

13 Geld verdienen mit YouTube

Tatsächlich ist es möglich, mit YouTube Geld zu verdienen. Hierfür gibt es das *YouTube-Partnerprogramm*. In dieses können einzelne Videos oder ganze Kanäle aufgenommen werden. Vor den Videos und/oder Kanälen kann dann Werbung gezeigt werden, an deren Einnahmen die Partner beteiligt sind. Außerdem gibt es für Partner einige zusätzliche Möglichkeiten, ihren Kanal zu gestalten und zum Beispiel selbst kreierte Thumbnails hochzuladen.

13.1 Partnerkanal werden

Im Prinzip kann jeder auf YouTube einen Partnerkanal einrichten. Dazu sind allerdings ein paar Bedingungen zu erfüllen. Zum einen musst du mindestens 10.000 Views auf deinem Kanal haben und das Urheberrecht noch strenger beachten, als es ohnehin schon auf YouTube notwendig ist. Wer Millionen Klicks mit aufgezeichneten Fernsehsendungen bekommt, kann kein Partner werden, weil das eine erhebliche Verletzung des Urheberrechts darstellt. Partner kannst du also nur werden, wenn alles, was du online stellst, von dir stammt und du es selbst gedreht hast.

Dabei gibt es immer wieder Ausnahmen. YouTube zieht sich in diesen Fällen darauf zurück, dass jeder Nutzer selbst für seine Inhalte verantwortlich ist.

Partner wirst du heute im Prinzip mit einem Mausklick. In den Kanaleinstellungen musst du das Land auswählen, in dem dein Kanal Inhalte zur Verfügung stellt, und dann aktivierst du die Monetarisierung und schon kannst du mit deinen Videos Geld verdienen.







13.2 Und wieder aus dem Partnerprogramm rausfliegen

Aus dem Partnerprogramm kannst du auch wieder rausfliegen. Du musst dich noch strenger als üblich an die *Community-Richtlinien* halten und sie genauestens beachten! Die schlimmsten Verstöße sind Urheberrechtsvergehen und jegliche Manipulationen an den Werbeeinnahmen. So ist es zum Beispiel strikt verboten,

auf die Werbung im Umfeld der eigenen Videos zu klicken. Auch die eigenen Abonnenten dazu aufzufordern, soll schon zur Aberkennung des Partnerstatus geführt haben. Für YouTube ist ein solcher Verstoß sehr leicht aufzuspüren, da verstärkte Klicks auf Werbung auf einem Kanal immer auf Manipulationen hindeuten. Meist wird nicht lange gefackelt. Wer einmal aufgefallen ist, kann keinen neuen Kanal mehr in das Partnerprogramm aufnehmen lassen; im Normalfall jedenfalls nicht. Auch bei Urheberrechtsverstößen verhält es sich ähnlich. Wer hier einige Male negativ aufgefallen ist, wird erhebliche Schwierigkeiten haben, Partner zu werden. Viele Partner sind allerdings sehr risikofreudig. Das kann gutgehen, es kann aber auch schiefgehen. Wer jedenfalls kein Risiko eingehen möchte, sollte sich ziemlich genau an die Richtlinien halten .

13.3 Werbung auf YouTube

Auf YouTube gibt es die unterschiedlichsten Arten von Werbung: *Prerolls* (Werbung, die vor deinem Video läuft), *Display Ads* (Banneranzeigen, die auf der Videoseite im Video und neben dem Video auftauchen), *Postrolls* (Werbung, die nach dem Video läuft), *Midrolls* (Werbung, die mitten in deinem Video läuft), *Banner* im Video (zum Beispiel Werbetafeln, die von unten in dein Video eingeblendet werden) und spezielle Werbeformen auf der Startseite oder als gesponserte Videos. Positiv ist, dass YouTube nicht mit diversen Bannern zugepflastert ist. Nicht so toll ist, dass deine Videos manchmal mit Spots geradezu bombardiert werden. YouTube ist sehr straff organisiert, sodass Werbung nicht wild über das Portal verteilt wird, sondern nur ganz bestimmte Werbeformate existieren, die gebucht werden können. Eine besonders benutzerfreundliche Werbeform ist *True-View*. Hierbei können in der sogenannten »InStream«-Variante Werbespots nach fünf Sekunden übersprungen werden. YouTube scheint sich damit auch bei der Produktion von Spots ganz neue Wege zu erhoffen, sodass Werbung nicht mehr als störend, sondern als willkommene Abwechslung empfunden wird. Da kann man gespannt sein.

Anzeigenformat	Placement	Plattform	Spezifikationen
Displayanzeigen 	Werden rechts neben dem Video und über der Liste der Videovorschläge platziert. Bei größeren Videoplayern können diese Anzeigen unter dem Player eingeblendet werden.	Desktop-Computer	300 x 250 oder 300 x 60
Overlay-Anzeigen 	Halbtransparente Overlay-Anzeigen, die im unteren Fünftel von Videos eingeblendet werden	Desktop-Computer	Bild- oder Textanzeigen (468 x 60 oder 728 x 90)
Überspringbare Videoanzeigen 	Videoanzeigen, die der Nutzer nach fünf Sekunden überspringen kann. Diese Anzeigen werden vor, während oder nach dem Hauptvideo eingefügt.	Desktop-Computer, Mobilgeräte, Fernseher und Spielekonsolen	Wiedergabe im Videoplayer
Nicht überspringbare und lange nicht überspringbare Videoanzeigen 	<p>Nicht überspringbare Videoanzeigen müssen zunächst angesehen werden, bevor das Video abgespielt werden kann.</p> <p>Lange nicht überspringbare Videoanzeigen können bis zu 30 Sekunden dauern.</p> <p>Diese Anzeigen werden vor, während oder nach dem Hauptvideo ausgeliefert.</p>	Desktop-Computer und Mobilgeräte	<p>Wiedergabe im Videoplayer</p> <p>Je nach regionalem Standard 15 oder 20 Sekunden lang</p> <p>Lange nicht überspringbare Anzeigen können bis zu 30 Sekunden dauern.</p>
Bumper-Anzeigen 	Dies sind nicht überspringbare Videoanzeigen mit einer Länge von bis zu sechs Sekunden, die vor der Wiedergabe des Videos angesehen werden müssen.	Desktop-Computer und Mobilgeräte	Wiedergabe im Videoplayer, bis zu sechs Sekunden lang
Gesponserte Infokarten 	<p>Mit gesponserten Infokarten lassen sich Inhalte darstellen, die für das Video relevant sind. Dies können beispielsweise Produkte sein, die im Video gezeigt werden.</p> <p>Der Zuschauer sieht einige Sekunden lang einen Teaser für die Infokarte. Außerdem kann er rechts oben im Video auf das Symbol klicken, um sich die verschiedenen Infokarten anzusehen.</p>	Desktop-Computer und Mobilgeräte	Verschiedene Größen möglich

Verschiedene Anzeigeformen auf YouTube

Es gibt bei YouTube zwei Vertriebskanäle: Das ist zum einen *AdSense*, über das jeder Werbekunde seine Werbung schalten kann, und zum anderen *DoubleClick*, das als Vermarkter auftritt und eigenständig Werbekunden besorgt. Doubleclick vermittelt sehr hochwertige Kunden, die zum einen einen höheren Preis für die Werbung zahlen und deren Spots zum anderen nicht ständig laufen, sodass die Geduld der Zuschauer geschont wird. Beide Seiten haben so Vorteile: Der Werbekunde bekommt reservierte Werbeplätze zu Fixpreisen und der Zuschauer wird

nicht genervt. Bei AdSense ist das leider anders. Hier kann jeder über einen AdWords-Account beispielsweise Prerolls schalten. Diese Werbeplätze werden versteigert und immer belegt, wenn keine Werbung von Doubleclick läuft. Wer am meisten zahlt, bekommt den Zuschlag. Das kann allerdings zu unangenehmen Erscheinungen führen, wie zum Beispiel im Sommer 2010: Da wurde ständig ein nerviger Werbespot für den WM-Hit »Helele« gezeigt. Diese AdSense-Prerolls laufen dann leider auch ständig, sodass man sie im Zweifel innerhalb weniger Minuten mehrmals sieht. Bei diesem Spot war es so heftig, dass er sogar in den Kommentaren unterhalb der Videos stark kritisiert wurde. Nach einigen Wochen war er nur noch Abschreckung statt Werbung.



QR-Code zum Helele-Spot

Die Beschränkung auf bestimmte Formate ist aber auch sehr wohltuend. Außer unten im Video als Banner, sodass man sie auch wegklicken kann, und rechts daneben als Rectangle gibt es auf der Kanalseite nichts. So bietet YouTube seinen Partnern die Möglichkeit, etwas zu verdienen, ohne die Nutzer zu nerven. Nur die Frequenz der Spots, die über AdSense hereinkommen, sollte noch reduziert werden. Darüber beschwerten sich die Nutzer nicht selten zu Recht.

13.4 Sponsoring des eigenen Kanals

Dabei handelt es sich um eine interessante Möglichkeit, zusätzlich Geld mit seinen Videos zu verdienen. Selbst Nichtpartner können ein paar der angebotenen Möglichkeiten nutzen. Zumindest können sie zum Beispiel über Produkttests an heiß ersehnte Hardware gelangen. So gibt es einige Kanäle, die Produkte testen. Diese werden gerne von Herstellern oder Händlern für den Test (und darüber hinaus) kostenlos zur Verfügung gestellt. Wichtig ist, dieses Verhältnis zwischen dir und dem Hersteller des Produktes transparent zu machen und die Produkte realistisch zu testen. Wer lediglich reine Werbevideos dreht, macht sich bei seinen Abonnenten schnell unglaubwürdig. Der Sponsor und du haben beide Vorteile von einer reinen redaktionellen Einbindung: Er bekommt vom Kanal kostenlos ein Video, das er auch für sich nutzen kann, und du kannst das Produkt behalten. So haben beide Seiten etwas davon. Wichtig sind stets Transparenz und die Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt.

Bei größeren Kanälen kann sich schon echtes Sponsoring lohnen. Das bedeutet, dass ein Hersteller für die Platzierung eines Produktes oder einer Marke Geld bezahlt. YouTube erlaubt das innerhalb gewisser Grenzen. Das heißt, dass du als Partner beispielsweise deinen Kanal von einer Marke präsentieren lassen kannst und das auch durch entsprechende Logos verdeutlichen darfst. In einigen Kanälen findet man deshalb Markenlogos oder Ähnliches im Kanalbanner. Auch in Videos können Produkte werblich präsentiert werden. Dafür ermöglicht YouTube sogar explizit die Markierung des Videos als eines, das eine bezahlte Produktplatzierung enthält. Dann wird keine Werbung als Banner, Pre-, Mid- oder Postroll gezeigt.

Zudem bietet YouTube hier auch noch die Möglichkeit, diese Videos besonders auf YouTube zu platzieren. *Sponsored Videos* heißt diese Werbeform. Du kannst als Partner im Umfeld bestimmter Suchwörter Videos besonders hervorgehoben anzeigen lassen. Für dich und deinen Sponsor hat das den Vorteil, mehr Klicks hinzuzugewinnen und so eine größere Anzahl an Videoaufrufen zu erreichen. Außerdem kann der Sponsor sicher sein, dass das Video nur von solchen Nutzern angeklickt wird, die der Titel bzw. Inhalt des Videos auch interessiert. Das ist für den Sponsor oft interessanter als Prerolls, weil nur für einen Videoaufruf bezahlt wird, der jemanden mit wirklichem Interesse erreicht. Zudem hat der Sponsor den Vorteil, dass er kein Werbevideo zeigt, sondern als Sponsor in redaktionellen Inhalt eingebunden ist. Das hat oft eine höhere Werbewirksamkeit.

13.5 Netzwerkmitglied werden

Schon ein Jahr nach Gründung von YouTube entstand in den USA das erste Netzwerk auf YouTube, das Next New Network. Die Logik dahinter ist simpel: YouTube ist wie ein Satellit lediglich ein technischer Verbreitungskanal. Was fehlt, waren die Networks, wie TV-Sender in den USA genannt werden. Diese Idee hat sich langsam verbreitet und ist inzwischen ein von YouTube unterstützter Weg, mehr Zuschauer zu erreichen. Das Prinzip dabei: Viele Kanäle tun sich zusammen und unterstützen sich gegenseitig. Dadurch haben selbst kleine Kanäle die Möglichkeit, Millionen Zuschauer zu erreichen, und sie werden vom Netzwerkbeitritt an zu 100% monetarisiert. Wie auch YouTube, wird das Netzwerk dabei am Umsatz beteiligt. Trotz dieser Beteiligung steigen aber die Einnahmen deutlich schneller. Erstens wird von Beginn an voll monetarisiert, zweitens steigen die Views und damit der Umsatz viel schneller und drittens haben die Netzwerke zum Teil eigene Werbekunden, die den Umsatz pro Kanal steigern..

Wie bei jedem Vertrag solltest du dir genau anschauen, was dir das Netzwerk bietet und was es dafür von dir verlangt. Es gibt die unterschiedlichsten Vertragsmodelle und vor allem sind die Netzwerke unterschiedlich erfolgreich.