YouTube

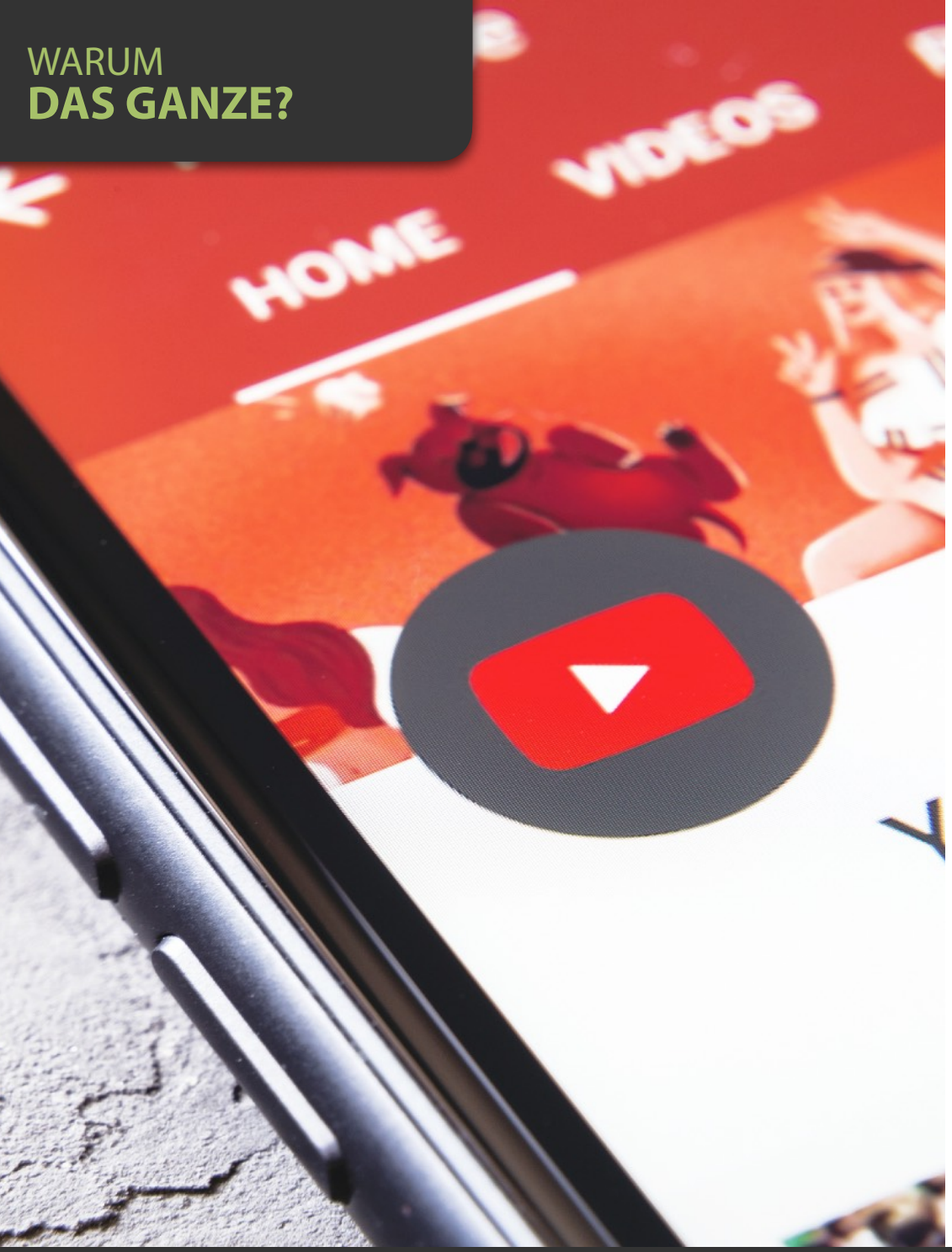
30 Tipps für die Nutzung von YouTube

pionierfilm

ALLE TIPPS
AUF EINER SEITE

Für Eilige:

1. Datei aussagekräftig benennen und Keywords nutzen .
2. Laden Sie ausschließlich Videos mindestens in HD Qualität hoch.
3. Nutzen Sie einen aussagekräftigen Titel inklusive Keywords.
4. Schreiben Sie eine Beschreibung mit circa 200 Wörtern.
5. Zeitmarken integrieren.
6. Schreiben Sie im ersten Satz Ihrer Beschreibung, worum es geht.
7. Nutzen Sie Keywords am Anfang Ihrer Beschreibung.
8. Achten Sie auf Lesbarkeit und sprachliche Richtigkeit.
9. Nutzen Sie einen Link in der Beschreibung.
10. Stellen Sie https:// vor den Link.
11. Nutzen Sie Hashtags, die sich in allen Ihrer Videos wiederholen.
12. Nutzen Sie ein eigenes Thumbnail.
13. Schreiben Sie den Titel kurz und knapp in das Thumbnail.
14. Nutzen Sie Menschen im Thumbnail.
15. Ihr Thumbnail muss auf kleinen Displays gut aussehen.
16. Fügen Sie das Video zu einer Playlist hinzu.
17. Beschreiben Sie Ihre Playlist im zugehörigen Beschreibungsfeld.
18. Nutzen Sie die Zielgruppen-Einstellung, die YouTube bietet.
19. Nutzen Sie die Alterseinstellung für Ihr Video, wenn nötig.
20. Kennzeichnen Sie, wenn Ihr Video bezahlte Werbung enthält.
21. Nutzen Sie Tags.
22. Jedes Ihrer Videos sollte Ihren Firmennamen als Tag enthalten.
23. Nutzen Sie nicht mehr als 15 Tags. Je weniger, desto besser.
24. Stellen Sie die Sprache und die Untertitel ein.
25. Laden Sie eigene Untertitel als SRT-Datei hoch.
26. Stellen Sie für Ihr Video Aufnahme-Datum und -Ort ein.
27. Ordnen Sie Ihr Video einer passenden Kategorie zu.
28. Stellen Sie Lizenzanforderungen ein, wenn nötig.
29. Lassen Sie Kommentare und Bewertungen zu.
30. Nutzen Sie Infokarten und Abspann.



Warum das Ganze?

YouTube zeigt in Suchergebnissen die Videos an, die dem Suchinteresse des Nutzers am ehesten entsprechen. Dafür kategorisiert YouTube Videos anhand unterschiedlicher Kriterien. Je mehr Sie helfen, Ihr Video zu kategorisieren, desto eher erscheinen Sie beim Suchenden.

Es geht nicht um viele Klicks. Es geht um die richtigen. Hat Ihr Video 1.000.000 Klicks, aber die Zuschauer verlassen Ihr Video nach fünf Sekunden, scheint es nicht interessant zu sein. YouTube stuft es herunter. Lieber haben Sie 100 Klicks und diese 100 Zuschauer bleiben bis zum Ende. Ihr Video scheint relevant und YouTube belohnt das.

Mit jedem der Tipps helfen Sie YouTube Ihr Video einzuordnen. Bei neu hochgeladenen Videos richtet YouTube das Ranking vorerst nach den Keywords im Dateinamen, im Titel und in der Beschreibung. Je länger Ihr Video auf YouTube steht, desto mehr spielt die Interaktion eine Rolle. Am Anfang haben Sie einen großen Einfluss auf das Ranking Ihres Videos – diesen verlieren Sie im Laufe der Zeit.

Je klarer und eindeutiger Video, Beschreibung und alles drum herum, desto eher erreichen Sie die richtige Zielgruppe. Dazu gehört auch ein gepflegter YouTube Kanal mit regelmäßigen Beiträgen. Um diesen geht es in diesem Whitepaper nicht, denn dessen Einstellungen sind selbsterklärend und Nutzer finden im ersten Schritt nicht Ihren Kanal, sondern Ihr Video.

Daher … legen Sie Wert auf richtige Einstellungen und holen Sie somit alles aus YouTube heraus.

YOUTUBE TIPPS

1. Dateiname

Benennen Sie die Video-Datei eindeutig. Der Name enthält ein Keyword unter dem Nutzer das Video finden.

Nicht **final_3.mp4** sondern **Filterung-von-Partikeln.mp4**

2. HD oder 4K

Ihr Video muss dem Stand der Zeit entsprechen. Heutzutage sind HD Videos oder besser noch 4K Videos normal. Kleiner als 1920 x 1080 Pixel sollte Ihr Video nicht sein.

3. Titel mit Keywords

Der Titel des Videos muss Lust machen, darauf zu klicken. Der Nutzer liest ihn und findet dort genau, was er sucht. Formulieren Sie ihn am besten in Form einer Frage und integrieren Sie Keywords.

Nicht **Partikelfilter** sondern **Wie filtere ich Partikel aus der Luft?**

4. 200 Wörter

Beschreiben Sie, was das Video zeigt. Die Länge ist nicht vorgegeben. 200 Wörter ein guter Richtwert. Zuschauer müssen nicht viel lesen, erfassen aber den Videoinhalt schnell.

5. Zeitmarken

Integrieren Sie Zeitmarken, so springt der Nutzer sofort dahin, wo es ihm gefällt. YouTube erkennt Zeitmarken, wenn Sie 00:10 schreiben, um zur Sekunde 10 Ihres Videos zu springen.

6. Satz 1: Worum gehts?

Je nach Endgerät ist nur ein Teil der Beschreibung sichtbar. Schreiben Sie im ersten Satz, worum es geht, sind Sie auf der sicheren Seite, dass dem Zuschauer sofort klar ist, was ihn im Video erwartet. Natürlich muss der Satz kurz und knackig sein.

7. Keywords am Anfang

Der erste Satz der Beschreibung enthält idealerweise Keywords, unter dem es gefunden werden soll. Das zeigt die Relevanz des Keywords, denn warum sollten Sie es sonst an den Anfang stellen, wenn es nicht wichtig ist für Ihr Video?

8. Lesbar und richtig

Kontrollieren Sie die Beschreibung lieber einmal zu viel als zu wenig. Ist sie lesbar? Kommen komplizierte Begriffe vor? Ist sie im Aktiv geschrieben? Nutzen Sie Tools, um Rechtschreibung und Grammatik zu korrigieren.

9. Link nutzen

YouTube will nicht, dass Nutzer die Plattform verlassen, darum ist der Einsatz eines Links mit Vorsicht zu genießen. Nutzen Sie einen Link nur, wenn er wirklich einen Mehrwert hat. Nutzen Sie am besten nur einen einzigen Link als unzählige. Wenn er nicht nötig ist, lassen Sie ihn weg.

10. https Link

Nutzen Sie einen Link in der Beschreibung, schreiben Sie ihn mit vorangestelltem https:// sonst erkennt YouTube es nicht als Link.

11. Hashtags nutzen

Nutzen Sie Hashtags. Sie erlauben Nutzern zu gleichen Videos von Ihnen zu springen, die dieselben Hashtags nutzen. Ein Hashtag ist zum Beispiel **#pioniere**. YouTube zeigt dem Nutzer alle Videos an, die dieses Hasthag nutzen, wenn der Nutzer darauf klickt.

12. Eigenes Thumbnail

YouTube schlägt Thumbnails vor, die aus dem Video stammen. Nutzen Sie diese nicht. Gestalten Sie ein eigenes. Folgen alle Videos Ihres Kanals einem optischen Stil, zeigen Sie, dass Sie YouTube mit einem Konzept nutzen.

13. Titel im Thumbnail

Nutzer, die nicht gern lesen, entscheiden nach dem Thumbnail, ob sie darauf klicken. Enthält dieses kurz und knapp noch einmal den Videotitel, weiß der Nutzer sofort, was ihn erwartet. Er kommt dadurch nichts um Lesen herum.

14. Menschen zeigen

Menschen mögen Menschen. Nutzen Sie ein Gesicht oder einen Menschen im Thumbnail. Das macht es attraktiver und Nutzer klicken eher.

15. Kleine Displays

Menschen nutzen YouTube auf verschiedenen Endgeräten. Ihr Thumbnail muss auf allen funktionieren. Eine Faustregel ist, dass Sie sowenig Details wie möglich im Thumbnail sehen und ein Text im Thumbnails großgeschrieben ist.

16. Videos in Playlists

Nutzer Ihres Kanals orientieren sich anhand von Playlists, wenn Sie etwas Bestimmtes suchen. Playlists sind die Kategorien, die Nutzer sehen. Bieten Sie unterschiedliche Videos an, sollte jedes einzelne in eine passende Playlist eingeordnet sein.

17. Playlist beschreiben

Erstellen Sie eine Playlist, bietet YouTube die Option, dass Sie diese beschreiben. Tun Sie das auch. Sie unterstützen dadurch neuerlich eine Einordnung Ihrer Videos / Playlists.

18. Zielgruppe einstellen

Bezüglich der Zielgruppeneinstellung erlaubt YouTube derzeit (Stand April 2021) nur, sie für Kinder festzulegen. Das hat Auswirkungen auf Werbe-Schaltungen. Sollte YouTube irgendwann anbieten, dass Zielgruppen spezifisch ausgewählt werden können, tun Sie dies.

19. Altersbeschränkung

Gleiches wie für Zielgruppen gilt für Altersbeschränkungen, die YouTube derzeit nur auf über oder unter 18 Jahren erlaubt.

20. Werbung

Enthält Ihr Video bezahlte Werbung, müssen Sie dies kennzeichnen, da Sie sonst gegen Richtlinien verstoßen. Solche Verstöße können zur Abstufung Ihres Kontos führen.

21. Tags nutzen

YouTube organisiert und sortiert Videos unter anderem nach Tags. Sie helfen YouTube zu entscheiden, welche weiteren Videos am Ende Ihres Videos oder in der seitlichen Vorschlagsliste angezeigt werden. Alle Tags sollten zum Video passen und individuell sein.

22. Firmenname als Tag

Jedes Ihrer Videos sollte Ihren Firmennamen als Tag enthalten. Die anderen Tags sollten spezifisch zum Video passen. Nutzen Sie Ihren Firmennamen, erscheinen am Ende Ihres Videos oder in der Seitenleiste Vorschläge zu weiteren Videos Ihrer Firma und nicht der Konkurrenz. Jedes der Pionierfilm Videos trägt mindestens **Pionierfilm** als Tag.

23. Weniger als 15 Tags

Nutzen Sie nicht mehr als 15 Tags. Idealerweise haben Sie wenige starke Tags als viele nichtssagende Tags.

24. Sprache & Untertitel

Stellen Sie die Sprache Ihres Videos sowie die Sprache der Beschreibung und des Titels ein. Stellen Sie zudem die Sprache Ihrer Untertitel ein. Diese Einstellungen helfen YouTube zu interpretieren, welche Sprache für die automatisierten Untertitel genutzt wird.

25. Eigene Untertitel

Idealerweise laden Sie einen eigenen Untertitel hoch und verlassen sich nicht auf die automatische Untertitelung von YouTube. Diese ist fehleranfällig. Das macht sich gerade bei Fachbegriffen, Eigennamen, Dialekten oder sprachlichen Eigenheiten bemerkbar. Sie können die automatisierte Untertitelung aber als Vorlage nutzen, und sie nur noch korrigieren. Laden Sie am besten eine Standard-SRT Datei hoch. YouTube erlaubt auch andere Formate, doch mit einer SRT Datei haben sie die höchstmögliche Kompatibilität (vor allem auch zu anderen Plattformen).

26. Datum und Ort

Stellen Sie Datum und Ort der Aufnahme ein. Das hilft YouTube bei der richtigen Kategorisierung Ihrer Videos.

27. Kategorie zuordnen

Stellen Sie auch die Kategorie Ihres Videos ein. So ordnet es YouTube gleich in die richtige Kategorie ein.

28. Lizenzen einstellen

Gibt es für Ihr Video spezielle Lizenzanforderungen, stellen Sie diese ein, um nicht gegen Richtlinien zu verstoßen.

29. Kommentare erlauben

Die Einstellungen rund um Kommentare und Bewertungen haben keinen Einfluss auf das Suchergebnis bei YouTube. Im Idealfall lassen Sie alles zu, sodass eine Interaktion mit Ihren Videos stattfinden kann. Können Nutzer nicht mit Ihren Videos interagieren, ist das Video für YouTube weniger relevant als eines, mit dem Nutzer interagieren können.

30. Infokarten & Abspann

Nutzen Sie die Optionen rund um Infokarten, die YouTube Ihnen bietet. Sie können damit Querverbindungen zu Ihren eigenen Videos, Ihrem Kanal, Ihren Playlists oder Ihrer Webseite schaffen.

Infokarten werden angezeigt in Form kleiner Textbausteine in Ihrem Video. Sie erkennen diese an dem kleinen „i“ welches oben rechts in der Ecke eingeblendet wird. Klicken Sie darauf, sehen Sie eine Infokarte.

An entscheidenen Stellen können Sie eine solche Karte einsetzen. Analysieren Sie das Zuschauer-Verhalten, können Sie mit Infokarten Zuschauer länger im Video halten. Setzen Sie beispielsweise eine solche Karte kurz bevor Zuschauer normalerweise abspringen, halten Sie sie länger im Video, insofern die Infokarte einen Mehrwert bietet.

Eine weitere Option, um ein Netz an Videos zu schaffen und den Zuschauer bei Ihren Videos zu halten, ist der Abspann.

Die wenigsten Zuschauer schauen ein Video bis zum Ende. Schaffen Sie es, dass Zuschauer solange dran bleiben, bieten sie Mehrwert, indem Sie in den Abspann eine CTA unterbringen, was der Zuschauer nun am besten tun soll – mehr Videos von Ihnen schauen, Ihre Webseite besuchen, Ihren Kanal abonnieren etc.

Mit Infokarten und Abspann vernetzen Sie Ihre Videos untereinander. Das ist dann schlau, wenn Sie wollen, dass Zuschauer ähnliche Videos zum selben Thema anschauen. Je mehr Minuten Ihre Videos gesehen werden, desto relevanter scheinen sie zu sein. YouTube honoriert das im Ranking.

So helfen Ihnen die Pioniere:

Wir produzieren nicht nur Filme, sondern sorgen auch dafür, dass diese gefunden werden. Wir unterstützen Sie bei der Bearbeitung eines vorhandenen YouTube Kanals oder bauen einen neuen für Sie auf. Wir können nicht dafür sorgen, dass Ihre Videos von heute auf morgen gefunden werden und Sie Ihre Umsätze steigern. Wir können aber dafür sorgen, dass Ihr Auftritt über YouTube „rund" ist, das Ihre Videos „kompetent" erscheinen, sie einer Strategie folgen und Zuschauer merken, dass Sie in Ihrem Bereich wissen, wovon Sie sprechen.

Dazu gehört auch sich (bei einem bestehenden Kanal) von unnützen Videos zu trennen, Rechteansprüche zu klären, möglichst keine versteckten oder privaten Videos anzubieten etc. Sprechen Sie uns an und wir unterstützen Sie dabei Ziele über YouTube zu erreichen.

pionierfilm

Pionierfilm GmbH
Großer Stellweg 23
68519 Viernheim

www.pionierfilm.de
info@pionierfilm.de
06204 601 1390