



Mit YouTube zum Erfolg

Führen Sie Ihren Kanal mit diesen Best Practices zum Erfolg und lassen Sie sich davon inspirieren, wie andere Partner aus der Politik die Plattform nutzen.

SOMMER 2020



YouTube ist weltweit die wichtigste Anlaufstelle für öffentliche Onlinevideos

2 MRD.

ANGEMELDETE NUTZER
BESUCHEN YOUTUBE JEDEN MONAT.

1 MRD.

STUNDEN AN VIDEOMATERIAL
WERDEN JEDEN TAG AUF YOUTUBE
ANGESEHEN!

100⁺

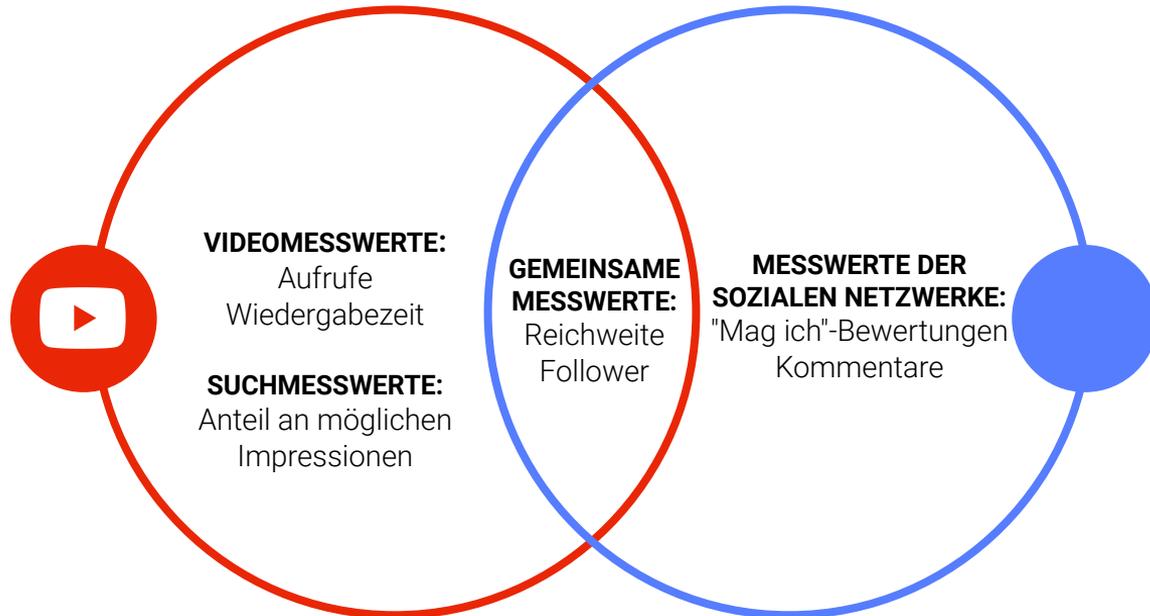
YOUTUBE IST JETZT IN ÜBER
100 LÄNDERN UND 80 SPRACHEN
VERFÜGBAR.

60⁺

MINUTEN TÄGLICH BETRÄGT DIE
DURCHSCHNITTLICHE WIEDERGABEZIT
AUF MOBILGERÄTEN.



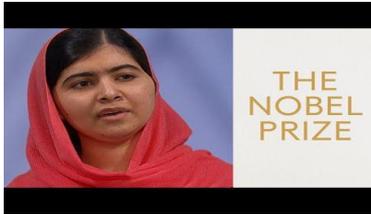
YouTube ist eine Video- und Suchplattform, die sich auf andere Messwerte als soziale Netzwerke konzentriert



Warum verwenden Nutzer **YouTube**?

Um sich inspirieren zu lassen

Von Personen des öffentlichen Lebens handelnde Inhalte, die sie inspirieren



Malala Yousafzai: Nobel Peace Prize Lecture 2014
152,159 views • Jan 9, 2020



Um in Kontakt zu treten

Inhalte, über die sie mit Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Raum interagieren können

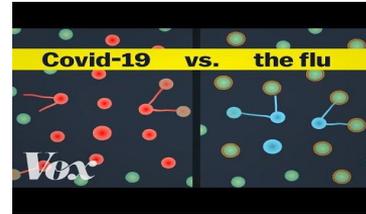


Siembra de árboles en Palacio Nacional
141,593 views • Premiered Apr 29, 2020



Um zu lernen

Inhalte, die ihnen Informationen liefern und Fragen beantworten



Coronavirus is not the flu. It's worse.
7,468,842 views • Apr 1, 2020

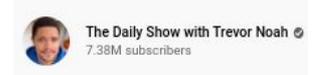


Um unterhalten zu werden

Unterhaltsame Inhalte, die speziell für YouTube erstellt werden



#DailyShow #TrevorNoah #DataScan
Why Should You Fill Out the 2020 Census? | The Daily Social Distancing Show
16,383 views • May 12, 2020



Inhalt

Diese Best Practices sollen Ihnen als Hilfestellung dienen. Sie basieren auf dem, was sich auf YouTube bewährt hat, sind aber keine Erfolgsgarantie.

01 – Erste Schritte

02 – Inhalte planen

03 – Inhalte erstellen

04 – Inhalte entdecken

05 – Weitere Strategien und Informationen



Erste Schritte



Das "Warum" finden

Überlegen Sie sich, was Sie auf YouTube erreichen wollen.

Wollen Sie Spenden sammeln, die Wähler über aktuelle Regierungsangelegenheiten auf dem Laufenden halten oder eine Online-Community aufbauen, um beim nächsten Wahlkampf gut aufgestellt zu sein? Diese Punkte sollten Sie berücksichtigen, um das "Warum" zu finden:

- Wie sieht Ihr idealer Zuschauer aus? (z. B. Alter, demografische Merkmale, politische Identität)
- Was sollen die Zuschauer aus Ihren Inhalten gewinnen? (z. B. Allgemeinwissen, Unterhaltung, aktuelle Ereignisse verstehen)
- Welchen einzigartigen Wert können Sie oder Ihre Organisation bieten?
- Sehen Sie sich diesen Kanaltrailer an, der das "Warum" des Kanals ansprechend vermittelt.



U.S. Department of State: Leading our Nation's Foreign Policy
(US-Außenministerium über die US-Außenpolitik)

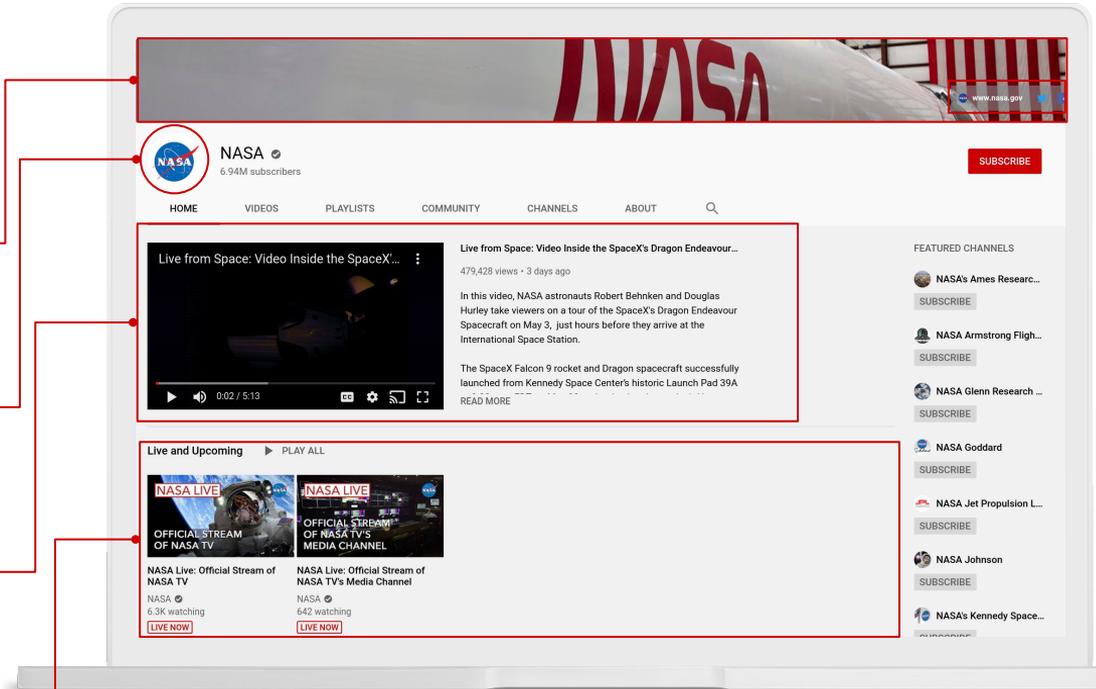
Überlegungen zum Branding

Ein Kanalbanner kann den Wiedererkennungswert unterstützen, den Zuschauern eine Vorschau auf Stil und Ton Ihrer Inhalte geben, Links zu sozialen Netzwerken beinhalten und Ihr Publikum darüber informieren, wann Sie Inhalte veröffentlichen.

Ein Kanal-Avatar ist ein charakteristisches Bild oder Logo, das Ihren Kanal repräsentiert und (unter anderem) angezeigt wird, wenn Sie etwas kommentieren, Communitybeiträge veröffentlichen oder in einem Livechat sind.

Der Kanaltrailer ist ein kurzes Video, das Zuschauern angezeigt wird, die Ihren Kanal noch nicht abonniert haben. Sie können den Zuschauern mit dem Trailer ein Gefühl dafür vermitteln, welchen Stil und welche Art von Inhalten sie auf Ihrem Kanal finden.

Ordner mit Playlists dienen der Organisation Ihrer Inhalte. Damit haben Zuschauer direkten Zugriff auf Playlists mit nach Thema oder Format sortierten Inhalten.



Die Formate

Besonders am Anfang sollten Sie auf bestehende Formate setzen, mit denen Ihr Onlinepublikum vertraut ist. Unten sehen Sie ein paar Beispiele für beliebte Formate, die zur Mission Ihrer Organisation auf YouTube passen könnten.



WÖCHENTLICHE
BERICHTERSTATTUNG



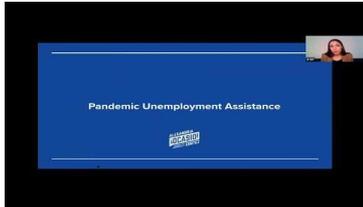
HINTER DEN KULISSEN



INTERVIEWS



ERKLÄRVIDEOS



FRAGERUNDEN



LISTICLES



KOOPERATIONEN



LIVESTREAMS



Inhalte planen

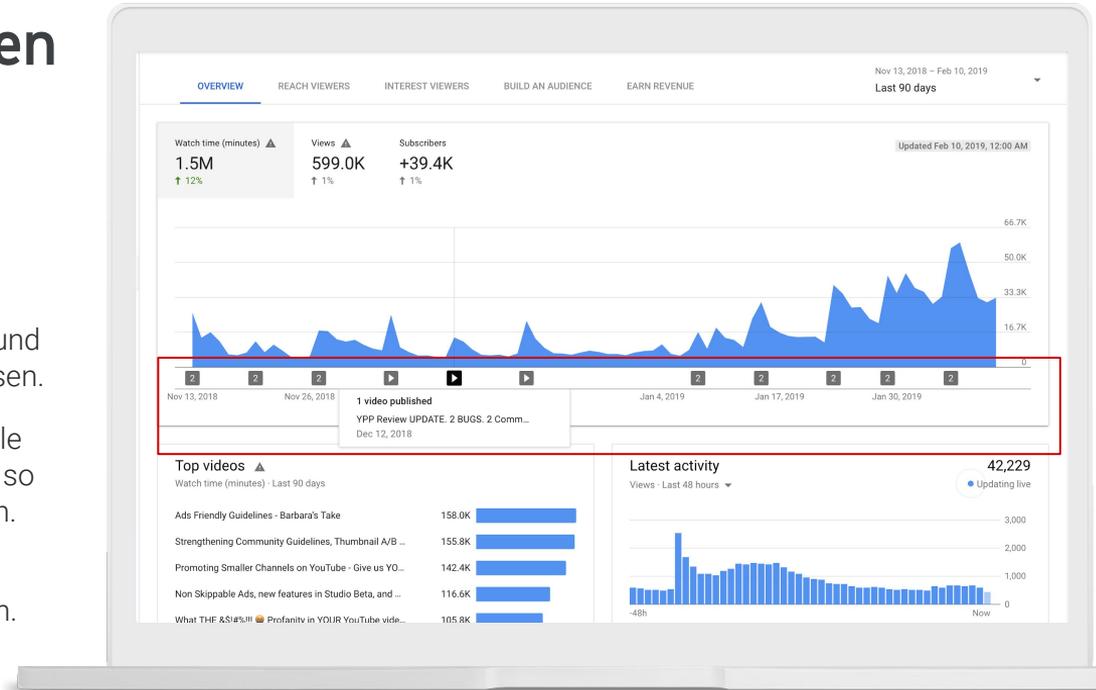


Auf Regelmäßigkeit achten

Sobald Sie bei Ihrer Zielgruppe bestimmte Erwartungen geweckt haben, müssen Sie diese auch erfüllen.

Halten Sie sich an Ihren Veröffentlichungszeitplan und informieren Sie die Zuschauer im Voraus über Pausen.

- Regelmäßigkeit bedeutet nicht, dass Sie viele Inhalte veröffentlichen müssen. Es ist nicht so wichtig, ob Sie häufig Inhalte veröffentlichen. Was zählt, ist ein verlässlicher Uploadplan.
- Ihre Inhalte und Ziele sollten umsetzbar sein. Videos mit hohen Produktionskosten sind zwar toll, können aber oft nicht langfristig realisiert werden. Sie müssen eine Balance zwischen Quantität und Qualität Ihrer Inhalte finden, die langfristig aufrechterhalten werden kann.

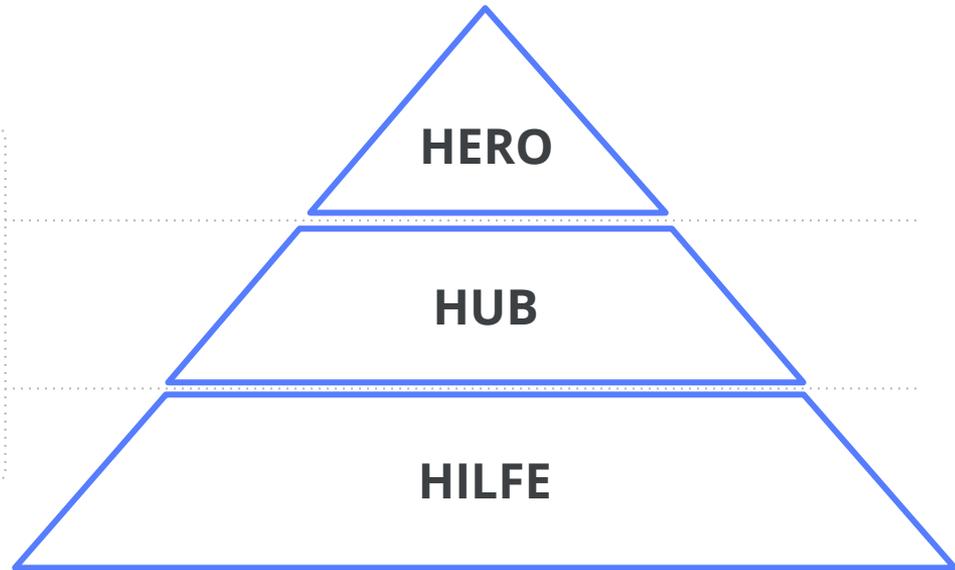


Gezielte Programmgestaltung

Achten Sie bei der Programmgestaltung für Ihren Kanal immer auf die angestrebte Zielgruppe, die Ziele und den Themenbereich der einzelnen Videos.

Ein idealer Ausgangspunkt für diesen Prozess ist das Einteilen Ihrer Videos in diese drei Inhaltskategorien:

HERO, HUB UND HILFE



HERO – Inhalte

- **Häufigkeit:** Selten. Basieren meist auf einem wichtigen Ereignis, einem besonderen Moment oder einer großen Idee.
- **Inhalt:** Themen, die eine breite Masse ansprechen und für die zu gewissen Zeiten ein gesteigertes Interesse bestehen kann (z. B. Wahltag, Rede zur Lage der Nation, wichtige Legislativabstimmung usw.).
- **Zielgruppe:** Hero-Inhalte sollen möglichst viele Menschen erreichen und sollen auch für Zuschauer zugänglich sein, die mit Ihrer Organisation oder Ihren Inhalten nicht vertraut sind.
- **Ziel:** Schaffen Sie einen Moment der Sichtbarkeit für Ihre Inhalte, der dazu führt, dass viele gelegentliche Zuschauer zu treuen Abonnenten werden.



EN VIVO | Ceremonia de asunción presidencial.

HERO – Zusammenarbeit

Halten Sie sich an Ihren Veröffentlichungszeitplan und informieren Sie die Zuschauer im Voraus über Pausen.

- **Treffen Sie Ihre Entscheidung mit Bedacht.** Der beliebteste Creator auf YouTube muss nicht unbedingt die beste Wahl sein. Konzentrieren Sie sich auf Creator, die über das Publikum verfügen, das Sie mit Ihren Inhalten erreichen wollen. (z. B. das an Nachrichten und am Zeitgeschehen orientierte Publikum von Phil DeFranco oder Familienkanäle, die Ihnen dabei helfen, eine breite Zielgruppe zu erreichen und einen repräsentativen Querschnitt aller Zuschauer darzustellen).
- **Überlegen Sie sich, welche besonderen Vorteile Sie Creatorn bieten.** Sei es der Zugang zu herausragenden Experten oder wichtigen politischen Ereignissen – denken Sie darüber nach, welche Möglichkeiten Sie Creatorn bieten können, die sie sonst nicht haben.
- **Sie sollten auch Inhalte für den Kanal Ihres Kooperationspartners erstellen.** Wenn Sie diese Werbemöglichkeit voll ausschöpfen möchten, erstellen Sie ein tolles Video gemeinsam mit dem Creator, das er auf seinem Kanal veröffentlicht.



Family Town Hall on COVID-19 with @itsJudysLife, @TheCurlyCoopers and @J House Vlogs



HELP – Inhalte

- **Häufigkeit:** Öfter als Hero-Inhalte, aber nicht so oft wie Hub-Inhalte.
- **Inhalt:** Themen rund um bestimmte Fragen oder Bereiche, die immer von aktuellem Interesse sind (z. B. unser Gesundheitssystem, wie würde der " Green Deal" funktionieren usw.).
- **Zielgruppe:** Allgemeines und gezieltes Interesse; typischerweise sprechen diese Inhalte eher gelegentliche Zuschauer an, die normalerweise nicht mit Ihrem Kanal interagieren.
- **Ziel:** Videos veröffentlichen, die immer von aktuellem Interesse sind und mit denen die Zuschauerzahlen kontinuierlich gesteigert und stetig neue Abonnenten gewonnen werden.



Video: Einfache Schritte, um die Verbreitung des Coronavirus zu verhindern

HELP – Suchlücken schließen

- **Suche:** Tools wie Google Trends, die Suchzugriffe in YouTube Analytics oder das Abrufen von Themen mit automatischer Vervollständigung in der YouTube-Suche können Ihnen dabei helfen zu verstehen, wonach die Nutzer suchen.
- **Inhalt:** Entwickeln Sie Themen, die immer von aktuellem Interesse sind, diese Fragen beantworten oder die Suchlücke schließen.
- **Zielgruppe:** Die Zielgruppe für Help-Inhalte setzt sich anfangs häufig aus Stammzuschauern zusammen, entwickelt sich mit der Zeit jedoch zu einem Publikum aus überwiegend gelegentlichen Zuschauern. Beachten Sie dabei, dass Ihre Zuschauer Sie möglicherweise kaum kennen, und nutzen Sie die Möglichkeit, sich und die Inhalte Ihres Kanals vorzustellen.
- **Ziel:** Veröffentlichen Sie Videos, die Antworten auf eine Kernfrage Ihrer Wähler gibt, die für sich allein stehen können und die über einen längeren Zeitraum relevant bleiben.



Bernie's Damn Bill Pt. 1: What Is Medicare for All? (H. Jon Benjamin über die Krankenversicherung für alle US-Bürger)

HUB – Inhalte

- **Häufigkeit:** Die regelmäßige Veröffentlichungsfrequenz, die Sie selbst festgelegt haben. Hub-Inhalte sind die Inhalte, die im Mittelpunkt Ihres Kanals stehen.
- **Inhalt:** Zielgerichtete Inhalte, die Sie langfristig erstellen können und die unmittelbar dem Geschmack und den Erwartungen Ihrer Abonnenten entsprechen. Nutzen Sie Ihre beliebten Formate.
- **Zielgruppe:** Ihre bestehenden Abonnenten sowie Zuschauer, die Ihre Inhalte ansehen, aber Ihren Kanal nicht abonniert haben.
- **Ziel:** Sorgen Sie mit regelmäßigen, einheitlichen Inhalten, die den Erwartungen und Wünschen Ihrer Zielgruppe entsprechen, dafür, dass Zuschauer immer wieder zurückkehren. Für neue Zuschauer sollten außerdem eine Reihe von Inhalten verfügbar sein, die sie sich ansehen können, nachdem sie Ihren Kanal abonniert haben.



Prime Minister's Questions with British Sign Language - 20th January 2021

HUB – Veröffentlichungszeitplan erstellen

- **Langfristig erfolgreich sein:** Entscheiden Sie sich für Formate, die Sie kontinuierlich bedienen können.
- **Auf Regelmäßigkeit achten:** Veröffentlichen Sie Ihre Inhalte in einem regelmäßigen Rhythmus, z. B. Experteninterviews immer montags oder Erklärvideos am ersten Samstag des Monats.
- **Zielgruppe:** Ihre bestehenden Abonnenten sowie Zuschauer, die Ihre Inhalte ansehen, aber Ihren Kanal nicht abonniert haben.
- **Ziel:** Machen Sie eine beständige Gewohnheit daraus und informieren Sie Ihre Zuschauer darüber, wann die gewünschten Inhalte verfügbar sein werden.



Wöchentliche Berichte auf dem Kanal von Andrés Manuel López Obrador

HUB – Aktuelle Ereignisse ansprechen

- **Aktualität:** Die Nachrichten und YouTube verändern sich unglaublich schnell. Daher ist es wichtig, sich mit Trends zu befassen, solange sie noch angesagt sind.
- **Korrekte Informationen:** Lassen Sie Recherche und die Überprüfung von Fakten nicht zu kurz kommen, damit Ihre Glaubwürdigkeit langfristig keinen Schaden nimmt.
- **Kreativität:** Verleihen Sie Ihren Inhalten ruhig eine persönliche Note. So sind Ihre Videos nicht nur aktuell, sondern heben sich auch von der Masse ab. Können Sie dies auch langfristig gewährleisten?



Elizabeth Warren reagiert auf Donald Trumps Pressekonferenzen zu Autorität und Verantwortung

Inhalte erstellen



Zugänglich bleiben

YouTube ist kein Fernsehen. Ihre Zielgruppen möchten Sie so erleben, wie Sie sind – ganz unverfälscht.

- **Persönliche Inhalte sind am besten.** Distanz und eine mysteriöse Ausstrahlung sollten vermieden werden. Scheuen Sie sich nicht, einfach die Kamera zu nehmen und direkt zu Ihrem Publikum zu sprechen.
- **Kleine Patzer kommen gut an.** Obwohl es unlogisch erscheint, dürfen Ihre Videos ruhig Ecken und Kanten haben.
- **Dieses Video** ist ein Beispiel dafür, wie Alexandria Ocasio-Cortez YouTube genutzt hat, um durch eine Live-Fragerunde näher an ihrer Community zu sein.



Coffee and Conversation | AOC LIVE



Auf Audioqualität achten

Guter Sound kann das Seherlebnis der Zuschauer enorm beeinflussen. Meist sehen sie über Kamera- und Beleuchtungsfehler eher hinweg, als über eine schlechte Audioqualität. So können Sie Fehler vermeiden:

- **Berücksichtigen Sie bei der Auswahl des Drehorts die Klangqualität.** Bedenken Sie, dass Umgebungsgeräusche oder die Akustik in einem Raum (z. B. ein Echo) die Audioqualität negativ beeinflussen können.
- **Am besten verwenden Sie externe Mikrofone.** Auch wenn Sie mit Ihrem Smartphone tolle Videos aufnehmen können, sollten Sie dabei ein externes, nicht integriertes Mikrofon verwenden, damit Sie auch beim Klang eine hohe Qualität erzielen.
- In diesem Video der Creator Academy erklären wir Ihnen die Grundlagen für ansprechende Audio- und Videoaufnahmen.



Möchten Sie eine Übersicht, wie Sie tolle YouTube-Inhalte erstellen können? Sehen Sie sich die Playlist "[Production Skills: From Ideas to Video](#)" der [YouTube Creator Academy](#) an.

Inhalte in großen Mengen erstellen

Zum Erstellen von Videos benötigen Sie Zeit und Ressourcen. Deshalb sollten Sie die Ergebnisse Ihrer Produktionstage maximieren.

- **Drehtage voll ausschöpfen.** Wenn möglich, sollten Sie aus den Aufnahmen jedes Drehs gleich mehrere Videos erstellen können. Wenn Sie zum Beispiel Experten aus Ihrer Organisation befragen, könnten Sie auch zwei oder mehr Interviews auf denselben Tag legen.
- **Filmmaterial flexibel einsetzen.** Nutzen Sie zusätzliches Videomaterial, das Sie bei verschiedenen Veranstaltungen aufgenommen haben, kreativ und überlegen Sie sich, wie Sie es verpacken, damit Sie noch mehr Inhalte veröffentlichen können.

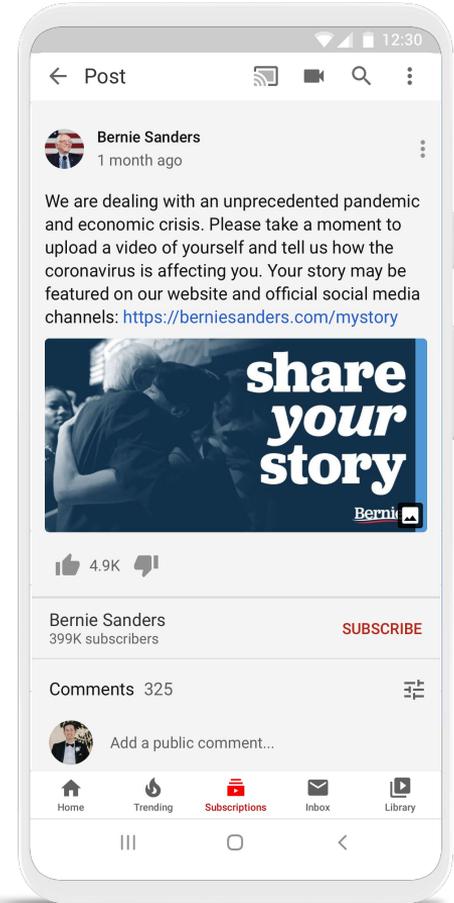


In diesem Video der Creator Academy erklärt der erfolgreiche Creator Simon Whistler die Vorteile von Batch-Aufnahmen und "Monotasking".

Interaktionen anregen und moderieren

Wenn Sie auf YouTube mit den Zuschauern interagieren, sollten Sie dabei Folgendes beachten:

- **Heben Sie die Botschaft hervor.** Sie können Kommentare deaktivieren, wenn Sie Videos zu sensiblen Themen oder Livestreams veröffentlichen. Dadurch steht das Video im Mittelpunkt.
- **Bauen Sie eine Community auf:** Neben Kommentaren können Sie Funktionen wie Stories und die Community als Tools für eine beständige, zwanglose Interaktion nutzen.



Inhalte entdecken



Wirkungsvolle Titel und Thumbnails erstellen

Titel und Thumbnails können große Auswirkungen darauf haben, ob sich Zuschauer Ihre Videos ansehen, besonders dann, wenn sie aufeinander abgestimmt sind. Diese Best Practices sollten Sie dabei beachten:

- **Korrekte Angaben machen:** Die Kombination aus Titel und Thumbnail muss zum tatsächlichen Inhalt des Videos passen.
- **Sich kurzfassen:** Sie sollten versuchen, weniger als 70 Zeichen zu verwenden und die wichtigsten Wörter/Gedanken an den Anfang zu setzen.
- **Leicht auffindbare Titel verwenden:** Wenn möglich, sollten Sie geeignete Suchbegriffe in Ihrem Titel verwenden.
- **Interesse wecken:** Nutzen Sie die Kombination aus Titel und Thumbnail, um das Interesse an Ihren Inhalten zu wecken.

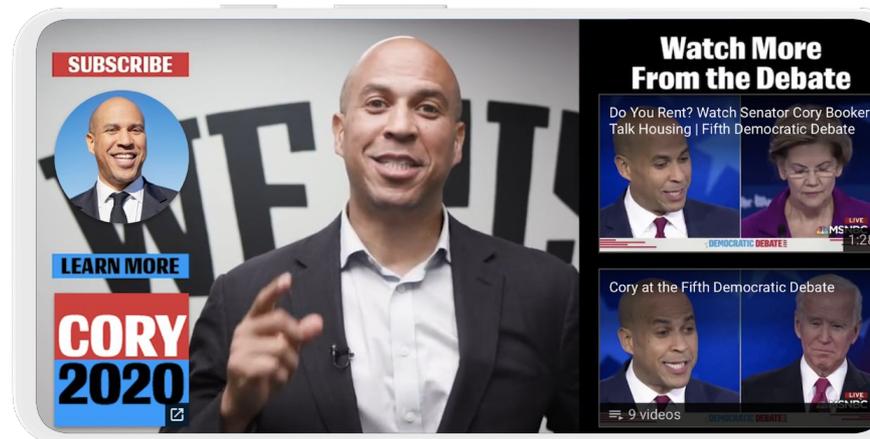


Vom Pentagon veröffentlichtes UFO-Filmmaterial:
unbearbeitetes Video

Zuschauer zu weiteren Inhalten leiten

Mit Abspannen können Sie die Wiedergabezeit Ihres Kanals verlängern, indem Sie Ihre Zuschauer in den letzten 20 Sekunden des Videos auf bis zu vier unterschiedliche Elemente aufmerksam machen.

- **Wirkung maximieren:** Abspanne können mit einem Endbild im Video kombiniert werden, das Links und einen Call-to-Action enthält, mit dem Zuschauer zu weiteren Videos geleitet und zu "Mag ich"-Bewertungen, zum Teilen und zum Abonnieren animiert werden.
- **Infokarten einsetzen:** Infokarten sind Benachrichtigungen, die in Videos rechts oben eingeblendet werden. Sie können Infokarten mit passenden Momenten in Ihren Videos kombinieren.
- **Mit Bedacht wählen:** Abspanne sind am erfolgreichsten, wenn die Zuschauer auf relevante Inhalte hingewiesen werden, die sie sich ansehen können. Sie können sie zum Beispiel einsetzen, um die Zugriffe auf andere Folgen Ihres Formats oder Ihrer Serie zu steigern.



Cory Booker hat einen standardmäßigen benutzerdefinierten Abspann aufgenommen, den sein Team an seine Uploads anhängen kann und der die Zuschauer zum Handeln anregen soll.

Analytics auf einen Blick

Impressionen geben an, wie oft Ihre Video-Thumbnailns auf YouTube gezeigt werden.

Die **Klickrate** gibt an, welcher Prozentsatz Ihrer Impressionen auf YouTube zu einem Aufruf geführt hat.

Aufrufe: Wir prüfen, ob Videos von Menschen und nicht von Computerprogrammen aufgerufen werden. Daher kann es vorkommen, dass es bei Ihrer öffentlichen und internen Anzahl an Aufrufen zu Verzögerungen kommt, da unsere Systeme erst die Rechtmäßigkeit der Aufrufe prüfen müssen.

Die **Zugriffsquellen** verdeutlichen, wie Zuschauer auf Ihre Inhalte stoßen.

Die **Wiedergabezeit** ist die Zeit, die Zuschauer mit dem Ansehen Ihrer Inhalte verbracht haben. Sie gibt Aufschluss darüber, was tatsächlich angesehen und nicht nur angeklickt und dann abgebrochen wird.

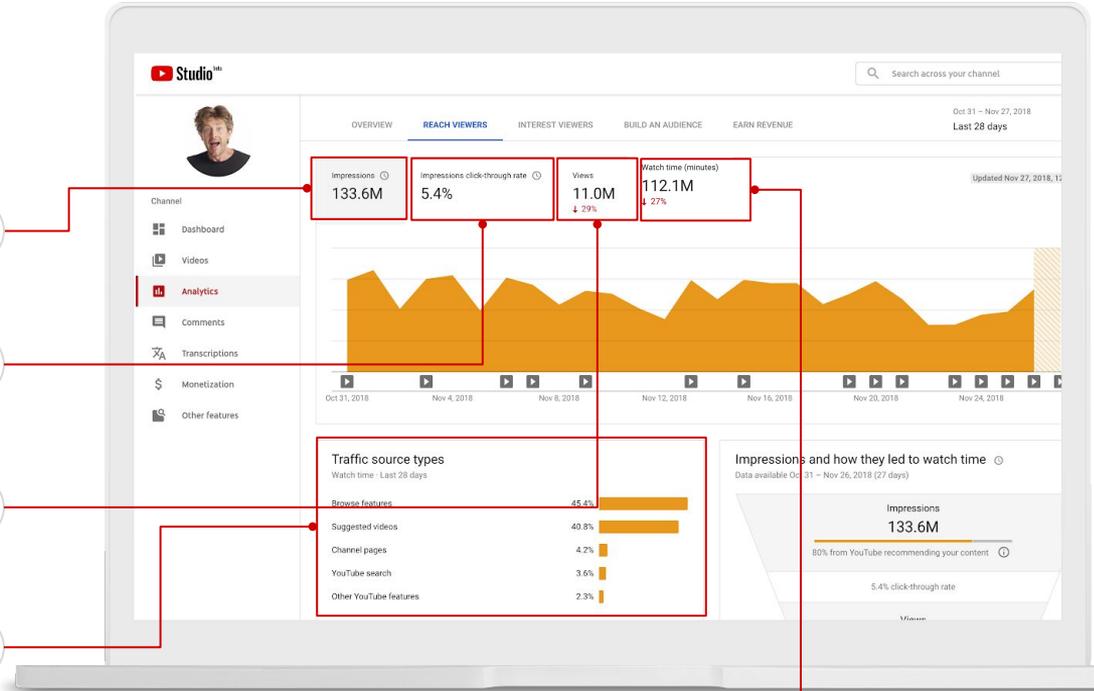
1

2

3

4

5



Weitere Strategien und Informationen



Cross-Promotion-Strategien

Sie können Ihre Profile in den sozialen Netzwerken und verschiedene YouTube-Funktionen nutzen, um für sich und neue Inhalte Werbung zu machen.

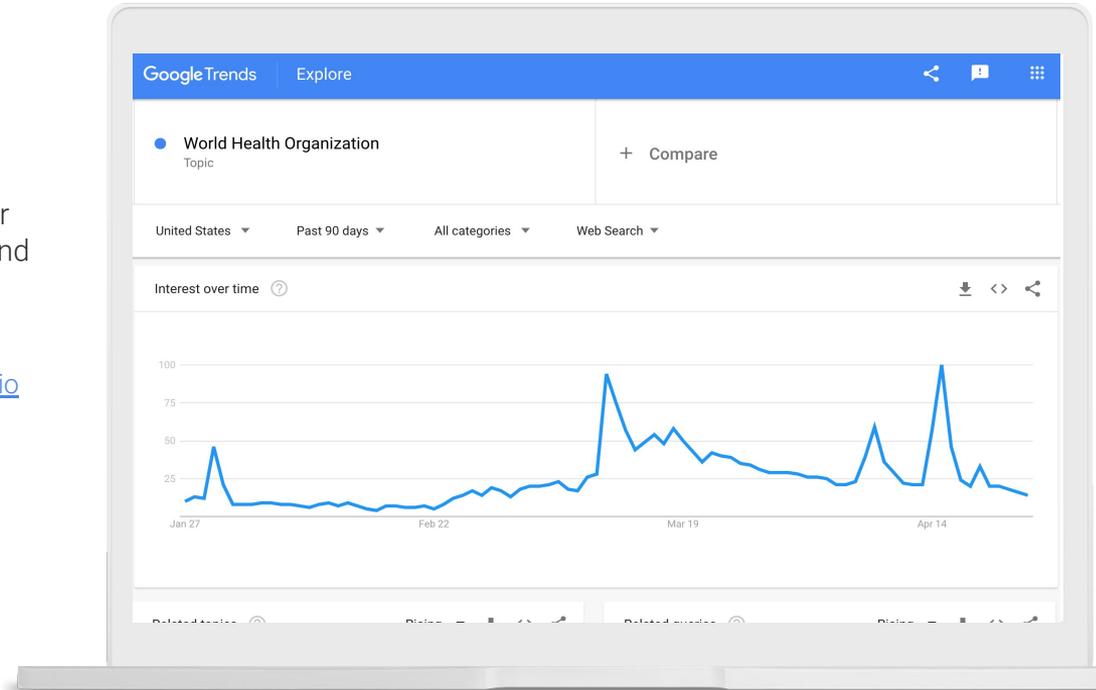
- **Funktionen können hilfreich sein:** Nutzen Sie die Werbefunktionen auf Plattformen wie Snapchat und Instagram, z. B. "Nach oben wischen". Über Community-Umfragen können Sie Ihre Follower fragen, welche Inhalte sie am liebsten sehen möchten. Außerdem können Sie über YouTube Stories auf lockere Art und Weise Werbung für Ihren Kanal oder Ihre Inhalte machen.
- **Nicht auf Trailer und Montagen beschränken:** Bieten Sie Zuschauern Anreize, indem Sie Inhalte über Ihre sozialen Plattformen hinweg verknüpfen.
- **Calls-to-Action sind entscheidend:** Werbeclips und Trailer Ihrer YouTube-Inhalte können zwar effektiv sein, doch neue Videos, in denen Sie Ihre Zielgruppe direkt ansprechen, sind die beste Möglichkeit, sie zum Ansehen neuer Inhalte zu animieren.



Zuschauerdaten nutzen:

Sie sind sich nicht sicher, welche Themen Sie in Ihren Inhalten ansprechen sollen? Hier sind ein paar Möglichkeiten, wie Sie die Daten von Zuschauern und Internetnutzern im Allgemeinen einsetzen können, um die passenden Themen zu finden.

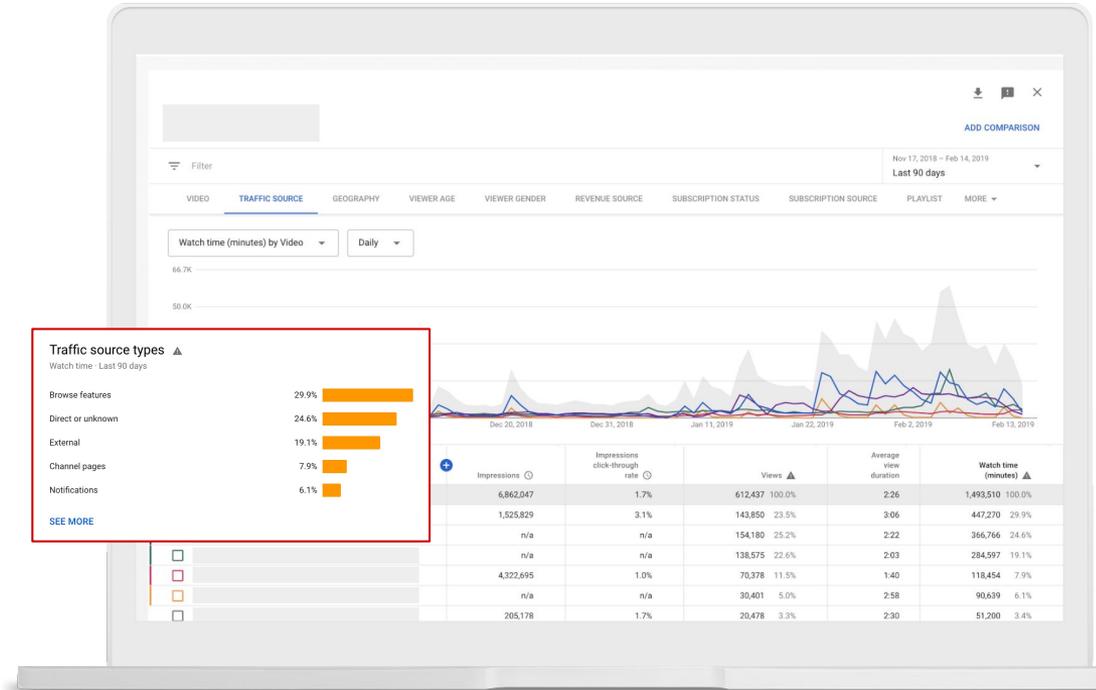
- **YouTube Analytics:** Gehen Sie in [YouTube Studio](#) zu "Zugriffsquellen" > "YouTube-Suche". Dort sehen Sie, welche Begriffe die Zuschauer eingeben, um Ihre Inhalte zu finden.
- **Google Trends:** Mit [Google Trends](#) können Sie nachverfolgen, wie beliebt verschiedene Suchbegriffe in bestimmten Zeiträumen und Regionen sind. Außerdem können Sie ähnliche Suchanfragen ansehen. Suchen Sie beispielsweise nach Ihrem Namen, Themen im Zusammenhang mit Ihrer Politik oder staatlichen Einrichtungen und prüfen Sie dann ähnliche Suchanfragen, um Ideen für Ihre nächsten Videos zu erhalten.



Analytics auf einen Blick: Zugriffsquellen

Unter **Zugriffsquellen** sehen Sie, wo genau Ihre Inhalte den Zuschauern angezeigt werden. Mögliche Zugriffsquellen:

- **Vorgeschlagene Videos** werden rechts auf der Wiedergabeseite unter "Nächstes Video" eingeblendet. In der App finden Sie sie direkt unter dem Video und im Autoplay-Modus werden sie als nächste Videos angezeigt.
- **Funktionen zur Auswahl von Inhalten** beziehen sich auf Zugriffe über den Startseitenfeed, den Abofeed und den Feed "Trends".
- Die **YouTube-Suche** umfasst die Suchanfragen, über die Zuschauer zu Ihren Inhalten gelangen.
- **Mit Benachrichtigungen** werden Zuschauer darüber informiert, dass ein neues Video veröffentlicht wurde. Sie werden entweder als mobile Push-Benachrichtigung oder per E-Mail versendet.



Team für politische Bildung



Verfügbar für monatliche Treffen und ganzjährige Veranstaltung von politischen Events



Für alle Anliegen per E-Mail oder Telefon erreichbar



Unser Operations-Team: civics@youtube.com

Creator Academy



Geführte Tutorials für [digitale Teams](#)



Videoanleitungen auf dem [YouTube Creators-Kanal](#)



[Zusätzliche Videoupdates](#) von YouTube-Technikteams

YouTube-Hilfe



Gesamte [Website](#)



[Seite des technischen Supports](#) für YouTube Live



[Seiten zu](#) den allgemeinen YouTube-Richtlinien sowie den Richtlinien zu Sicherheit und Urheberrecht



Weiteres Infomaterial von YouTube

- [Einen YouTube-Kanal starten](#)
- [Kanal verwalten](#)
- [Livestreaming aktivieren und nutzen](#)
- [Best Practices erkunden](#)
- [Probleme beheben](#)
- [Playbook für YouTube Giving](#)
- [YouTube Social Impact-Playbook](#)





—
Vielen Dank

