

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	3	Der Weg zu einem guten YouTube-Titelbild	39
Vorwort	11	So gestalten Sie ein optimales Titelbild für Ihren Kanal	41
1. Einführung in die YouTube-Welt		Auch Ihr Kanalsymbol hinterlässt Eindruck	43
Bei YouTube anmelden	15	Verlinken Sie Webseite und Social-Network-Profile	45
Erfolgreich auf YouTube loslegen!	17	Legen Sie den Aufbau Ihrer Startseite fest	47
So legen Sie Ihren YouTube-Kanal an	19	Erstellen Sie eine gute Übersicht für Ihren Kanal	49
Wählen Sie den richtigen Kanalnamen aus!	21	Konfiguration des Kanal-Trailers	51
Bestätigen Sie, dass der Kanal Ihnen gehört	23	Playlisten auf Ihrer Startseite präsentieren	53
YouTube-Kontoeinstellungen, die Sie kennen sollten	25	Kanalnavigation und Unterseiten anlegen	55
Benutzeroberfläche und Aufbau der Navigation	27	Kanal-Navigations-Tab »Videos« richtig konfigurieren	57
Kapitel 1 – Wir fassen zusammen	29	Kanal-Navigations-Tab »Diskussion« richtig konfigurieren	59
2. Geben Sie sich ein Gesicht auf YouTube		Verraten Sie mehr mit der »Über uns«-Funktion	61
Optimale Präsenz auf allen Gerätetypen	31	Reichern Sie Ihren Kanal mit Stichworten an	63
Elemente, die Sie im One Channel gestalten können	33	Angesagte Kanäle anlegen	65
Schenken Sie Ihrem Publikum einen Mehrwert	35	Kanalfunktionen für YouTube-Partner	67
	37	YouTube Custom Gadget	69
		Kapitel 2 – Wir fassen zusammen	71

3. Leben in der YouTube-Welt		
Finden Sie Gleichgesinnte auf YouTube	75	
Animieren Sie Besucher zur Diskussion	77	
Kommentieren Sie die Kanäle anderer YouTuber	79	
So wirken Ihre Kanal-Kommentare nachhaltig	81	
So schreiben Sie gute Video-Kommentare	83	
Video-Antworten erstellen	85	
Geben Sie einen »Daumen hoch« für gute Videos	87	
Fragen machen neugierig	89	
Lassen Sie Ihr Video-Publikum mitmachen	91	
Zeit sparen: Social-Media-Profil an YouTube koppeln	93	
Beste Ergebnisse durch eigenes Teilen des Videos	95	
YouTube-Videos in Ihr Google+-Profil integrieren	97	
Veröffentlichen Sie YouTube-Videos auf Webseiten	99	
Embedding API	101	
Kapitel 3 – Wir fassen zusammen	103	
4. So werden Ihre Videos gut		
Der Weg zu Ihrem Webvideo	107	
Konzeption & Strategie – Erfolgreich mit Webvideos	109	
So sprechen Sie Ihre Zielgruppe richtig an	111	
Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke I/III	113	
Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke II/III	115	
Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke III/III	117	
Das richtige Video für den richtigen Zweck	119	
Produktionsarten von Videos	121	
Aus Ihren Fotos Videos machen = Slideshow-Videos	123	
Videos unterwegs erstellen & hochladen	125	
Videos mit Bildschirm-Aufnahme	127	
Animationen in YouTube-Videos	129	
Die Welt der HD-Kameras	131	
Steigern Sie die Qualität bei Ihrem Video-Dreh	133	
Auflösungen, Dateiformate und Audioeinstellungen	135	

Überzeugen Sie mit perfekter Video-Postproduktion	137	Erweiterte Einstellungen vornehmen	163
Video-Qualität mit dem YouTube-Video-Editor verbessern	139	Reichern Sie Ihre Videos mit interaktiven Hinweisen an	165
Einführung für Videos in YouTube erstellen	141	Optimieren Sie Ihre Video-Untertitel	167
Outro für Videos in YouTube erstellen	143	Wichtig fürs Ranking: Kommentare + Abonnenten	169
Audio-Qualität für den guten Ton Ihrer Videos	145	Gute Clips fördern langfristig die beste Auffindbarkeit	171
Kapitel 4 – Wir fassen zusammen	147	Verlauf der Betrachtungszahlen und Aktualität	173
5. Machen Sie Ihre Video-Clips auffindbar	149	Die Autorität Ihres Kanals steigern	175
Für die Auffindbarkeit wichtig: YouTube hört und sieht mit	151	Videos nicht doppelt veröffentlichen	177
YouTube hilft Ihnen, Ihre Premiere vorzubereiten	153	Playlisten bei Google auffindbar machen	179
Hochladen der Videos – gewusst wie!	155	Videos auf einer Webseite einbinden	181
So schreiben Sie einen optimalen Video-Titel	157	Hangouts on Air: In Lichtgeschwindigkeit auf Platz 1	183
Verfassen Sie Beschreibungen mit Klick-Appeal	159	Kapitel 5 – Wir fassen zusammen	185
Ihre Vorschaubilder sollten Interesse wecken	161	6. Werbemöglichkeiten auf YouTube	187
		Wo können Sie auf YouTube werben?	189
		Mit YouTube-Videos auf Webseiten werben	191

YouTube-Werbung auf mobilen Geräten	193	7. Werden Sie zum YouTube-Star	225
Grundeinstellung: Zielgruppengenaue Ausrichtung	195	Ihre Schritte in Richtung YouTube-Erfolg	227
Ausrichtung Ihrer Werbung aufgrund von Schlüsselwörtern	197	Lernen Sie die YouTuber-Generation C kennen	229
Wählen Sie passende Placements aus	199	Mit YouTube Geld verdienen	231
Ausrichtung nach Themen- und Interessenskategorien	201	YouTube-Stars sprechen Ihre Zuschauer perfekt an	233
Einsatz der Remarketing-Methode	203	Treue Zuschauer gewinnen	235
Erstellen einer Werbekampagne für YouTube	205	Story Telling: Mit Videos Geschichten erzählen	237
YouTube-Werbeformate im Überblick	207	Redaktionspläne für Ihre Videos	239
TrueView-InSearch-Anzeigen – Werden Sie gefunden!	209	Optimaler Video-Aufbau zur Zuschauerbindung	241
TrueView-InDisplay-Anzeigen auf YouTube	211	Wie lang ist der perfekte Videoclip?	243
TrueView-InStream-Anzeigen – die Fernseh-Spots der Zukunft	213	YouTube-Stars sind Meister im Netzwerken	245
Werbung auf YouTube ohne eigene Videos	215	Community-Management richtig einsetzen	247
Optimieren Sie Ihre Werbekampagnen	217	Nutzeraffine Optimierung Ihrer Videos	249
Premium-Werbeplätze auf YouTube	219	Wasserzeichen im Video: Branding und neue Abonnenten	251
Call-to-Action-Overlay-Schaltflächen	221	Angesagtes Video in eigenen Clips hervorheben	253
Kapitel 6 – Wir fassen zusammen	223	Erfolg messen – Erkenntnisse zur Erfolgssteigerung	255
		Wettbewerbe durchführen	257
		Kapitel 7 – Wir fassen zusammen	259

8. Alle Zahlen voll im Blick	261	Wie oft werden Ihre CTAs geklickt?	295
Ziele festlegen und Maßnahmen überwachen	263	Sind die YouTube-Anmerkungen hilfreich?	297
Ihr persönliches YouTube-Kontroll- zentrum	265	Kapitel 8 – Wir fassen zusammen	299
YouTube-Analytics-Überblick	267		
Die Aufrufzahlen = Ihre YouTube-Einschaltquote	269	9. Blick nach vorne: Mehr als nur Katzencontent	301
Aus Tops und Flops Ihrer Videos lernen!	271	Neue Qualitätsinhalte und Vermarktungsstrategien	303
Wer ist Ihr Publikum? Finden Sie es heraus	273	Neue Herausforderungen: How to go viral?	305
Wiedergabeorte – Wo spielt Ihr Film im Netz?	275	Crowdsourcing und Audience Building: erste Experimente	307
Zugriffsquellen Ihrer Videos	277	YouTube Original Channels	309
Erzielen Sie Fernseh-, Smartphone- oder Computeraufrufe?	279	TV meets YT: Wer gibt zukünftig den Ton an?	311
Ihre Zuschauerbindung ist wichtig	281	Neue Ordnung: EPGs und ›Lean Back‹	313
Relative Zuschauerbindung: Besser als andere sein	283	YouTube als Plattform für E-Commerce-Anbieter	315
Anzahl der Abonnenten-Entwicklung	285	Die Zukunft von YouTube	317
Entwicklung guter Bewertungen fördern	287		
Werden Ihre Videos zu Favoriten?	289	Bildnachweis	319
Prüfen Sie die Entwicklung Ihrer Kommentare	291		
Wie oft werden Ihre Videos geteilt?	293	Index	321