



Analytics for Artists

Spezielle Messwerte und Statistiken liefern dir aussagekräftige Informationen zum Erfolg deiner Musik und Videos auf YouTube.

Mit Analytics for Artists kannst du mehr über deine Fans erfahren und herausfinden, welche Inhalte am besten ankommen. Das macht es dir leichter, dein Publikum zu vergrößern.

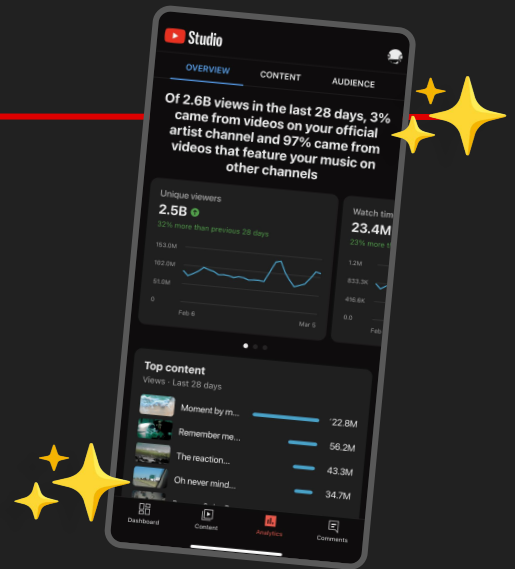
Erste Schritte

YouTube Analytics for Artists ist Teil von **YouTube Studio**.

Du kannst YouTube Studio direkt unter studio.youtube.com öffnen. Oder klicke auf YouTube auf dein Profilbild und wähle „YouTube Studio“.

YouTube Studio gibt es auch als **App für Smartphones und Tablets**.

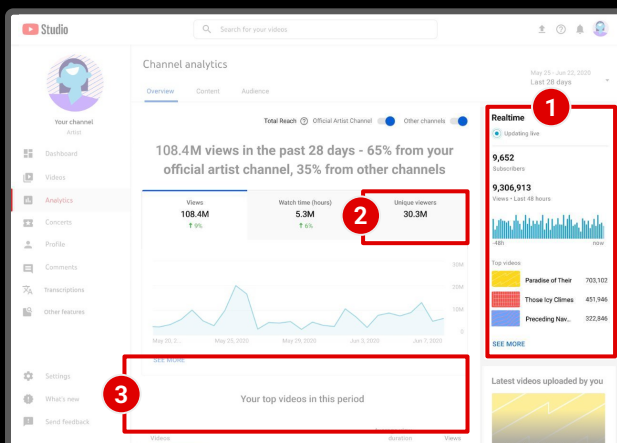
Berichte zur Leistung deines Contents findest du in YouTube Studio auf dem Tab „Analytics“ (auf Computern links, in der App unten).



Tab „Übersicht“: Der Erfolg deiner Inhalte auf einen Blick

Dein persönliches Leistungs-Dashboard

Hier ist anhand von Messwerten wie Gesamtwiedergabezeit, Aufrufe und Zuschauerzahl **übersichtlich zusammengefasst, wie deine Videos auf YouTube performen**. Dabei werden deine offiziellen Veröffentlichungen und Ausschnitte deiner Videos in Uploads von anderen berücksichtigt. Die Daten werden laufend aktualisiert. So weißt du immer, wie oft deine neuesten Videos in den letzten 60 Minuten oder 48 Stunden aufgerufen wurden. Du kannst auch jederzeit sehen, wie viele Abonnent*innen du hast und welche Videos, Shorts oder Livestreams den größten Anteil der Gesamtwiedergabezeit ausmachen.



Nützliche Zahlen und Daten

1. **Echtzeitdaten zu Neuveröffentlichungen:** Verfolge live, wie deine neuesten Uploads beim Publikum ankommen.
2. **Zuschauerentwicklung:** An den längerfristigen Trends bei deiner Abonnenten- und Zuschauerzahl kannst du ablesen, welche Inhalte für das stärkste Wachstum sorgen. Die Zahl der **einzelnen Zuschauer** vermittelt dir eine noch bessere Vorstellung davon, wie groß dein Publikum ist.
3. **Beste Videos in einem bestimmten Zeitraum:** Hier siehst du, welche deiner Videos, Shorts und Livestreams am häufigsten angesehen werden. Stimme deine Strategie darauf ab!

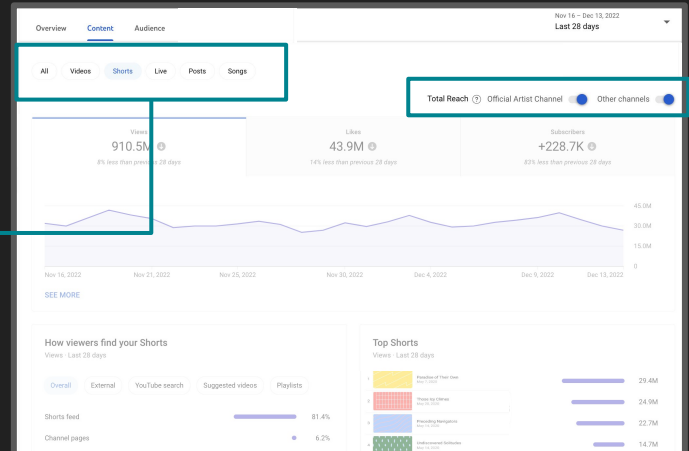
Tab „Inhalte“: Der Blick aufs Detail

TIPP: Mit dem Filter „Offizieller Künstlerkanal“ werden nur Daten zu dir zugeordneten Videos angezeigt, die von dir selbst, deinem Label oder VEVO hochgeladen wurden. Filterst du nach „Andere Kanäle“, beziehen sich die Messwerte auf Videos von anderen Kanälen. Das können gemeinsame Projekte mit anderen Künstlerinnen und Künstlern sein, Videos, die einen Song von dir (fast) komplett enthalten, oder Videos, in denen dein Titel der wichtigste Bestandteil ist.

Dieser Filter ist bei allen Berichten in Analytics for Artists verfügbar.

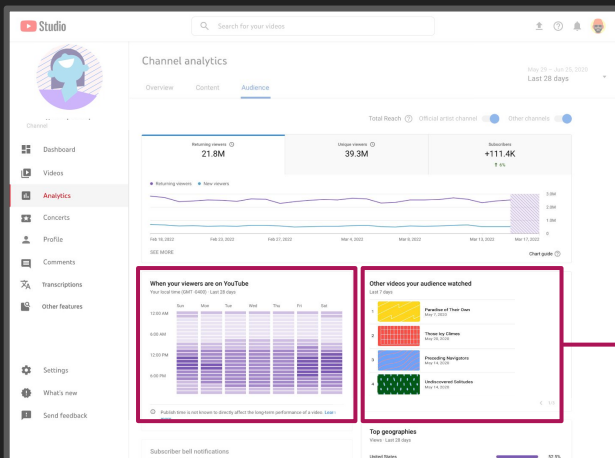
Auf dem Tab „Inhalte“ werden die Messwerte nach Format aufgeschlüsselt: Videos, Songs, Shorts, Livestreams, Beiträge und Podcasts.

Was sind die häufigsten **Zugriffsquellen** für deine Inhalte? Welche deiner Videos und Songs sind am erfolgreichsten und welcher Content ist für deine Fans besonders interessant? Hier findest du es heraus.



Tab „Zielgruppe“: Wer sind deine Fans?

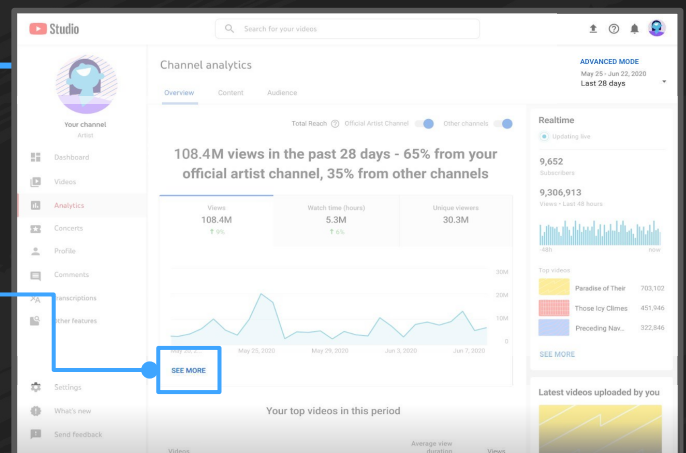
Hier erfährst du mehr darüber, wer sich deine Musik anhört und deine Videos ansieht. Du siehst, aus welchen Ländern oder Regionen deine Fans stammen, wie alt sie sind und welches Geschlecht sie haben. Außerdem kannst du herausfinden, zu welchen Zeiten dein Publikum YouTube am meisten nutzt und welche anderen Inhalte es mag.



Erweiterter Modus: Analysen im Detail

Du willst es noch genauer wissen? Dafür gibt es auf jedem Tab den erweiterten Modus. Hier kannst du einzelne Inhaltstypen nach ihrer Leistung vergleichen und deinen Content nach verschiedenen Kriterien analysieren.

→ Klicke einfach oben auf „Erweiterter Modus“. Bei fast allen Berichten kannst du auch unten auf „Mehr anzeigen“ klicken, um ausführlichere Messwerte aufzurufen.



Antworten auf häufige Fragen

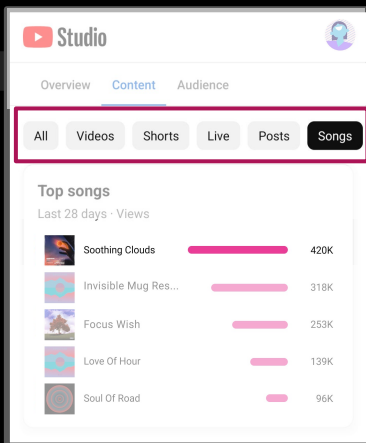
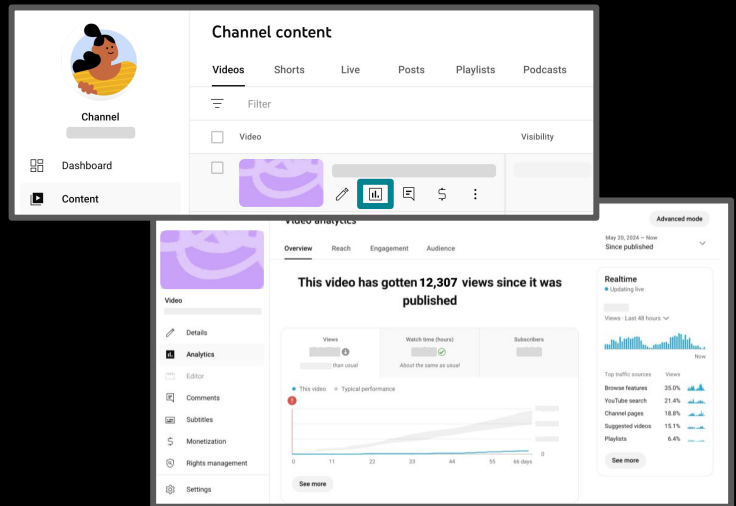
1

Wie kommt mein Video an?

Es gibt zwei Möglichkeiten, die Analysedaten für ein einzelnes Video aufzurufen:

1. Klicke in Analytics auf den Titel oder das Thumbnail eines Videos.
2. Klicke auf dem Tab „Inhalte“ auf das Diagrammsymbol.

Die Analysen für deinen Kanal umfassen neben allgemeinen Statistiken wie Aufrufen, Wiedergabezeit und Abonnentenzahl auch wichtige Momente für die Zuschauerbindung.



2

Wie kommt mein Song an?

Klicke auf dem Tab „Inhalte“ auf Songs.

Hier wird die Leistung einzelner Songs genauer aufgeschlüsselt. Du siehst unter anderem, in welchen Shorts und Videos dein Song verwendet wird und wie sich die Zuschauerzahlen prozentual verteilen.

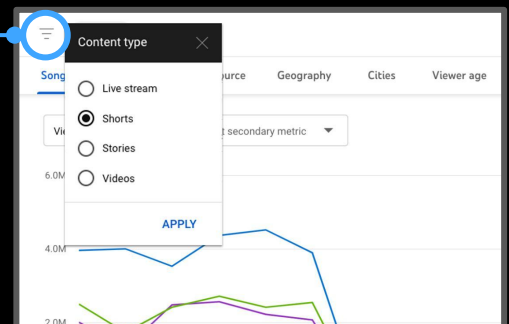
3

Wie wird mein Song in Shorts verwendet?

Klicke oben rechts auf **Erweiterter Modus**, wähle im Menü „Filter“ die Option **Inhaltstyp** und dann **Shorts**.

Auf dem Tab „Songs“ siehst du die Top-Songs, die Fans in ihren Shorts verwendet haben. Und auf dem Tab „Inhalte“ sind die beliebtesten Shorts-Inhalte aufgeführt.

In der App findest du diese Daten auf der Infokarte „Inhalte, in denen dein Song verwendet wird“.



Mit Analysen zur optimalen Inhaltsstrategie

Wenn du weißt, was sich dein Publikum wünscht, kannst du deinen Kanal gezielt ausbauen. Die Statistiken zu deinen eigenen Videos oder Shorts und den Creations von anderen zeigen, welcher Content am besten ankommt, und liefern dir wertvolle Hinweise für deine Strategie.

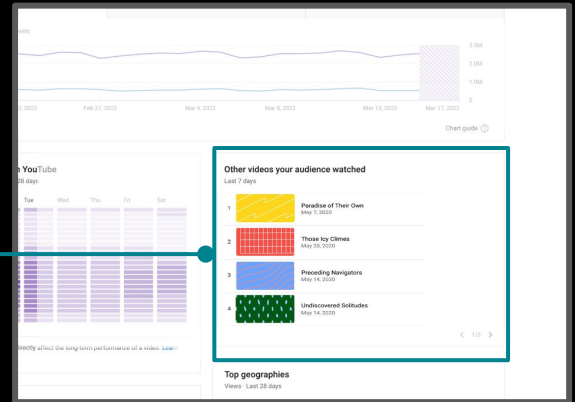
- Interessieren sich die Leute vor allem für einen bestimmten Song? Dann könntest du ihnen mit einer Akustik- oder Liveversion und einem Behind-the-Scenes-Video eine Freude machen und so die Zahl der Aufrufe weiter steigern.
- Gibt es im Shorts-Feed gerade einen Trend, durch den dein neuester Song vermehrt entdeckt wird? Nutze die Chance und mach mit einem eigenen Short mit.
- Verwenden viele Fans eine beschleunigte Version deines Songs in ihren Shorts? Mach einen offiziellen Track daraus!

4

Welche Videos sieht sich mein Publikum noch an?

Scrolle auf dem Tab „Zielgruppe“ nach unten zu „Andere Videos, die deine Zuschauer angesehen haben“.

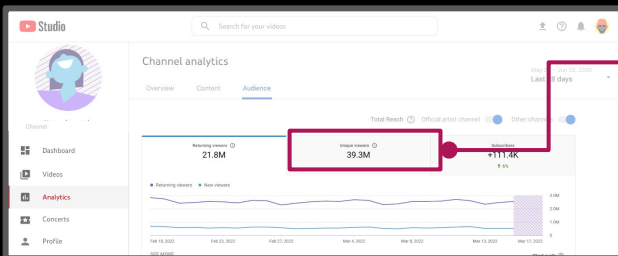
Hier kannst du herausfinden, welche Art von Content deinen Fans noch gefällt. Vielleicht entdeckst du auch andere Künstlerinnen und Künstler oder Creatorinnen und Creator, mit denen du ein gemeinsames Projekt starten könntest.



5

Wie groß ist meine Fanbase?

Klicke auf dem Tab „Zielgruppe“ auf Einzelne Zuschauer.



An dieser Kennzahl kannst du ablesen, wie groß dein Publikum tatsächlich ist und wie viele Personen ungefähr deine Videos in einem bestimmten Zeitraum angesehen haben. Ob die Videos am Computer oder auf dem Smartphone aufgerufen oder mehrfach wiedergegeben wurden, spielt dabei keine Rolle. Dieser Messwert ist oft aussagekräftiger als die Abonnentenzahl.

Der Bericht „**Neue und wiederkehrende Nutzer**“ verrät dir, mit welchen Inhalten du neue Fans gewinnst oder dein Stammpublikum neu begeisterst.

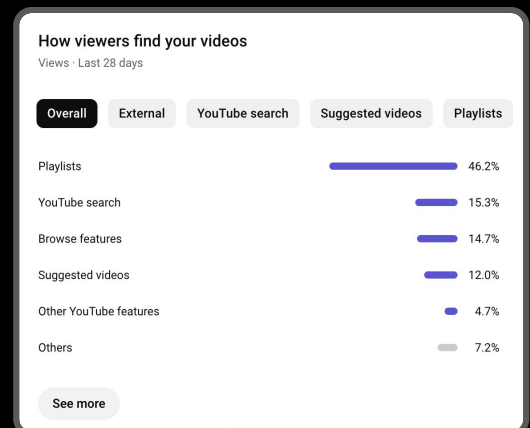
6

In welchen Playlists kommen meine Songs vor?

Wenn du auf dem Tab „Inhalte“ nach unten scrollst, siehst du unter „So gelangen Zuschauer zu deinen Videos“ die häufigsten Zugriffsquellen für deinen Content. Klicke auf **Mehr anzeigen** und dann auf **Playlists**, um eine Liste aller Playlists abzurufen, in denen deine Musik vorkommt.

Statistiken zu Zugriffsquellen und Top-Playlists sind hilfreich, um deine Playlists gezielt auf die Hörvorlieben der Fans abzustimmen. Gibt es bestimmte Songs von dir, die besonders häufig wiedergegeben werden?

Zu diesen beliebten Titeln könntest du Playlists mit begleitenden Inhalten wie Interviews, Behind-the-Scenes-Videos oder Liveversionen erstellen. Oder du nutzt die Songs als Aufhänger für Playlists, in denen du andere Musik von dir vorstellst.



Du möchtest mehr über Analytics for Artists wissen?

IN DER YOUTUBE-HILFE FINDEST DU NÜTZLICHE INFOS UND TIPPS →