

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	13	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	31	Verraten Sie mehr mit der »Über uns«-Funktion	61
Optimale Präsenz auf allen Gerätetypen	33	Reichern Sie Ihren Kanal mit Stichworten an	63
Elemente, die Sie im One Channel gestalten können	35	Angesagte Kanäle anlegen	65
Schenken Sie Ihrem Publikum einen Mehrwert	37	Kanalfunktionen für YouTube-Partner	67
		YouTube Custom Gadget	69
		Kapitel 2 – Wir fassen zusammen	71

3. Leben in der YouTube-Welt	73	4. So werden Ihre Videos gut	105
Finden Sie Gleichgesinnte auf YouTube	75	Der Weg zu Ihrem Webvideo	107
Animieren Sie Besucher zur Diskussion	77	Konzeption & Strategie – Erfolgreich mit Webvideos	109
Kommentieren Sie die Kanäle anderer YouTuber	79	So sprechen Sie Ihre Zielgruppe richtig an	111
So wirken Ihre Kanal-Kommentare nachhaltig	81	Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke I/III	113
So schreiben Sie gute Video-Kommentare	83	Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke II/III	115
Video-Antworten erstellen	85	Verschiedene Webvideos für Marketingzwecke III/III	117
Geben Sie einen »Daumen hoch« für gute Videos	87	Das richtige Video für den richtigen Zweck	119
Fragen machen neugierig	89	Produktionsarten von Videos	121
Lassen Sie Ihr Video-Publikum mitmachen	91	Aus Ihren Fotos Videos machen = Slideshow-Videos	123
Zeit sparen: Social-Media-Profile an YouTube koppeln	93	Videos unterwegs erstellen & hochladen	125
Beste Ergebnisse durch eigenes Teilen des Videos	95	Videos mit Bildschirm-Aufnahme	127
YouTube-Videos in Ihr Google+-Profil integrieren	97	Animationen in YouTube-Videos	129
Veröffentlichen Sie YouTube-Videos auf Webseiten	99	Die Welt der HD-Kameras	131
Embedding API	101	Steigern Sie die Qualität bei Ihrem Video-Dreh	133
Kapitel 3 – Wir fassen zusammen	103	Auflösungen, Dateiformate und Audioeinstellungen	135

Überzeugen Sie mit perfekter Video-Postproduktion	137
Video-Qualität mit dem YouTube-Video-Editor verbessern	139
Einführung für Videos in YouTube erstellen	141
Outro für Videos in YouTube erstellen	143
Audio-Qualität für den guten Ton Ihrer Videos	145
Kapitel 4 – Wir fassen zusammen	147

5. Machen Sie Ihre Video-Clips auffindbar

Für die Auffindbarkeit wichtig: YouTube hört und sieht mit	149
YouTube hilft Ihnen, Ihre Premiere vorbereiten	151
Hochladen der Videos – gewusst wie!	153
So schreiben Sie einen optimalen Video-Titel	155
Verfassen Sie Beschreibungen mit Klick-Appeal	157
Ihre Vorschaubilder sollten Interesse wecken	159
	161

Erweiterte Einstellungen vornehmen	163
Reichern Sie Ihre Videos mit interaktiven Hinweisen an	165
Optimieren Sie Ihre Video-Untertitel	167
Wichtig fürs Ranking: Kommentare + Abonnenten	169
Gute Clips fördern langfristig die beste Auffindbarkeit	171
Verlauf der Betrachtungszahlen und Aktualität	173
Die Autorität Ihres Kanals steigern	175
Videos nicht doppelt veröffentlichen	177
Playlisten bei Google auffindbar machen	179
Videos auf einer Webseite einbinden	181
Hangouts on Air: In Lichtgeschwindigkeit auf Platz 1	183
Kapitel 5 – Wir fassen zusammen	185

6. Werbemöglichkeiten auf YouTube

Wo können Sie auf YouTube werben?	187
Mit YouTube-Videos auf Webseiten werben	189
	191

YouTube-Werbung auf mobilen Geräten	193
Grundeinstellung: Zielgruppengenaue Ausrichtung	195
Ausrichtung Ihrer Werbung aufgrund von Schlüsselwörtern	197
Wählen Sie passende Placements aus	199
Ausrichtung nach Themen- und Interessenskategorien	201
Einsatz der Remarketing-Methode	203
Erstellen einer Werbekampagne für YouTube	205
YouTube-Werbeformate im Überblick	207
TrueView-InSearch-Anzeigen – Werden Sie gefunden!	209
TrueView-InDisplay-Anzeigen auf YouTube	211
TrueView-InStream-Anzeigen – die Fernseh-Spots der Zukunft	213
Werbung auf YouTube ohne eigene Videos	215
Optimieren Sie Ihre Werbekampagnen	217
Premium-Werbeplätze auf YouTube	219
Call-to-Action-Overlay-Schaltflächen	221
Kapitel 6 – Wir fassen zusammen	223

7. Werden Sie zum YouTube-Star	225
Ihre Schritte in Richtung YouTube-Erfolg	227
Lernen Sie die YouTuber-Generation C kennen	229
Mit YouTube Geld verdienen	231
YouTube-Stars sprechen Ihre Zuschauer perfekt an	233
Treue Zuschauer gewinnen	235
Story Telling: Mit Videos Geschichten erzählen	237
Redaktionspläne für Ihre Videos	239
Optimaler Video-Aufbau zur Zuschauerbindung	241
Wie lang ist der perfekte Videoclip?	243
YouTube-Stars sind Meister im Netzwerken	245
Community-Management richtig einsetzen	247
Nutzeraffine Optimierung Ihrer Videos	249
Wasserzeichen im Video: Branding und neue Abonnenten	251
Angesagtes Video in eigenen Clips hervorheben	253
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-Kontrollzentrum	265	Kapitel 8 – Wir fassen zusammen	299
YouTube-Analytics-Überblick	267	9. Blick nach vorn: Mehr als nur Katzencontent	301
Die Aufrufzahlen =		Neue Qualitätsinhalte und Vermarktungsstrategien	303
Ihre YouTube-Einschaltquote	269	Neue Herausforderungen: How to go viral?	305
Aus Tops und Flops Ihrer Videos lernen!	271	Crowdsourcing und Audience Building: erste Experimente	307
Wer ist Ihr Publikum? Finden Sie es heraus	273	YouTube Original Channels	309
Wiedergabeorte – Wo spielt Ihr Film im Netz?	275	TV meets YT:	
Zugriffsquellen Ihrer Videos	277	Wer gibt zukünftig den Ton an?	311
Erzielen Sie Fernseh-, Smartphone- oder Computeraufrufe?	279	Neue Ordnung: EPGs und »Lean Back«	313
Ihre Zuschauerbindung ist wichtig	281	YouTube als Plattform für E-Commerce-Anbieter	315
Relative Zuschauerbindung: Besser als andere sein	283	Die Zukunft von YouTube	317
Anzahl der Abonnenten-Entwicklung	285	Bildnachweis	319
Entwicklung guter Bewertungen fördern	287	Index	321
Werden Ihre Videos zu Favoriten?	289		
Prüfen Sie die Entwicklung Ihrer Kommentare	291		
Wie oft werden Ihre Videos geteilt?	293		