

Nach dem Release

Musik nach der Veröffentlichung mit **Multiformat-Release-Strategie** bewerben

Die Phasen des Releases

Bei einem Release kann eine Single, eine EP, ein Album oder ein offizielles Musikvideo veröffentlicht werden.



Wie kann ich meine Musik **nach der Veröffentlichung** weiter bewerben?

Du solltest auch nach der Veröffentlichung weiter die **Werbetrommel für deinen Song rühren**. So entgehen dir keine neuen Fans, Interaktionen und Trends.

Lass deiner Kreativität freien Lauf. Es gibt viele Möglichkeiten, damit dein Song deinen Fans **in Erinnerung bleibt**.

> 700 Mio.

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

Was ist eine Release-Strategie mit mehreren Formaten?

Bei dieser Strategie setzt du auf **verschiedene Formate**, um Werbung für die Veröffentlichung eines Songs oder Projekts zu machen.

DIESE FORMATE GIBT ES AUF YOUTUBE:



Was sind die Vorteile einer Multiformat-Release-Strategie?

1. Zielgruppen können je nach Format unterschiedlich sein. Du kannst über verschiedene Formate also ein breiteres Publikum ansprechen.
2. Bei den Empfehlungen auf YouTube wird berücksichtigt, welche Formate je nach Inhalt bevorzugt werden. **Welche Shorts sich deine Fans ansehen, kann also die Videoempfehlungen beeinflussen.**

Tipps für die Zeit nach dem Release

1

Wann immer möglich **Fans auf dein offizielles Musikvideo aufmerksam machen**

Fördere Aufrufe und Interaktionen. Dein Musikvideo ist das wichtigste visuelle Element, das Fans mit deinem Song in Verbindung bringen.

2

Auf Inhalte setzen, die gut ankommen

Biete Fans mehr von dem Content, mit dem sie am meisten interagieren. Du hast am Release-Tag und davor fleißig Shorts und Videos hochgeladen, aber es gibt noch keine Tendenz? Dann heißt es weiter ausprobieren.

PROFITIPP

Einer deiner Songs wird zum Trend? Dann solltest du schnell handeln. [Mehr dazu](#)

Shorts

1

Interaktionen mit Fans

Wenn Fans Inhalte mit deinem Song erstellen, solltest du ihnen zeigen, dass du ihre Mühen schätzt.

[Mehr dazu](#)



THUY

2

Weiter Präsenz zeigen

Mit dem Release allein ist es nicht getan. Überleg dir weitere kreative Möglichkeiten, deinen Song zu promoten und das Interesse der Fans zu wecken.



LE SSERAFIM

WAS BRINGT DAS?

Die Musikbranche ist sehr schnelllebig. Da ist es ratsam, deinen Song immer wieder neu ins Gespräch zu bringen. Manche Songs nehmen erst einige Zeit nach dem Release so richtig Fahrt auf.

Hilfreiche Tools



BAHJAT

Remixe

Mit der Remix-Funktion lassen sich Shorts mithilfe von Tools wie **Greenscreen, Cut und Collab** aus bestehenden Videos und Shorts erstellen.

Mehr dazu Remixe aus Shorts von Fans **fördern Interaktionen**. Sie inspirieren Fans und andere Interessierte, mehr Inhalte zu erstellen oder deine Musik zu unterstützen.

REMIX NEXT LEVEL

Erstelle einen Shorts-Remix deines eigenen offiziellen Musikvideos.



SCHRITTE

YouTube Studio > Inhalte > Shorts > Bearbeiten > Ähnliches Video

Ähnliche Videos

In Shorts können Videos im Langformat verknüpft werden.

In Shorts mit deinem Song kannst du einen Videolink zu deinem offiziellen Musikvideo einfügen. Dieser wird im Short unter deinem Alias angezeigt.

Erfolgreiche Shorts

Die folgenden Künstlerinnen und Künstler bewerben ihre Songs sehr erfolgreich über Shorts. Diese Paradebeispiele kannst du als Inspiration für deine eigenen Inhalte verwenden.



LIZZIE MCALPINE

Lip Sync

Zeig dich, wie du zu deiner eigenen Musik abgehst – ganz natürlich, ohne eingeübte Performance.

Lizzie McAlpine testete den „Lip Sync“-Fantrend bei ihrem Song „Ceilings“.



TOOSII

Collabs

Durch Collabs mit anderen Künstler*innen oder Creator*innen kannst du deine Reichweite steigern.

Toosii drehte ein spontanes Musikvideo mit @setwillfree.



SAM SMITH

Auf Fan-Content reagieren

Der Greenscreen eignet sich hervorragend, um auf Fan-Shorts zu reagieren.

Sam Smith nutzte das Collab-Tool, um ein Fan-Short zu remixen und auf das Rock-Cover eines Fans von „Unholy“ zu reagieren.

Erfolgreiche Shorts (Fortsetzung)



RUEL

Tour-Highlights

Poste **Auftritte** und/oder **Einblicke hinter die Kulissen**. So gibst du Fans das Gefühl, live bei deinen Konzerten dabei zu sein.

Ruel gab den Gewinnerinnen eines Fan-Contests eine Backstage-Tour und machte daraus ein Short.



KAIA LANA

Persönlicher Bezug

Bringe deinen Song durch zusätzlichen Text mit bestimmten Momenten in Verbindung. Beliebt sind hier beispielsweise „POV:“ oder „Dieser Moment, wenn...“.

Kaia Lana brachte ihr Musikvideo mit dem Jahreszeitenwechsel in Verbindung.



POLYPHIA

Coverversionen

Mit einer ungekünstelten Live-Performance kannst du das Interesse an deinem Song neu entfachen.

Tim Henson, Gitarrist der Band **Polyphia**, begeisterte Fans mit einer Coverversion des Leadgitarren-Parts im Song „Ego Death“.

Shorts, in denen deine Musik verwendet wird,

SIEHST DU HIER:



Song-Seite

Tippe bei einem der Shorts mit deinem Song auf den Audio-Chip.



Suche

Suche nach deinem Song, um Fan-Shorts zu finden.



Analytics for Artists

Öffne Analytics über YouTube Studio > Inhalte > Shorts.

Kanaloptimierung

SO GEHTS:

1. Poste Highlights rund um den Release auf dem **Kanalbanner**, z. B. Tourdaten und Musikvideos.
2. Stelle Faninhalte in einer **Playlist** auf deinem Kanal vor.
3. Biete in deinem **Shop** neue Merchandise-Artikel an. [Weitere Informationen zu Shopping](#)

Videos

Lade alle paar Wochen Videos zu deinem Release hoch:

Performance-Videos, Tour-Recaps, neue Versionen des Songs usw.

ERFOLGREICHE VIDEOS



G(I)-DLE

„Queen Card“
Performance-Video



LATTO, MARIAH CAREY

„Big Energy ft. DJ Khaled“
Remix-Video



MITSKI

„My Love Mine All Mine“
Lyric-Video (Vietnamesisch)



THAT MEXICAN OT

Tour-Recap

WAS BRINGT DAS?

Vielleicht entdecken noch andere diese neuen Videos und hören den neuen Song immer wieder an. Unter Umständen wächst auch das Interesse der Fans an deiner Musik und deiner Karriere.



Erfolg messen

WEITERE INFORMATIONEN ZU ANALYTICS FOR ARTISTS →

In **YouTube Analytics for Artists** kannst du analysieren, wie oft du Beiträge posten solltest und welche Arten von Inhalten auf deinem Kanal am besten funktionieren.

HILFREICHE MESSWERTE, DIE DU DIR ANSEHEN SOLLTEST:

Einzelne Zuschauer*innen

Wen erreichst du mit deiner Musik auf YouTube?

Aufrufe und Song-Streams

Wie sehen und hören sich Fans deine Inhalte an?

Wiederkehrende Zuschauer*innen

Welche deiner Songs, Videos oder Shorts sorgen dafür, dass Fans deinen Kanal immer wieder besuchen?

Inspirierender Content und Engagement mit Videos

Welche deiner Songs, Videos und Shorts inspirieren Fans, eigene Videos zu erstellen, Kommentare zu posten oder die Inhalte zu teilen?

Du willst noch mehr?

HIER GEHTS ZUM AKTUELLEN PLAYBOOK ZU BEST PRACTICES UND ZU ERFOLGSGESCHICHTEN VON KÜNSTLER*INNEN →