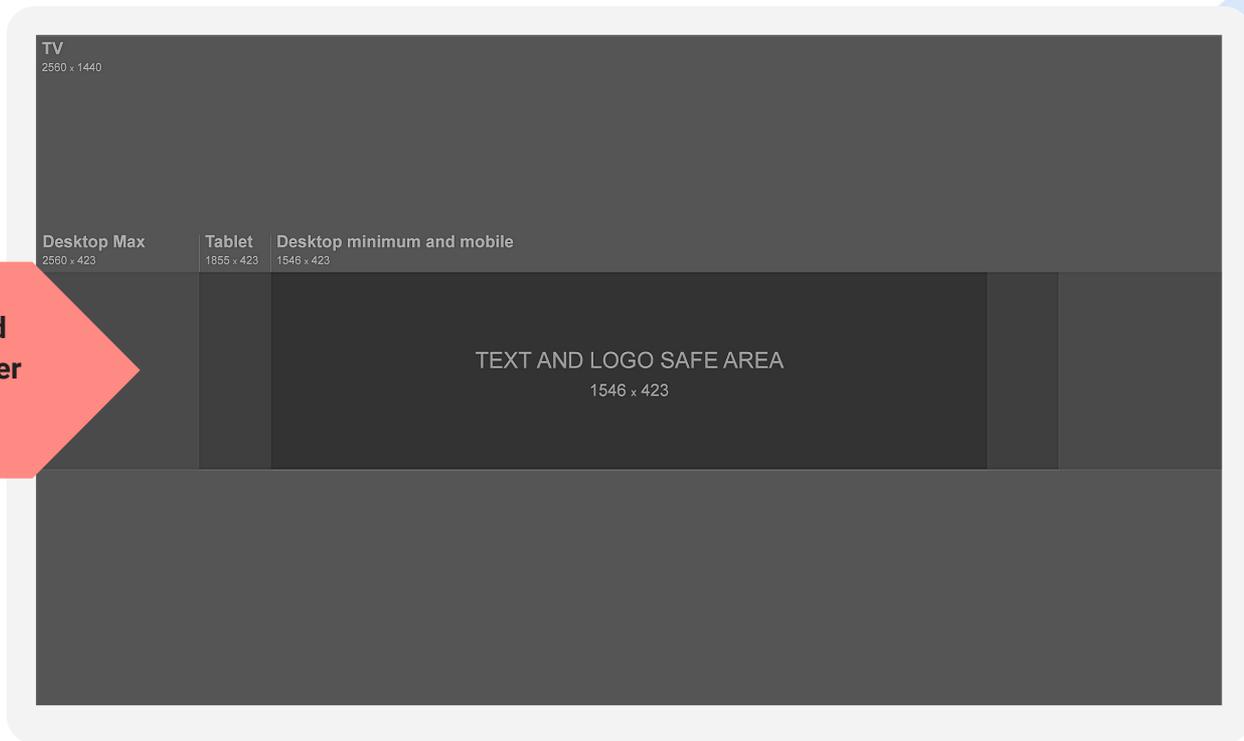
Auch ein einfaches Logo mit Wiedererkennungswert kann ein guter Einstieg sein.

## EIN KANALDESIGN ENTWERFEN

# Banner

---

**Passe dein Banner an die YouTube-Spezifikationen an und kommuniziere die Ästhetik deiner Marke und das Thema deines Kanals.**



EIN KANALDESIGN ENTWERFEN

# Benutzerdefiniertes Thumbnail

**EINFACH**

**MITTEL**

**ERWEITERT**

## EIN KANALDESIGN ENTWERFEN

# Videonamen und integrierte YouTube-Funktionen



Du kannst deiner Marke einen einheitlichen Look verpassen, indem du deine Videonamen einheitlich formatierst...

Grace Helbig



MORE SECRETS // Grace Helbig



JANUARY FAVORITES // Grace Helbig



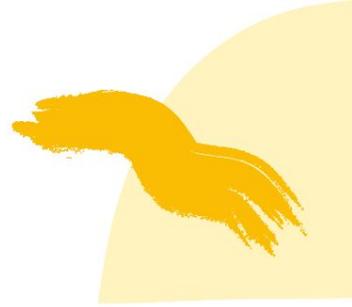
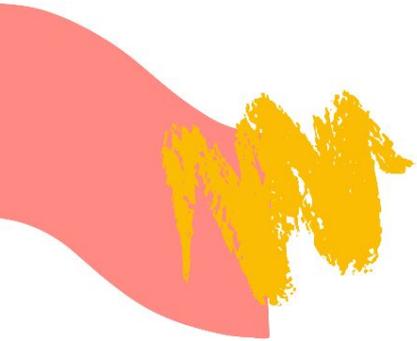
I ALMOST SH\*T MY PANTS // Grace Helbig



...und auch die integrierten YouTube-Funktionen verwendest.

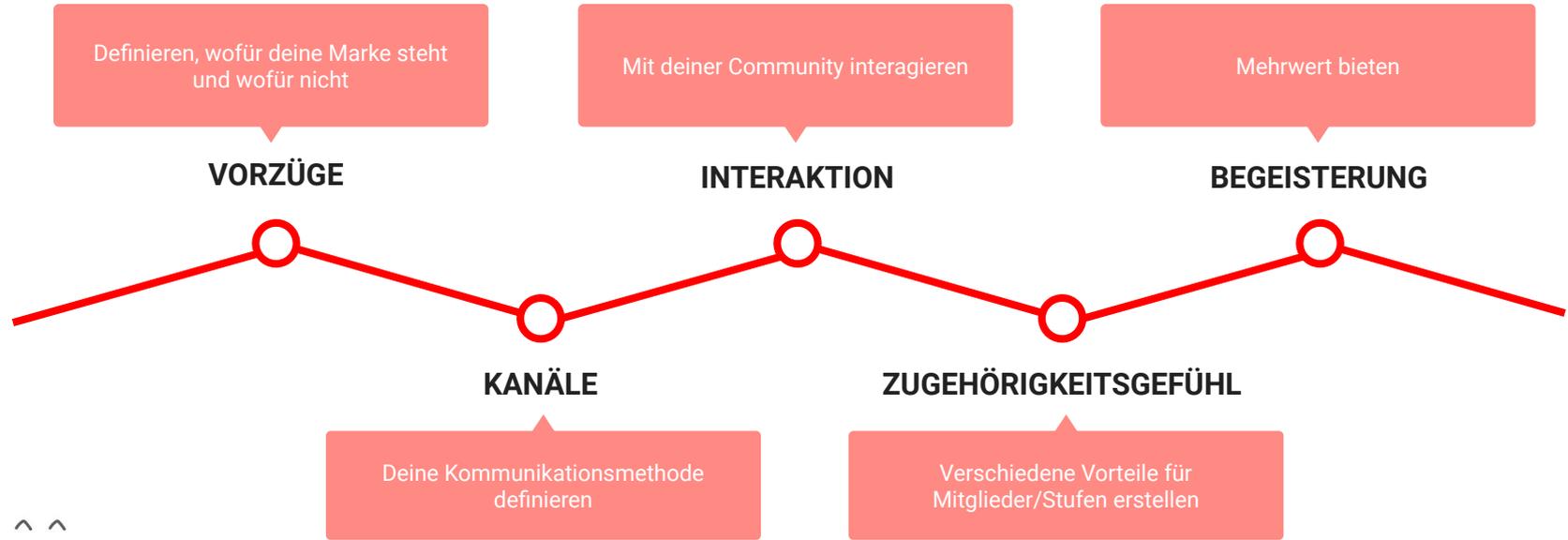


# Eine Community aufbauen



EINE COMMUNITY AUFBAUEN

# Eine Community rund um deine Marke aufbauen



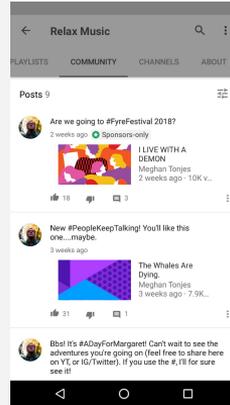
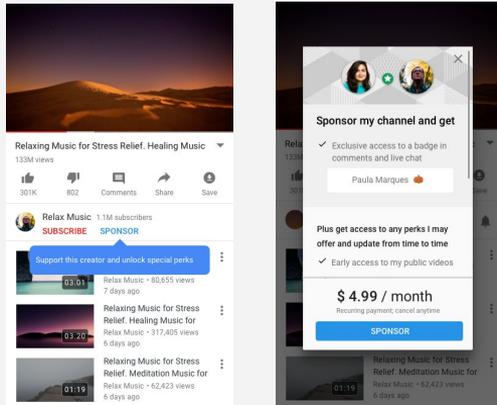


## EINE COMMUNITY AUFBAUEN

## Eine Community rund um deine Marke aufbauen

## DAS ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHL STÄRKEN

Du könntest unter anderem Vorteile für Mitglieder erstellen oder deiner Fangruppe einen bestimmten Namen geben, um die Markentreue zu steigern.

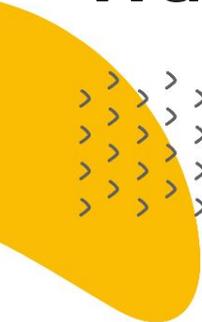


## MEHRWERT BIETEN

Begeistere deine Fans durch Merchandise-Artikel der Marke oder Events.



# Wann es Zeit für ein Rebranding ist



**WANN ES ZEIT FÜR EIN REBRANDING IST**

# Wann du selbst über ein Rebranding nachdenken solltest

---

- Wenn du **deine Inhaltsformate erweitern möchtest und/oder dein ursprüngliches Leitbild nicht mehr zu dir passt**
- Wenn **Wiedergabezeit und Aufrufe** mehr als 365 Tage rückläufig sind
- Wenn die Menschen **ein falsches Bild von dir haben**
- Wenn du **ein anderes Publikum ansprechen möchtest**
- Wenn dein **Creative-Format** auf der gesamten Website nachgelassen hat
- Wenn die **Kommentare** darauf schließen lassen, dass es Zeit für etwas anderes ist

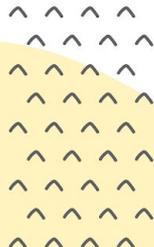


## WANN ES ZEIT FÜR EIN REBRANDING IST

# Maßnahmenplan

---

- Baue deine persönliche Marke auf: Leitbild oder allgemeine Richtung.
- Wähle deinen Lieblings-Creator aus und nenne 3 Gründe, warum er/sie sich abhebt. Welche Erkenntnisse kannst du bei deiner Marke umsetzen?
- Erstelle dein Markendesign:
  - Wähle ein Farbschema aus: je nach Genre oder Vorlieben.
  - Wähle eine Schriftart aus: kostenlos bei [Google Fonts](#).
  - Erstelle ein Logo: Das kann auch nur dein Gesicht sein.





# Ein Kanal oder mehrere Kanäle

WANN ES ZEIT FÜR EIN REBRANDING IST

# Überlegungen für einen oder mehrere Kanäle

## GRÜNDE FÜR MEHRERE KANÄLE

- **Du kannst mehrere Marken mit einem treuen Publikum haben.**
- **Der Stil der Inhalte kann sehr unterschiedlich und auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet sein (z. B. ernst/humorvoll, Erwachsene/Jugendliche).**
- **Du möchtest eine Übersättigung** aufgrund von zu vielen Inhalten vermeiden – funktioniert nur, wenn sich die Inhalte in unterscheidbare Kategorien einordnen lassen.

## GRÜNDE FÜR EINEN KANAL

- **Es macht viel mehr Arbeit.**
  - **Es ist schwerer**, 2 verschiedene, aber zusammengehörige Kanäle zu verwalten.
  - **Du musst mehr Inhalte produzieren**, damit beide Kanäle aktuell und relevant bleiben.
- **Dein Publikum wird** auf die beiden Kanäle aufgeteilt.
- **Die Verbreitung der Videos kann auf einem großen Kanal leichter zu erreichen sein** (Abonnenten).

WANN ES ZEIT FÜR EIN REBRANDING IST

# Beispiel für mehrere Kanäle: The Guardian und Guardian News

**The Guardian** ✓  
793,449 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT 🔍

**Fighting Shame**

**Fighting Shame**  
The Guardian ✓ 71K views 4 weeks ago  
A group of women from Leeds share stories of poverty through eight everyday objects and the community initiatives they've launched to fight the shame that surrounds it, in a bid to start a dialogue...

Guardian Animations and Explainers ▶ PLAY ALL  
Quick guides to complex stories

How Ukip normalised far-right politics  
The Guardian ✓ 24K views 1 week ago (CC)

Why we should be paying more for parking  
The Guardian ✓ 28K views 3 months ago (CC)

The disturbing truth about teaching in America  
The Guardian ✓ 45K views 5 months ago (CC)

Is Brexit definitely going to happen?  
The Guardian ✓ 473K views 5 months ago (CC)

How Sex and the City appropriated black culture  
The Guardian ✓ 31K views 5 months ago (CC)

Guardian documentaries ▶ PLAY ALL

**Guardian News**  
302,654 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT 🔍

**Five Donald Trump tactics to watch out for**  
Guardian News • 94K views 1 month ago  
In the two years since he took office, the US president has repeatedly deployed a number of tactics to try to get what he wants. We highlight five of Trump's most commonly used methods to make them...

The latest Guardian news ▶ PLAY ALL  
The latest Guardian news video from around the world

Doug Cameron interrogates Michaela Cash: The cover...  
Guardian News 3.8K views 2 days ago (CC)

Michaela Cash demands apology during fiery...  
Guardian News 8.5K views 2 days ago (CC)

Jeremy Corbyn tells exiled MPs they were elected on a...  
Guardian News 18K views 2 days ago (CC)

Tom Watson: Labour must tackle antisemitism to...  
Guardian News 150K views 4 days ago (CC)

Angela Smith appears to describe people with Funny...  
Guardian News 104K views 4 days ago (CC)

**Brexit** ▶ PLAY ALL  
Stay up to date with news on the UK and European Union's Brexit negotiations

WANN ES ZEIT FÜR EIN REBRANDING IST

# Überlegungen für einen oder mehrere Kanäle

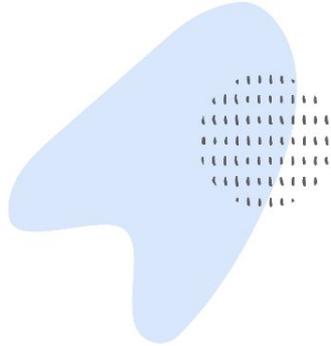
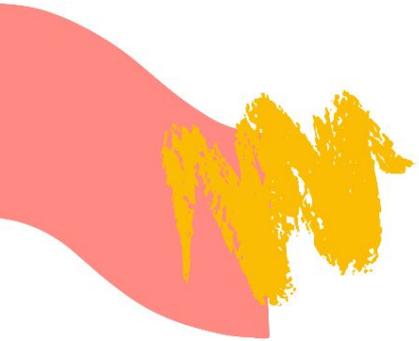
## STRATEGIE FÜR MEHRERE KANÄLE

- Entwickle für jeden Kanal **einen eigenen Stil und Zweck**.
- **Die Kanäle sollten erkennbar sein und**
  - sich voneinander unterscheiden.
  - **Unterschiedliche Inhalte für unterschiedliche Zielgruppen**
- **Verwende ähnliche, aber individuelle Stile für Aufmachung und Titel**, um Inhalte zu verknüpfen und voneinander zu unterscheiden.

## NEUE ZWEITKANÄLE BEWERBEN

- **Nutze Abspanne, um den Kanal und Abos zu bewerben.**
- Wenn du eine neue Serie einführest, **solltest du einen Teaser oder eine erste Folge auf einem bekannten Kanal programmieren**, um den neueren Kanal zu bewerben.
- **Verlinke den Kanal in der Beschreibung.**
- **Mach mündlich Werbung für den neuen Kanal und dessen Zweck** auf dem bekannten Kanal.

# Werbung



## WERBUNG

# Strategien für Cross-Promotion

Nutze deine Social-Media-Kanäle und verschiedene YouTube-Funktionen, um dich und deine neuen Inhalte weiter zu bewerben.

- **Deine Präsenz in den sozialen Medien:** Mit Werbefunktionen wie „Nach oben wischen“ auf Plattformen wie Snapchat und Instagram kannst du deine Inhalte leicht einem bereits bestehendes Social-Media-Publikum präsentieren.
- **Die richtige YouTube-Strategie:** Überlege dir, wie du Inhalte in YouTube Stories und auf dem Community-Tab nutzen und erstellen würdest, um Zuschauer auf deine Uploads aufmerksam zu machen. Welche Uploads würden sich als Premiere oder Livestream eignen?
- **Entscheidende Calls-to-Action:** Werbeclips oder -trailer zu deinen YouTube-Inhalten können zwar effektiv sein, es ist aber besser, Videos zu posten, in denen du dein Publikum direkt ansprichst und auf deine neuen Inhalte aufmerksam machst.

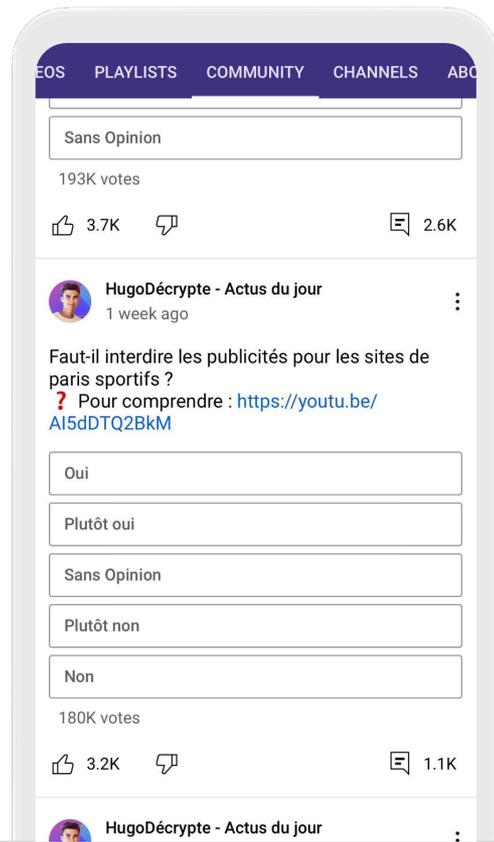


## WERBUNG

# Community

Der Community-Tab ist eine weitere Möglichkeit, einfach mit deinen Zuschauern zu kommunizieren und zu interagieren. Die folgenden Formate eignen sich gut für Beiträge auf dem Community-Tab:

- **GIFs:** Mit GIFs in Communitybeiträgen kannst du deine Zuschauer begeistern und zum Lachen bringen (sofern gewünscht) sowie Interaktionen fördern. Oftmals haben Communitybeiträge mit GIFs die meisten Interaktionen.
- **Umfragen:** Umfragen sind eine gute Gelegenheit, dein Publikum besser zu verstehen und Vorschläge für mögliche Videothemen zu erhalten.
- **Videos:** Werbeclips oder -trailer zu deinen YouTube-Inhalten können zwar effektiv sein, es ist aber besser, Videos zu posten, in denen du dein Publikum direkt ansprichst und auf deine neuen Inhalte aufmerksam machst.



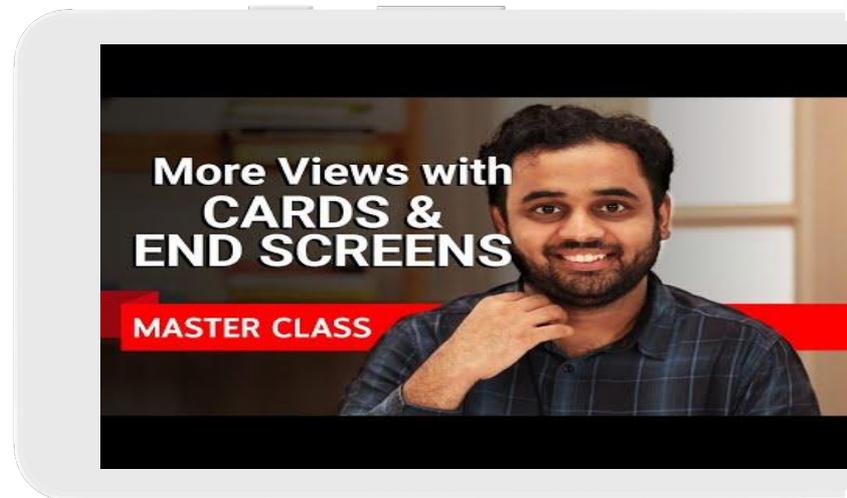
## WERBUNG

# Zuschauer leiten

---

Mit Abspannen kannst du die Wiedergabezeit auf deinem Kanal verlängern, indem du Zuschauer in den letzten 20 Sekunden deines Videos zu bis zu 4 verschiedenen Elementen weiterleitest.

- **Wirkung maximieren:** Abspanne können mit einem Endbild im Video kombiniert werden, auf dem Links sowie ein Call-to-Action zu sehen sind, um Zuschauer zu anderen Videos weiterzuleiten und sie dazu zu ermutigen, die Inhalte mit „Mag ich“ zu bewerten und zu teilen oder den Kanal zu abonnieren.
- **YouTube-Infokarten verwenden:** Infokarten sind Benachrichtigungen, die in deinen Videos oben rechts eingeblendet werden. Sie sollten idealerweise an relevanten Stellen im Video eingefügt werden.
- **Die Auswahl mit Bedacht treffen:** Abspanne sind am erfolgreichsten, wenn sie deine Zuschauer auf relevante Videos hinweisen. Du könntest sie verwenden, um Zugriffe auf verschiedene Folgen deiner Formate oder Serien zu fördern.



# So hebst du dich von der Masse ab



## SO HEBST DU DICH VON DER MASSE AB

# Auf das konzentrieren, was dich ausmacht

Eine der effektivsten Möglichkeiten, sich von ähnlichen Kanälen abzuheben, besteht in der Spezialisierung, der eigenen Persönlichkeit oder anderen Bereichen, in denen du eine individuelle Sichtweise präsentieren oder zeigen kannst, was dich als Individuum auszeichnet.

- **Spezialgebiet:** Durch dein Spezialgebiet kannst du deine Individualität am besten ausdrücken. Journalisten gelingt das am besten, indem sie sich auf ihr Fachgebiet konzentrieren und Nachrichtenthemen und Geschichten aus dieser Perspektive beleuchten.
- **Persönlichkeit:** Du kannst dich auch durch deine Persönlichkeit von anderen abheben, beispielsweise durch dein Wissen, dein Know-how, deinen Hintergrund oder eine andere Art und Weise, deine eigenen Ansichten zu einem Thema oder einer Geschichte zu schildern (so, dass es für deine Zielgruppe relevant ist).



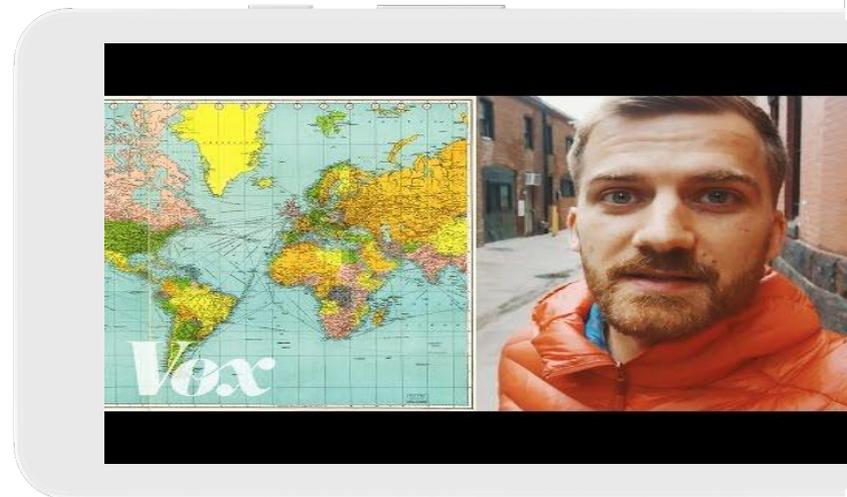
**SO HEBST DU DICH VON DER MASSE AB**

# Feedback von Zuschauern einholen

---

Du kannst dich auch von der Masse abheben, indem du das Gemeinschaftsgefühl in deiner Community durch deren Beteiligung förderst. So fühlen sich deine Zuschauer als wichtiger Teil deines Ziels auf der Plattform, was zu engeren Interaktionen mit deinen Inhalten führen sollte.

- **Um Feedback zu deinen Inhalten bitten:** Nutze die Zwei-Wege-Kommunikation auf digitalen Plattformen zu deinem Vorteil und frag die Zuschauer nach ihrer Meinung. Dazu kannst du unter anderem Abstimmungs-Infokarten in Videos, angepinnte Kommentare im Chat oder den Community-Tab (Umfragen oder offene Fragen) verwenden.
- **Zuschauer darum bitten, dein Ziel zu unterstützen:** Gib den Zuschauern das Gefühl, dass sie ein wichtiger Teil deines Kanals sind. Du kannst sie darum bitten, dich zu unterstützen, sofern das in deiner Kultur üblich ist (in einigen Regionen kann diese Bitte unangemessen sein). Andernfalls solltest du überlegen, wie du dadurch eine Unterhaltung zur Nutzung der Kanalmitgliedschaft oder ähnlichen Plattformen zur Unterstützung beginnen könntest.

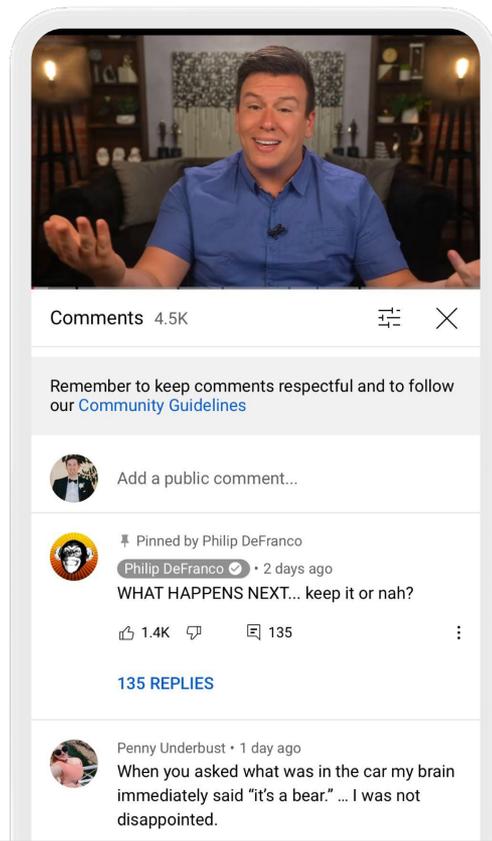


## SO HEBST DU DICH VON DER MASSE AB

# Unterhaltungen anregen

Wenn du überlegst, ob und wie du über deine YouTube-Präsenz mit Zuschauern interagieren könntest, solltest du Folgendes beachten.

- **In Livestreams interagieren:** Aktiviere Super Chat oder interagiere mit deinen Zuschauern, vor allem während Livestreams. Das kann dir nicht nur zusätzliche Einnahmen beschern, sondern auch dabei helfen, eine engere Beziehung zum Publikum aufzubauen.
- **Eine Community aufbauen:** Neben Kommentaren sind auch Funktionen wie Stories und der Community-Tab eine gute Gelegenheit, regelmäßige und unkomplizierte Interaktionen zu fördern.
- **In den Kommentaren aktiv sein:** Angepinnte Kommentare sind gut geeignet, um bei Uploads Unterhaltungen mit deinen Zuschauern zu beginnen und Verfasser für gute Beiträge mit einem Daumen nach oben zu belohnen.
- **Die YouTube-Tools nutzen:** Das erleichtert die Verwaltung von **Kommentaren** und **Livechat**, damit Unterhaltungen fokussierter und frei von Spam bleiben.



## JOURNALIST: FALLSTUDIE

# Hugo Décrypte

Der 2015 von Hugo Travers gegründete YouTube-Kanal HugoDécrypte hat inzwischen mehr als 500.000 Abonnenten und umfasst eine breite Palette an Themen und Geschichten. HugoDécrypte wollte testen, wie unterschiedliches Storytelling und verschiedene Präsentationsformate Nachrichten und aktuelle Themen für junge Zuschauer interessanter machen könnten. Dabei war sein Ziel, den Kanal auszubauen.

- **Experimente führen zu Wachstum:** Auf dem Weg zum Erfolg eignet sich eine Test-and-Learn-Strategie am besten, um die beste Kombination aus Themen, Länge, Präsentation und Stil für deine Zuschauer herauszufinden.
- **Längere Formate sind die Zukunft:** HugoDécrypte vermutete anfangs, dass Millennials und die Generation Z am besten auf kurze und prägnante Inhalte reagieren würden. Doch genau das Gegenteil ist der Fall. Jüngere Zuschauer auf YouTube wählen und schätzen lange Nachrichten und tendieren eher zu Inhalten, die diese Optionen bieten.
- **Neue Präsentationsmethoden zum Ausbau des Kanals:** Durch seine Persönlichkeit konnte er die Marke zu dem machen, was sie heute ist. Doch seine Möglichkeiten, den Kanal auszubauen, waren begrenzt. Deshalb experimentierte er mit verschiedenen Präsentationsmethoden. Er lud zusätzliche Moderatoren zu einer Zusammenarbeit ein und produzierte auch Videos mit jungen Menschen bei einer selbst moderierten Diskussion.

**Ergebnis: Abonnentenwachstum und Bekanntheit.** Nach einem Jahr mit zahlreichen Experimenten konnte HugoDécrypte seine Abonnentenzahlen fast verdoppeln und erhielt die Gelegenheit für ein Interview mit dem französischen Präsidenten Macron.

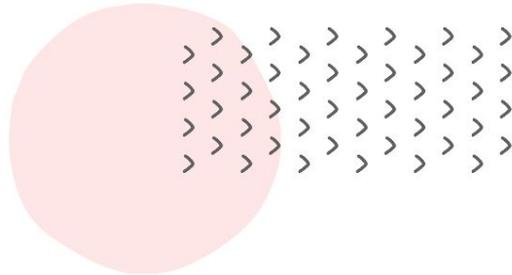
### Themenbezogene Berichte

### Nachrichten des Tages

### Hexagone (Show mit Gesprächen über ein Thema aus unterschiedlichen Perspektiven)



# Fragen?



# Vielen Dank

