



Fans dazugewinnen

So findest du mehr Fans, die deine Musik hören, deine Musikvideos feiern und neuen Content mit deinen Songs erstellen

Warum YouTube?

YouTube ist nicht nur eine Videoplattform, sondern auch Heimat einer Community aus Milliarden Musikfans. Hier ist ein aktiver und direkter Austausch mit dem Publikum möglich.

Grenzenloser Musikgenuss

Jeden Monat sehen sich mehr als 2 Milliarden angemeldete Nutzerinnen und Nutzer Musikvideos auf YouTube an. **YouTube bietet eine Menge Möglichkeiten, deine Musik zu finden und anzuhören..**

Starke Präsenz weltweit

Mit YouTube **erreichst du Menschen auf der ganzen Welt**. So kannst du Länder- und sogar Sprachgrenzen überwinden und **eine globale Fanbase aufbauen**.

Gemeinsam zum Erfolg

Der persönliche Kontakt macht aus gelegentlichen Zuhörerinnen und Zuhörern treue Fans. Eine starke Community unterstützt dich auf deinem Weg, gibt Feedback und rührt für dich die Werbetrommel.

Deine persönliche Content-Strategie

Tipps für eine treue Fanbase

Aus passiven Zuhörerinnen und Zuhörern engagierte Fans machen? Mit der richtigen Content-Strategie kannst du dein Publikum vergrößern.

- 1. Anziehen:** Durch große Releases, Short-Trends und Collabs sicherst du dir Aufmerksamkeit.
- 2. Ansprechen:** Wenn du neben Musikvideos auch regelmäßig andere Inhalte hochlädst, bleibt dein Kanal interessant.
- 3. Überzeugen:** Mit authentischem Austausch und persönlichen Geschichten baust du eine treue Community auf.
- 4. Halten:** Kontinuierlich gepostete Inhalte bringen deine Fans immer wieder zu deinem Kanal zurück.



HINWEIS: Bei den Best Practices in diesem Leitfaden handelt es sich ausschließlich um Empfehlungen. Sie sind keine Garantie für den Erfolg auf YouTube. **Dein Kanal und deine Videos sind das Aushängeschild deiner künstlerischen Tätigkeit. Deshalb ist es wichtig, dass du dich auf YouTube authentisch präsentierst.**

Anziehen: Neues Publikum erreichen

1

Die richtige Release-Strategie

Bei Releases ist es sinnvoll, alle paar Tage oder Wochen **verschiedene Arten von Inhalten** hochzuladen – Teaser, Lyric-Videos, Musikvideos oder exklusive Einblicke.

Regelmäßige Uploads können **die Vorfreude auf einen neuen Release und die Auffindbarkeit deiner Musik steigern**. Außerdem bietest du Fans so **immer ausreichend Gesprächsstoff**.

94 %

Eine Stichprobe zeigt: **Fans riefen nach der Wiedergabe eines Musikvideos im Folgemonat um 94 % häufiger Musik der Künstlerin oder des Künstlers auf** als Fans, die das Musikvideo nicht angesehen hatten.



2. FEB.
Songdebut mit Lyric-Video



FEB.-MAI

Begleitende Videos wie Behind-the-Scenes-Shorts, schnellere oder langsamere Songvarianten und Akustikversionen



3. MAI
Veröffentlichung des offiziellen Musikvideos

2

Zusammenarbeit

Wenn du mit anderen auf YouTube zusammenarbeitest, **erkennt dies der Algorithmus und du erhältst durch diese Collabs Zugang zu neuen Zielgruppen**. Ob andere in deinem Video mitwirken, du selbst einen Gastauftritt machst oder du ein Projekt mit anderen gemeinsam umsetzt – es gibt viele Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit.



Teddy Swims überrascht Emilio Piano bei seiner Performance im Einkaufszentrum.

Das Pop-Duo Crash Adams fordert Künstlerinnen und Künstler in der Öffentlichkeit auf, Freestyle zu ihrem Song zu rappen.



3

Die Welt im Blick

Durch Inhalte für bestimmte Regionen oder Collabs mit internationalen Künstlerinnen und Künstlern erreichst du auch ein Publikum in anderen Ländern. Ebenso sind mehrsprachige Untertitel und alternative Versionen beliebter Songs gut, eine breitere Zielgruppe anzusprechen.

Die südkoreanische Künstlerin Sunmi tanzt in einer **Shorts-Collab** mit dem britischen Trio New Hope Club zu ihrem Song „Heart Burn“.

imase veröffentlichte zwei alternative Versionen seiner Hitsingle „**Night Dancer**“ auf Englisch und Koreanisch sowie eine **Compilation aller Remixe** auf YouTube Music.



Ansprechen: Content für Fans

1

Am Ball bleiben

Mit regelmäßigen Beiträgen sorgst du dafür, dass dein Kanal nicht einschläft und für andere interessant bleibt. Das müssen nicht immer teure, aufwendig produzierte Videos sein und du musst auch nicht jeden Tag etwas hochladen. Wiederkehrende Zuschauerinnen und Zuschauer wirken sich positiv auf die Wiedergabezeit aus.

Natürlich gilt auch hier: Qualität vor Quantität. Lieber wenige relevante Inhalte in größeren Abständen als viele Uploads in kurzer Zeit, die nicht besonders interessant sind.



2

Content-Vielfalt

Neben offiziellen Musikvideos sind auch Inhalte interessant, in denen du deine Persönlichkeit und Kreativität zeigst, wie Fragerunden, Coverversionen, Challenges oder Einblicke in deinen Alltag. **Durch diese Abwechslung bleibt dein Kanal für unterschiedliche Arten von Fans spannend und neue Zuschauerinnen und Zuschauer können dich leichter entdecken.**

Vampire Weekend

Die Bandmitglieder erstellen eine Serie namens „Vampire Campfire“ mit Videos im Podcast-Stil, in denen sie unter anderem über ihr neues Album sprechen.

GreeN

Der Sänger postet neben Musikvideos auch Vlogs und Collabs mit anderen YouTuberinnen und YouTubern..

The Macarons Project

Das Duo erstellt individuelle Short-Coverversionen angesagter Songs. Zusammen mit malerischen Locations und Ambient-Sounds entsteht so aus einfachen Coversongs eine tolle Serie.



VAMPIRE WEEKEND



GREEN



THE MACARONS PROJECT

3

Trends aufgreifen

Trends auf YouTube und anderswo eignen sich sehr gut, um neue Zielgruppen anzusprechen.

Du könntest zum Beispiel eigene Shorts oder Videos erstellen, auf von Userinnen und Usern erstellte Inhalte reagieren oder Trends von anderen aufgreifen.

Auf dem Tab „Inspiration“ in YouTube Analytics siehst du, wonach bestimmte Zielgruppen suchen und was sie sich ansehen.

Die Sängerin Jax nutzt ihre Songs für einen **witzigen und reproduzierbaren POV-Trend**, der nicht nur bei ihrem Kernpublikum gut ankommt.

Jordan Adetunji's Song KEHLANI ist bei Shorts sehr beliebt. Er veröffentlichte **auf seinem Kanal zusätzlich eine langsamere und eine schnellere Version**, die Fans ansehen und in ihren Inhalten verwenden können.



> 700 Mio.

Mal wurde ein Song in Shorts entdeckt und dann innerhalb einer Woche als Video im Langformat angesehen.¹

Überzeugen: Authentisch sein

1

Authentizität

Für deine Musik und Videos solltest du dich nicht verbiegen. **Du bist einzigartig und genau das schätzen deine Fans an dir.** Mit persönlichen Geschichten, exklusiven Einblicken oder Infos zur Entstehung deiner Werke stärkst du die Beziehung zu deinem Publikum.

In einem Konzert-Clip erklärt Chappell Roan ihrem Publikum ausführlich, warum sie einen bestimmten Song geschrieben hat und welche Gefühle damit verbunden sind.



2

Interaktionen

Kommentare beantworten, interessante Kommentare anpinnen, mit Herzen darauf reagieren oder sogar Playlists mit deinen Lieblingsinhalten von Fans erstellen – all das **zeigt deine Wertschätzung und fördert Interaktionen.**



Pinned by Blondshell

BLONDSHELL hat bei der letzten Collab einen Fankommentar angepinnt.

3

Reaktionen

Der **Greenscreen-Effekt** eignet sich hervorragend, um auf **Fan-Shorts zu reagieren**. Du kannst auch **per Video auf Kommentare antworten**. So zeigst du, dass du ein aktiver Teil der Community bist, und förderst einen regen Austausch.

Du kannst auch noch einen Schritt weiter gehen und dein Publikum bitten, den Greenscreen für deine eigenen Inhalte zu verwenden. Das ergibt tolle Fan-Playlists.

JVKE nutzte den **Greenscreen-Effekt**, um auf eine Coverversion zu seinem Song „Golden Hour“ zu reagieren.



Halten: So kommen die Fans wieder

1

Nach dem Release ist vor dem Release

Beständigkeit ist entscheidend. Idealerweise bist du über deinen Kanal in der einen oder anderen Form immer mit deinem Publikum in Kontakt, auch wenn gerade kein Release geplant ist. Mit kleinen Lebenszeichen von dir hältst du deine Fans bei Laune und bleibst ihnen im Gedächtnis. Weniger aufwendiger Content, den du unregelmäßig in Phasen ohne große Veröffentlichungen postest, hilft bei der Überbrückung.

Und noch ein Hinweis: Trends können jederzeit entstehen – selbst Monate oder Jahre nach dem Release. **Behalte deine Statistiken deshalb immer im Blick, damit du schnell reagieren kannst, falls deine Kataloginhalte plötzlich wieder beliebter werden.**



Du willst noch mehr?

HIER GEHTS ZUM AKTUELLEN PLAYBOOK ZU BEST PRACTICES UND ZU ERFOLGSGESCHICHTEN VON KÜNSTLERINNEN UND KÜNSTLERN →