
BACHELORARBEIT

Frau
Jennifer Riexinger

**Arbeitgeber YouTube –
Chance für Nachwuchsvideo-
produzenten?

Die Erfolgsrezeptur für die
kommerzielle Nutzung**

BACHELORARBEIT

Arbeitgeber YouTube – Chance für Nachwuchsvideo- produzenten? Die Erfolgsrezeptur für die kommerzielle Nutzung

Autor/in:
Frau Jennifer Riexinger

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM14wM3-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Christopher Martin Hewel

BACHELOR THESIS

Employer YouTube -

**Chance for newcomer video
producer?**

**The recipe of success for the
commercial use**

author:

Ms. Jennifer Riexinger

course of studies:

Angewandte Medien

seminar group:

AM14wM3-B

first examiner:

Prof. Peter Gottschalk

second examiner:

Christopher Martin Hewel

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Riexinger, Jennifer

Arbeitgeber YouTube –

Chancen für Nachwuchsvideoproduzenten?

Die Erfolgsrezeptur für die kommerzielle Nutzung

Employer YouTube –

Chance for newcomer video producer?

The recipe of success for the commercial use

48 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2018

Abstract

Die Vorliegende Bachelorarbeit gibt einen Überblick wie die Plattform YouTube kommerziell erfolgreich für Newcomer Videoproduzenten genutzt werden kann. Dabei wurden zunächst die Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit YouTube erörtert, sowie die nötigen rechtlichen Gegebenheiten geprüft. Es folgt eine Kanalkonzeptanalyse von drei erfolgreichen YouTube-Größen. Basierend darauf wird die optimale Herangehensweise für eine erfolgreiche kommerzielle Laufbahn mit dem potenziellen Arbeitgeber YouTube erarbeitet.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	IX
1 Einleitung.....	1
2 Definition YouTube	3
2.1 Die Entwicklung von YouTube.....	3
3 Kommerzielle Partnerschaft mit YouTube.....	5
3.1 Voraussetzungen	5
3.2 Erlösmöglichkeiten	6
3.2.1 Werbung/Google AD Sense	6
3.2.2 Beispielrechnung an Youtuberin „BibisBeautyPalace“	7
3.2.3 Produktplatzierung	8
3.2.4 Amazon Affiliate Links.....	8
3.3 Rechtslage	11
3.3.1 Kunst-Urheber-Gesetz	11
3.3.2 Urheberrecht.....	12
3.3.3 Rundfunkstaatsvertrag	12
3.3.4 Impressumspflicht/Telemediengesetz	13
4 Kanalkonzeptanalyse von erfolgreichen Videoanbietern auf YouTube in unterschiedlichen Genres	14
4.1 News/Journalistische Themen „LeFloid“	14
4.1.1 Kanalkonzept und Entwicklung	14
4.1.2 Motivation der Abonnenten	15
4.2 Beauty/Unterhaltung „BibisBeautyPalace“	16
4.2.1 Kanalkonzept und Entwicklung	16
4.2.2 Motivation der Abonnenten	18
4.3 Gaming/Lifestyle „Felix von der Laden“	20
4.3.1 Kanalkonzept und Entwicklung	20
4.3.2 Motivation der Abonnenten	21
5 Ergebnisse der Analyse.....	24
5.1 Moralische Aspekte/Kritik	25
5.2 Zukunftsprognose	28
6 Optimale Herangehensweise für Nachwuchs-Videoproduzenten	29

6.1	YouTube Algorithmus/Rankingwert	29
6.1.1	Metadaten	29
6.1.2	Nutzerinteraktionen	34
6.2	Kanalkonzept und Auftritt	35
6.3	Equipment	39
6.3.1	Kamera	39
6.3.2	Mikrofon	41
6.4	Nützliche Tipps für erfolgreiche Videos	41
7	Fazit	47
	Literaturverzeichnis	X
	Anlagen	XIV
	Eigenständigkeitserklärung	XXVI

Abkürzungsverzeichnis

SEO Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung)

DSLR Digital Single-Lense Reflex

DSLM Digital Single-Lense Mirrorless,

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Amazon Affiliate Programm	10
Abbildung 2: Diagramm Altersverteilung der Let´s Play Zuschauer	22
Abbildung 3 : Video SEO	29
Abbildung 4: Kanalbild von "BibisBeautyPalace"	38

1 Einleitung

MTV ist seit dem 15.12.2017 wieder frei empfänglich für jedermann. Warum geht der Geburtskanal des globalen Musikfernsehens aber wieder back to the roots? Der plötzliche Umstieg vom Pay TV zurück zum freiempfänglichem Free TV wirft Fragen auf. Womöglich fehlende Zuschauer schlechte Quoten oder sehr starke Konkurrenz?

Die Auswirkungen der Digitalen Revolution quält TV- Sender und Medienanstalten, dies ist keine Neuheit mehr. Die Quoten stagnieren.

Gerade für MTV dürfte dies noch problematischer sein, denn die Masse der Musikvideos haben sich auf YouTube verlagert. Der Schritt zurück zum Free TV hat eher einen Verzweiflungscharakter, aber auch für andere Fernsehsender ist der Video Riese ein Problem.¹

Sich durch das TV-Programm zu zappen soll zwar entspannend wirken, schließt aber eher drauf, dass kein interessanter Content gefunden wird. Die Konsumenten steigen nach erfolgloser Suche auf Alternativen um, wie z.B. auf online Mediatheken, hier kann der Wunschbeitrag wenigstens zu beliebiger Uhrzeit angesehen werden. Ebenfalls bieten Streaming Portale wie Netflix und Amazon Prime eine mittlerweile tägliche Alternative zum TV-Programm. Zur Freude von Film und Serien Liebhabern.

Doch sobald spezifische Informationen zu bestimmten Themen oder auf spezielle Entertainmentinteressen verlangt werden, helfen weder Streaming Portale noch Mediatheken weiter.

Aber auch dafür gibt es eine Lösung, nämlich YouTube. Die Videoplattform ist ein Paradies für individuelle Nischenthemen und zielgerechte Unterhaltung.

Egal ob Beauty Tipps, oder Lernhilfen wie zum Beispiel ein Ukulele Tutorial oder Anleitungen zum Thema Kochen oder Heimwerkern, auf YouTube findet jedes Individuelle Videobedürfnis Deckung.

Durch dieses Nutzverhalten von individuellen Anliegen wurde YouTube zur zweitgrößten Suchmaschine der Welt.

¹ Joachim Huber; Raus aus dem Pay – TV – Ghetto - MTV wieder frei empfangbar; in: <http://www.tagesspiegel.de>; veröffentlicht am 15.12.17; <http://www.tagesspiegel.de/medien/raus-aus-dem-pay-tv-ghetto-mtv-wieder-frei-empfangbar/20717346.html>; Abruf am 16.12.17 um 15:34 Uhr

Mit Etwa 400 Stunden pro Minute wird das Programm Angebot von YouTube erweitert.

Mittlerweile ist es für den Zuschauer von heute selbstverständlich, dass Bildung, Unterhaltung oder auch Antworten auf Fragen auf Abruf zu finden sind.

YouTube bietet darüber hinaus aber noch einen weiteren Vorteil. Man kann mitmachen. Zuschauer können bewerten, Feedback geben, ergänzen, und mit den Machern der Inhalte direkt ins Gespräch kommen.

Und auch genau diese Art der Kommunikation zwischen Abonnenten bzw. Zuschauern und Content Creator (zu deutsch: Inhaltentwickler, hier: Videoproduzent) ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, um mit den eigenen Inhalten auf YouTube erfolgreich zu werden.

Eine Studie von Google aus dem Jahre 2016 deckt auf, dass „YouTube-Stars“ durch diese „Nähe“ in Form von direktem Austausch über Kommentare sogar glaubwürdiger wahrgenommen werden, als die klassischen Stars und Sternchen. Damit sind Youtuber selbst ein starkes Marketinginstrument, da ihre Zielgruppen Empfehlungen von ihnen gern Folge leisten, da sie glaubwürdig und authentisch sind.

Einige Unternehmen nutzen diese Reputation bereits, um in Videos von bekannten Youtubern ihre Produkte zu platzieren.

Die Reichweite von YouTube wächst stetig an und das nutzen viele Content Creator, um Geld damit zu verdienen.

Doch wie kamen die heutigen YouTube - Größen überhaupt zu dieser enormen Reichweite?

Gibt es ein Erfolgskonzept, das Zuschauer nur so anlockt oder kann man heutzutage keinen erfolgreichen Kanal mehr aufbauen?

Kann jeder angehende Videoproduzent Partner der YouTube Gemeinschaft werden und mit YouTube Geld verdienen? Sogar so, dass man davon leben kann?

Genau diesen Fragen widmet sich die Autorin im Folgenden.²

² Christian Tembrink und Marius Szolysek; YouTube Marketing – Erfolgreich mit Online Videos; 1. Auflage; O'REILLY; 2017; S. 17-24

2 Definition YouTube

YouTube ist die derzeit größte und erfolgreichste online Videoclip-Plattform. Die bereitgestellten Inhalte der Website können von jedem angeschaut werden. Um selbst Videos online zustellen ist lediglich eine einfache Registrierung nötig. Beim Abspielen der Videos stützte sich YouTube anfangs auf die Unterstützung durch die Software Flash, da diese auf so gut wie jedem Internetbrowser für das Windows Betriebssystem verfügbar war. Für die mobilen Endgeräte mit IOS und Android nützt YouTube mittlerweile andere Formate. Ebenso ist YouTube die Zweitgrößte Suchmaschine weltweit nach Google.³

Auch wird YouTube als soziales Netzwerk definiert, dass hauptsächlich zum Teilen und verbreiten von Videos dient.

Durch die Möglichkeit des Austausches in Form von Bewertungen und Kommentaren, erhält die Videoplattform einen zunehmenden Social Media Plattform Charakter und ist mit 1500 Millionen Nutzern das meist genutzte soziale Netzwerk nach Rangführer Facebook.⁴

2.1 Die Entwicklung von YouTube

Mit dem Ziel schnell und unkompliziert die Bereitstellung von Videos im Internet zu gewähren, gründeten die ehemaligen Pay Pal Mitarbeiter Jawed Karim, Steve Chen und Chad Hurley die Videoplattform. Der Startschuss fällt am 14. Februar 2005 und die Videoplattform mit dem Namen YouTube ging zum ersten Mal Online.

Der Erfolg blieb jedoch zunächst aus und die Entwicklung ging schleppend voran. Am 23. April 2005 ging das erste Video online und stammt von Gründer Karim selbst. Ein eher unspektakulärer Clip der, ihn vor dem Zoo in San Diego zeigt mit dem Titel „Me at the Zoo“. Im ersten Monat waren nur circa 60 Videos auf YouTube erreichbar. Zu diesem Zeitpunkt konnte man den Wert der Plattform noch nicht erahnen.⁵

³ YouTube Definition; in: www.famefact.com; <http://www.famefact.com/glossar-online-marketing/youtube-definition/>; 11.11.17 um 10:24 Uhr

⁴ Was ist YouTube?; in: <http://www.madsack-market-solutions.de>; <http://www.madsack-market-solutions.de/glossar/youtube/>; 11.11.17 um 10:55 Uhr

⁵ Joachim Gerloff; Erfolgreich auf YouTube – Social-Media_Marketing mt Online – Videos; 1.Auflage; mitp Hühig Jehle rehm GmbH; 2014; S. 39

Das erste Büro von YouTube war über einer Pizzeria, eine kleine Räumlichkeit im nordkalifornischen San Mateo, ca. 30 Minuten von San Francisco entfernt.

Nur ein halbes Jahr später knackte YouTube eine magische Grenze, ein Werbeclip eines Sportartikelherstellers wurde über einen Millionen Mal geklickt.

Zu Beginn hatten die Gründer aber vor allem zwei Große Sorgen. Je größer YouTube wurde, desto mehr Bandbreite benötigte das Unternehmen und dies erforderte Geld. Andererseits war die Sorge vor Klagen von andere Unternehmen ein ständiger Begleiter, da oft ganze Filme, Serien oder Konzertmitschnitte auf der Plattform von Nutzern hochgeladen wurden.⁶

Am 9. Oktober 2006 kaufte Google das Unternehmen zu einer Rekordsumme von 1,31 Milliarden Euro, damit wurden alle Gründer sofortig zu mehrfach Millionären. Der Suchmaschinenriese erkannte schon sehr früh das Potenzial und die damit verbundene starke Konkurrenz zur eigenen Videoplattform „Google Videos“. Nicht nur, dass YouTube immer beliebter wurde ermutigte Google zum Kauf, sondern auch die einmalige soziale Komponente die YouTube schon damals besaß, denn diese war schon viel ausgereifter als bei „Google Videos“ selbst.

Seit YouTube zu Google gehört, hat sich das Design trotzdem nicht nennenswert verändert. Wie auch bei der Google-Suche selbst glänzt YouTube durch Simplität und einfache Handhabung.

Seit Februar 2011 ist YouTube an alle anderen Google-Dienste gekoppelt, daraufhin wurde am 2. Dezember desselben Jahres ein neues Design für YouTube herausgebracht. Ebenso erhielten 2012 alle YouTube-Channel einen einheitlichen Look, welcher bis heute anhält.⁷

⁶ Nicole Markwald; Die YouTube Erfolgsgeschichte begann im Zoo; in: www.ndr.de; veröffentlicht am: 12.12.15; <https://www.ndr.de/nachrichten/netzwelt/Die-YouTube-Erfolgsgeschichte-begann-im-Zoo,youtube1210.html>; abgerufen am: 02.12.17 um 14:35 Uhr

⁷ Joachim Gerloff; Erfolgreich auf YouTube – Social-Media_Marketing mt Online – Videos; 1.Auflage; mitp Hüthig Jehle rehm GmbH; 2014; S. 40-41

3 Kommerzielle Partnerschaft mit YouTube

3.1 Voraussetzungen

Um mit der Plattform Geld verdienen zu können, muss der Kanal mit den Einnahmen erzielt werden wollen, als offizieller Partner von YouTube bestätigt sein.

Jeder der einen YouTube Account besitzt und Inhalte veröffentlicht, kann sich für das Partnerprogramm von YouTube bewerben, allerdings sind hierbei ein paar Voraussetzungen zu beachten.

Nachdem der YouTube Account mindestens 10.000 öffentliche Aufrufe generiert hat, erfolgt eine sogenannte Kanalaktivitätsüberprüfung.

Dies bedeutet YouTube überprüft die bis dato bereitgestellten Inhalte, um sicherzustellen, dass diese den Richtlinien des YouTube -Partnerprogramm, den YouTube Nutzungsbedingungen und den Community-Richtlinien entsprechen.⁸

Die Community Richtlinien beinhalten die Informationen, welche Inhalte in Videos nicht veröffentlicht werden dürfen. Darunter fallen verschiedene Themenbereiche:

Der erste verbotene Themenbereich ist Nacktheit und Sexualität. Die Plattform unterstützt diese Art von Inhalten nicht und weist auch explizit daraufhin, dass dies auch nicht erlaubt ist, wenn es „nur“ den Creator selbst zeigt.

Die nächste untersagte Kategorie sind Hasserfüllte Inhalte. Die Plattform steht zwar für freie Meinungsäußerung, doch es werden keine Diskriminierenden Inhalte auf Bezug von Alter, Rasse, Nationalität, Religion, sexuelle Orientierung etc. unterstützt.

Ebenso gelten Schädliche und gefährliche Inhalte als verboten, da keine Nutzer, und vor allem Kinder nicht zu Handlungen animiert werden sollen, die ihnen erheblichen Schaden zufügen könnten.

Selbstverständlich sind Belästigung und Cybermobbing untersagt, sowie Spam und irreführende Metadaten und Betrug und Drohungen.

⁸YouTube Hilfe - YouTube Partnerprogramm Überblick; in: [www.support.google.com](https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de); <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de>, abgerufen am 14.11.17 16:47 Uhr

Ein absolutes Verbot gilt auch für alle gewalttätigen und grausamen Inhalte mit viel Blut, Brutalität und schockierenden Ereignissen.

Ebenfalls verstößt man auch gegen die Community-Richtlinien, wenn das Urheberrecht oder das Datenschutzrecht anderer Personen verletzt wird.⁹

3.2 Erlösmöglichkeiten

Ist die Kanalüberprüfung erfolgreich bestanden und die Partnerschaft mit YouTube offiziell genehmigt, so kann der Verwender nun weitere Schritte einleiten, um Geld mit seinen Inhalten verdienen zu können.

Die meisten Youtuber verdienen nicht nur allein mit der Plattform YouTube Geld, sondern haben darüber hinaus auch noch andere Möglichkeiten sich finanziell besser aufzustellen. Dazu gehört zum Beispiel der Verkauf von Merchandise, also sogenannte Fan Artikel, sowie Streaming über kostenpflichtige Plattformen wie „Twitch“, bei denen von den Zuschauern in Form von Donations zu Deutsch Spenden ebenfalls Geld verdient wird.

Die Mehrheit der Creator setzt aber den meisten Umsatz durch die folgenden drei Bereiche direkt auf der YouTube Plattform selbst um.¹⁰

3.2.1 Werbung/Google AD Sense

Die häufigste und meist lukrativste Variante ist dabei den YouTube Kanal mit einem AdSense Google Konto zu verknüpfen, um die Inhalte seines Kanals monetarisieren zu lassen. Dies bedeutet, dass Videos die öffentlich hochgeladen werden mit Werbung versehen werden. Potenzielle Zuschauer müssen nun einen Werbespot variierend in der Länge anschauen, bevor sie Zugriff auf die Inhalte haben.¹¹

⁹ Richtlinien und Sicherheit; in: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/policies/#community-guidelines);

<https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/policies/#community-guidelines>; 14.11.17; 17:01 Uhr

¹⁰ Klengan; Wie viel verdient man mit Youtube; in: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPjk); veröffentlicht am: 22.01.17; https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPjk; 05.12.17

¹¹ AdSense Hilfe- Mit deinen Videos ,Geld verdienen; in: [www.support.google.com](https://support.google.com/adsense/answer/72857?hl=de);

<https://support.google.com/adsense/answer/72857?hl=de>; 05.12.17; 17:53 Uhr

Dabei ist wichtig, dass Werbung überhaupt geschaltet wird und, dass diese auch gesehen wird. Nutzer die einen Adblocker verwenden zählen zwar zur Aufrufer Zahl des Videos, bringen aber kein Geld ein.

Der Wert für die bezahlte Werbung pro Klick, wird durch den CPM (Cost-Per-Milli) bestimmt. Zu Deutsch wie viel Geld bringen Tausend bezahlte Views ein.

Dieser Wert ist aber immer unterschiedlich hoch, so ist er beispielsweise im Dezember höher als im Januar, das liegt unter anderem daran, dass Unternehmen Marketingbudget, übrighaben und dieses dann vollkommen im Dezember aufbrauchen. Er unterscheidet sich aber auch durch Videogenre und wie lange der YouTube Kanal bereits Inhalte veröffentlicht. Generell kann man aber sagen, dass der CPM in Deutschland zwischen ein 1,50€ und 5€ liegt.

Von den ganzen Einnahmen die man durch das AdSense Konto generiert gehen nun 45% an YouTube selbst und 55% an den Youtuber.¹²

3.2.2 Beispielrechnung an Youtuberin „BibisBeautyPalace“

Der YouTube Kanal „BibisBeautyPalace“ hatte in den letzten 30 Tagen 57.943.413 Millionen Videoaufrufe (Nachweise siehe Anhang).

Um realistische Werte zu erlangen wird mit einem CPM von 3€ gerechnet, obwohl dieser Wert wahrscheinlich im Moment höher wäre.

Geht man davon aus, dass etwa 40% aller Zuschauer einen Adblocker benutzen so kommt man zum Ergebnis von 34.766.047 Millionen bezahlten Views.

Bei einem CPM von 3€ entspricht dies 104.298 €

Davon gehen nun 45% an YouTube und übrig bleiben etwa 57.363€ für Youtuberin Bibi selbst (Rechenweg siehe Anhang).

¹² Klengan; Wie viel verdient man mit Youtube; in: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPjk); veröffentlicht am: 22.01.17;
https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPjk; 05.12.17

3.2.3 Produktplatzierung

Eine weitere sehr beliebte Einnahmequelle, ist die sogenannte Produktplatzierung. Dies sind Inhalte die gegen Entgelt für einen Drittanbieter erstellt werden. Hierbei wird meist ein spezifisches Produkt eines Unternehmens im Video beworben.¹³ Dies können Produkte von allen möglichen Unternehmen sein, auch Unternehmensriesen wie die Coca-Cola-Company sind auf YouTube durch Creator vertreten.

Für Youtuber sind Produktplatzierungen eine beliebte Einnahmequelle, durch welche sich hohe Einnahmen erzielen lassen können. Je nach Vertragsabhandlung verdienen Youtuber einmalig oder auch dauerhaft mit Werbepartnern Geld. Umso höher die Abonnentenzahl desto höher auch die Bezahlung. Ein genauer Wert lässt sich hier nicht bestimmen, da es ganz auf das Unternehmen und auch den Creator ankommt und diese Bezahlungen sehr individuell und streng geheim gehalten werden.¹⁴

3.2.4 Amazon Affiliate Links

In den meisten Infoboxen von YouTube Videos sind sogenannte Affiliate Links platziert.

Das Affiliate Marketing basiert auf den traditionellen Vertriebs und Netzwerkpartner Systemen.

Der Partner (Affiliate) wirbt, für ein Produkt des Unternehmens, auf seiner eigenen Website, in diesem Fall unter den eigen erstellten Videocontent und erhält für jede Transaktion oder jeden Verkauf der durch dessen Werbemaßnahmen generiert wurde eine Provision.

Die meisten dieser Affiliate Links unter YouTube Videos stammen vom Affiliate Partnerprogramm von Amazon.¹⁵

Wird auf den Link geklickt so speichert sich 24 Stunden lang ein Cookie, der speichert, dass über diesen Link Amazon besucht wurde. Alles was nun in den nächsten 24

¹³ YouTube-Hilfe; Produktplatzierungen und Produktempfehlungen; in: www.support.google.com; <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=de>; 05.12.17; 17:54 Uhr

¹⁴ Klengan; Wie viel verdient man mit Youtube; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 22.01.17; https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPik; 05.12.17

¹⁵ Erwin Lammenett; Praxiswissen Online- Marketing; 4. Auflage; Springer Gabler Verlag; 2014; S. 45-46

Stunden auf Amazon gekauft wird, bringt eine Provision bei welcher die Höhe je nach Produkt variiert, für den Content Creator ein.

AMAZON AFFILIATE PARTNERPROGRAM 	
PRODUKTKATEGORIE	FESTE WERBEKOSTEN-ERSTATTUNGSSÄTZE
Fernseher und Heimkino, Smartphones und Handys, Tablet-PCs ohne Vertragsbindung, PS4-Konsolen	1%.
Computer, Elektronik, Kamera, Elektro-Großgeräte, Kindle und Fire Zubehör, Unterwäsche, Nachtwäsche, Socken & Strümpfe,	3%
Software, Musik, DVDs & Blu-ray, Video-spiele, Baumarkt, Spielzeug, Küche, Sport & Freizeit, Bier, Wein & Spirituosen, Gewerbe, Industrie & Wissenschaft,	5%.
Bücher*, Kindle eBooks*, Auto ,Motorrad, Haushalt, Musikinstrumente, Büroarti-ikel, Babyartikel, Kosmetik, Lebensmittel, Geräte für Gesundheit, Körperpflege, Drogerie, Haustierprodukte, Garten,	7%
Videospiele-Downloads, Software-Downloads, Möbel Alle weitere Kleidung, Schuhe, Schmuck, Uhren, Gepäck, Amazon Fashion Women, Men & Kids Private Label	10%

Abbildung 1: Amazon Affiliate Programm ¹⁶

¹⁶ Werbekostenerstattungstabelle für das EU Partnerprogramm; in: www.partnernet.amazon.de; <https://partnernet.amazon.de/help/operating/schedule>; abgerufen am: 23.12.17

Für Technik gibt es beispielsweise nur ca. 1-3% Provision, bei Beautyartikeln, Schmuck und Kleidung hingegen kann man bis zu 10% verdienen. Dies liegt natürlich auch am Ausgangspreis, da Technik viel teurer ist als ein Lippenstift. Dennoch wird Kosmetik und Schmuck häufiger gekauft und Youtuber die im Bereich Beauty zuständig sind, haben hier einen Vorteil. Auch ein Gaming Kanal kann durch Amazon Affiliate Links ordentlich abräumen, denn Videospiele fallen auch in die Kategorie von 10% Provision. Je nach Kanaltypus ist es also mehr oder weniger Lohnenswert am Partnerprogramm von Amazon teilzunehmen. Die Verdienstspanne liegt hier zwischen 100€ und mehreren Tausend Euro.¹⁷

3.3 Rechtslage

Wie in jedem „Geschäfts Modell“ gibt es auch bei YouTube als Arbeitgeber einige Rechtliche Aspekte zu berücksichtigen, bevor die Produktion von Videos gestartet werden kann. Dabei gibt es verschiedene Kategorien. Einige betreffen die direkten Inhalte, andere beschäftigen sich eher mit dem YouTube Account selbst und zuletzt gibt es noch Rechtliche Vorschriften für die Einnahmequelle durch Werbung.

3.3.1 Kunst-Urheber-Gesetz

Alle Personen haben das Recht am eigenen Bild.

Wenn ein Video Personen zeigt, die nicht zugestimmt haben, dass sie gefilmt werden möchten und die Inhalte trotz Widerspruch im Internet veröffentlicht werden, so verstößt man gegen das Recht am eigenen Bild nach dem Kunst-Urheber-Gesetz (§22 KUG).

Hierbei gibt es aber noch ein paar Ausnahmen, indem trotz fehlender Einwilligung der Personen Inhalte veröffentlicht werden dürfen.

Dazu gehören vor allem: Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte, sowie Bilder und Videos, auf denen die Personen nur als Beiwerk erscheinen und bei Versammlungen oder Demonstrationen.¹⁸

¹⁷ Klengan; Wie viel verdient man mit Youtube; in: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPik); veröffentlicht am: 22.01.17; https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPik; 05.12.17

¹⁸ Rechtsanwalt Herr Saerbeck; Kunst-Urheber-Gesetz; Vorlesungsmaterial; Folien im Anhang

3.3.2 Urheberrecht

Das Urheberrecht schützt Werke. Unter einem Werk versteht man zunächst einmal „persönliche geistige Schöpfung“, die ein gewisses Maß an Kreativität und – Individualität aufweisen.

Somit sind auch YouTube Videos anderer Nutzer geschützt. Es ist nicht erlaubt Inhalte von anderen Videos, ohne eine ausdrückliche Erlaubnis des Urhebers, für seine eigenen Videos zu benutzen. Auch nicht kurze Ausschnitte.

Die einzige Ausnahme hierbei bildet die Zitierfreiheit (§ 51 UrhG).

Diese bietet die Möglichkeit sich mit fremdem Gedanken und Werken auseinanderzusetzen.

Kurze Ausschnitte von Werken können also im Zusammenhang der eigenen Gedanken und als Beleg für die eigene Erörterung zulässig sein. Dennoch ist davon eher abzuraten, denn die Gefahr, dass die Zitierfreiheit falsch und unzureichend benutzt wird ist sehr wahrscheinlich und immer individuell zu beurteilen.¹⁹

3.3.3 Rundfunkstaatsvertrag

Auch bei dem Erstellen von Werbeeinnahmen in Kooperation durch eine Firma wie bei einer Produktplatzierung ist Vorsicht zu gewähren, denn Werbung ist rechtmäßig zu Kennzeichnen.

Der Rundfunkstaatsvertrag besagt, wenn ein Medienangebot Fernsehähnlich ist, dann gelten viele Voraussetzungen die auch fürs Fernsehen gelten. Nämlich auch, dass bei Produktplatzierungen am Anfang und am Ende gesagt werden muss, dass Produkte platziert werden.

Die Produktplatzierung ist laut Rundfunkstaatsvertrag im Grunde zulässig, aber diese muss mit einer eindeutigen Kennzeichnung versehen sein.

Erfolgt dies nicht, so kann dies schwere Rechtliche Konsequenzen mit sich führen, denn hierbei kann der Tatbestand der Schleichwerbung vorliegen.

¹⁹ Rechtsanwalt Herr Saerbeck; Urheberrecht; Vorlesungsmaterial; Folien im Anhang

Geschützt ist man durch eine einfache Erklärung im Video oder durch eine Einblendung wie zum Beispiel: „Dieses Video enthält Produktplatzierungen“.²⁰

Auch YouTube selbst möchte über eine Produktplatzierung informiert werden, dafür muss man lediglich vor dem Upload des Videos in den Einstellungen die Option „Enthält bezahlte Promotion“ auswählen.

Dies bedeutet nicht, dass YouTube keine Werbung mehr vor dem Video zeigt, sondern YouTube vermeidet, dass eine Werbeschaltung eines direkten Konkurrenzunternehmens auf diesem Video platziert wird.²¹

3.3.4 Impressumspflicht/Telemediengesetz

Das Telemediengesetz besagt, dass alle juristisch redaktionellen Inhalte ein Impressum benötigen, sowie wenn man ein Telemedium betreibt. Zu Telemedien gehören im Prinzip alle Online Dienste die man im Netz finden kann, sowie zum Beispiel eine einfache Internetseite. Klassische Youtuber fallen natürlich bei beiden Beschreibungen unter das Telemediengesetz und sind daher auch der Impressumspflicht unterstellt.

Rechtlich gesehen benötigen, aber nicht alle Youtuber ein Impressum. Dies ist nur erforderlich, wenn der YouTube Kanal meinungsbildend wird. Das ist der Fall, wenn regelmäßig Videos gepostet werden und eine hohe Klick Anzahl sowie eine sehr hohe Abonnentenanzahl besteht.

Werden wenige Videos gepostet und nicht viele Klicks generiert, so wird kein Impressum benötigt, diesen Indikator kann man daran erkennen, dass wahrscheinlich wenig oder kein Geld mit YouTube verdient wird²²

²⁰ Product Placement: Welche Bedeutung haben Produktplatzierungen für Influencer?; in: www.urheberrecht.de; <https://www.urheberrecht.de/product-placement/>; 5.12.17; 19:03 Uhr

²¹ YouTube-Hilfe; Produktplatzierungen und Produktempfehlungen; in: www.support.google.com; <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=de>; 05.12.17; 17:54 Uhr

²² Tim Aschermann; YouTube Impressumspflicht - Das sollten Sie wissen; in: [www.http://praxistipps.chip.de](http://praxistipps.chip.de); veröffentlicht am: 13.04.15; http://praxistipps.chip.de/youtube-impressumspflicht-das-sollten-sie-wissen_40141; abgerufen am: 01.01.18

4 Kanalkonzeptanalyse von erfolgreichen Videoanbietern auf YouTube in unterschiedlichen Genres

YouTube bietet zu allen erdenklichen Themen Videos, aber wieso haben manche Kanäle Erfolg und andere nicht?

Zu diesem Zweck werden verschiedene Kanalkonzepte mit verschiedenen Genres untersucht, um die Motivation der Abonnenten dahinter zu erklären und den damit verbundenen Erfolg der Videos bzw. des Kanales an sich nachvollziehen zu können.

4.1 News/Journalistische Themen „LeFloid“

4.1.1 Kanalkonzept und Entwicklung

Der Kanal „LeFloid mit derzeit 3,1 Millionen Abonnenten wurde am 14.10.2007 erstellt.

Die ersten Videos sind ab Januar 2010 zu finden, möglich wäre aber auch, dass der Youtuber seine ersten Videos die vor 2010 online gingen wieder entfernt hat.

Der Kanal handelt von Themen aus aller Welt die der Youtuber durch Journalistische Aufbereitung in seinen Videos präsentiert, in etwa wie eine Nachrichtensendung.

Größter Unterschied dabei, die Themenabwicklung findet Subjektiv statt, es handelt sich hierbei also um keine neutrale Berichterstattung. Er stellt die Themen jugendfreundlich und verständlich vor und bekundet anschließend ausgiebig seine Meinung und regt auch zum allgemeinen Austausch verschiedener Meinungen in den Kommentaren an.

Neben Themen die einen hohen Nachrichtenwertfaktor haben, behandelt er auch interne YouTube Ereignisse oder auch einfach Themen die er für wichtig erachtet.²³

²³ LeFloid; in: [www.youtube.com; https://www.youtube.com/user/LeFloid/about](https://www.youtube.com/user/LeFloid/about); abgerufen am: 24.10.17

Schon die aller ersten Videos entsprechen dem heutigen Konzept. In seinem zweiten Video redet er über die Auswirkungen von Teleshopping und die Manipulation durch Werbung und präsentiert sketchartig seine Meinung.²⁴

Schon immer haben seine Videos einen Sendungs-Charakter. In seinem dritten Video zum Thema „Fantasie“ wird dies deutlich. Er beginnt mit einer Art Anmoderation und ersten Gedanken zum Thema. Danach belegt er seine Ansichten mit einem Art Einspieler die bei ihm sketchartige Szenen enthalten.²⁵

Zum Schluss äußert er seine Meinung nochmal explizit und wendet sich an die Zuschauer mit einer Sozialkritischen Frage.

Auch heute sind seine Videos in groben Sinne noch so aufgebaut.

Sein bis dato erfolgreichstes Format ist „LeNews“. Das wie der Name schon verrät aktuelles Weltgeschehen behandelt. Er präsentiert mehrere Themen der aktuellen Zeitgeschichte, äußert seine Meinung und wendet sich zum Schluss an den Zuschauer. Entweder stellt er eine sozialkritische Frage, worauf hin er die Meinungen seiner Zuschauer einholen möchte und zum Diskutieren in den Kommentaren einlädt, oder er fragt konkret zu Meinungen zum expliziten Thema.²⁶

In allen Fällen regen seine Videos stets zum Nachdenken an.

Er selbst bezeichnet seine Videos als Nachrichtenkommentare, die zum Diskutieren anregen sollen. Vor allem will er damit auch erreichen, dass sich junge Menschen eine eigene Meinung bilden.²⁷

4.1.2 Motivation der Abonnenten

Warum generiert der Kanal mit dieser Thematik nur so viele Abonnenten? Nachrichtenerstattung gibt es doch auch im Fernsehen mit Bewegtbild?

²⁴ LeFloid; Manipulation durch Werbung; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 06.02.10; <https://www.youtube.com/watch?v=B-3KH24UWHU>; abgerufen am: 24.10.17

²⁵ LeFloid; Fantasie!!! (?); in www.youtube.com; veröffentlicht am: 24.02.10; https://www.youtube.com/watch?v=gu_uDh1h6G8; abgerufen am: 24.10.17

²⁶ LeFloid; wie man 75 Millionen Euro im Müll verliert..; in: www.youtube.de; 07.12.17; <https://www.youtube.com/watch?v=BSWLKd8Bnk&t=677s>; abgerufen am: 24.10.17

²⁷ Markus Lanz Interview; „Angela Merkel hat mich benutzt“; in: www.youtube.com; 19.08.15; <https://www.youtube.com/watch?v=TCeocT0RrpY>; abgerufen am: 24.10.17

Der größte Vorteil gegenüber Nachrichtensendungen im herkömmlichen Sinne ist, die Möglichkeit des Austauschs. Die Community Mitglieder können ihre Meinung zum Thema in den Kommentaren kundtun, sich austauschen, diskutieren und ihre eigene Meinung bilden.

Es herrscht kein reines konsumieren und hinnehmen, sondern auch agieren.

Zum anderen Teil ist der Unterhaltungsfaktor viel höher, als bei herkömmlichen Nachrichten, zudem kommt noch, dass die Menschen die Meinung des YouTubers interessiert. Die Art der Präsentation ist locker und trotzdem mit Witz versehen, was selbst die schwerste Thematik bekömmlicher macht.²⁸

Der Kanal von „LeFloid“ ist ein gutes Beispiel dafür, dass das kontinuierliche Einhalten eines strikten Kanalkonzeptes mit guten und wertvollen Inhalten zum Erfolg führen kann und auch ein wichtiger Faktor für einen wachsenden Kanal ist.

4.2 Beauty/Unterhaltung „BibisBeautyPalace“

4.2.1 Kanalkonzept und Entwicklung

„BibisBeautyPalace“ ist momentan die erfolgreichste weibliche Youtuberin in Deutschland. Ihr Kanal umfasst derzeit 4.716.888 Millionen Abonnenten und wurde am 28.11.2012 gegründet.²⁹

Ihr erstes Video lädt sie am 2.12.2012 hoch, darin zeigt sie wie man sich eine Flechtfrisur macht.³⁰

Die ersten Videos auf dem Kanal sind sogenannte „Haar Tutorials“, die verschiedene Anleitungen für Frisuren zeigen. Schon jetzt fällt auf, dass sie sehr regelmäßig Videos postet, beinahe täglich und an manchen Tagen sogar zwei Videos auf ein Mal.

²⁸ Markus Lanz Interview; „Angela Merkel hat mich benutzt“; in: www.youtube.com ; 19.08.15; <https://www.youtube.com/watch?v=TCeocT0RrpY>; abgerufen am: 03.11.17

²⁹ BibisBeautyPalace; Kanalinfo; in: www.youtube.com; <https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/about>; abgerufen am: 03.11.17

³⁰ BibisBeautyPalace; Haare an der Kopfhaut flechten; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 02.12.2012; <https://www.youtube.com/watch?v=KTFvCoKxEbo>; abgerufen am: 03.11.17

Heutzutage hat sie feste Video Upload Zeiten: immer Donnerstag um 14 Uhr und sonntags um 11 Uhr.

Das hat zum einen den Vorteil, dass die Zuschauer immer Wissen, wann sie ein neues Video vorfinden können und andererseits bewahrt es ihre Kontinuität, die auf YouTube sehr wichtig ist.

Nach und nach schleichen sich zwischen Haar Videos auch Schmink Tutorials, in denen sie zeigt wie man Lippenstift aufträgt oder wie man sich im Alltag schminkt.

Etwa zwei Monate später hatte Bibi 500 Abonnenten erreicht, nach 24 Videos.

Ab diesen Zeitpunkt beginnt sie zusätzlich Videos zusammen mit ihrem Freund Julian zu drehen und hochzuladen, welche der Youtuberin sofort deutlich größere Erfolge auf YouTube einbringen.

Noch immer gibt es ab und an Beauty Videos, aber es häufen sich mehr und mehr Videos, die der Unterhaltung Schiene angehören. Wie z.B. „Challenges“ mit ihrem Freund oder Videos in denen sie meist zusammen Zuschauer Fragen beantworten.

Nach und nach rutscht der Kanal immer mehr in ein Comedy/Unterhaltung Genre und ist bis heute auch dageblieben. Beautytipps gibt es selten.

Heutzutage postet sie nur noch Comedy oder Unterhaltungsformate. Viele ihrer Videos beinhalten Experimente wie z.B.: „Ich bestelle blind auf Amazon“ oder „Der größte Kaugummi der Welt“. Auch haben Pranks (zu Deutsch Streiche) und Challenges (zu Deutsch Herausforderungen) weiterhin viel Platz auf ihrem Kanal, immer in den Videos dabei, natürlich ihr Freund Julian.

Ein striktes Kanalkonzept gibt es hier nicht, aber das Genre hat sich in den letzten Jahren klar in Richtung Comedy und Unterhaltung bewegt

Wenn man Bibis erfolgreichsten Videos betrachtet, fällt auf, dass in allen dieser Videos die zwischenmenschliche Beziehung zwischen Bibi und Julian im Mittelpunkt steht.

Zum Beispiel „Ich PRANKE Julian mit RIESEN Streit“, „10 Arten von Pärchen“, „Der Große Vertrauenstest“, „Betrügt Julian mich“, etc.³¹

4.2.2 Motivation der Abonnenten

Es ist kein Geheimnis, dass die meisten von Bibis Zuschauern etwas Jünger sind, meist im Teenager Alter.

Für Teenager ist YouTube ein Art Dr. Sommer Ersatz (aus der Zeitschrift Bravo) geworden. Quälende Fragen zum Thema Liebe und Beziehung werden einfach auf YouTube beantwortet.

Allen voran „BibisBeautyPalace“, die mit ihrer Vorzeigebziehung Videos zu Themen wie „10 Arten wie man nicht Küssen sollte“ oder „Beziehung Realität vs. Vorstellung“ macht, trifft sie natürlich die Interessen ihrer jungen Abonnenten im vollen Maße.

Doch nicht nur weil die Themen der Youtuberin die Zuschauer selbst betreffen ist der einzige Grund für die hohe Aufmerksamkeit der Videos, auch die natürliche voyeuristische Neugierde der Menschen ist ein Klickzahlen Magnet.

Soviel Nähe und Intimität, wie Youtuberin Bibi offenbart ist man von normalen Stars und Sternchen natürlich nicht gewohnt.

Öffentliche Liebesbekundungen und Alltagsromantik scheinen gut im Internet anzukommen und machen die Youtuberin zudem auch noch sympathisch und authentisch.

Ein weiterer Punkt der im YouTube Business von hoher Wichtigkeit zu sein scheint, ist die regelmäßige Upload Rate. Wer wochenlang an Videos feilt und nur selten etwas hoch lädt der wird im Internet schlicht und ergreifend vergessen. Umso wichtiger ist es regelmäßig, am besten 1-2 Mal pro Woche ein Video online zu stellen. Den Zuschauern ist die Qualität der Videos nicht so wichtig solange das Bild scharf und der Ton gut hörbar ist. Die meisten Videos auf YouTube sind aus einer Perspektive meist von ei-

³¹ BibisBeautyPalace; Videos mit größter Beliebtheit; in: [www.youtube.com](https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/videos?flow=grid&view=0&sort=p);
<https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/videos?flow=grid&view=0&sort=p>; abgerufen am:
03.11.17

nem Stativ aus gefilmt. Zeit für aufwendigen Schnitt und viele Kameraperspektiven ist eher Fehlanzeige. Hier gilt: Quantität vor Qualität.³²

In diesem Punkt macht Bibi auch alles richtig, sie lädt mindestens zwei Videos in der Woche hoch.

Ein weiterer Klickmagnet sind Gewinnspiele. Davon macht Bibi reichlich. Um am Gewinnspiel teilnehmen zu können muss man natürlich Abonnent des Kanals sein, dem Video ein Daumen nach oben hinterlassen und am besten noch ein Kommentar schreiben.

Im Dezember veranstaltet Bibi immer einen Gewinnspielmarathon über 24 Videos eine Art Adventskalender. Dieses Jahr sind es sogar 50 Gewinne und 50 Videos. Es ist deutlich zu sehen, dass in diesen Monaten die Abonnentenzahlen rasant ansteigen.

Viele Youtuber nutzen den Dezember, als Adventskalender und veröffentlichen jeden Tag ein Video, in denen sie tolle Geschenke verlosen. Das hat zum einen den Grund, dass durch die Gewinnspielaktion viele neue Abonnenten dazu generiert werden. Zum anderen ist der Dezember der umsatzstärkste Monat für Youtuber, da der CPM hier am höchsten ist.³³

³² Kato; 10 Erfolgsgeheimnisse von „BibisBeautyPalace“; in: [www. http://innocentglow.de](http://innocentglow.de); veröffentlicht am: 29.05.15; <http://innocentglow.de/10-erfolgsgeheimnisse-von-bibis-beauty-palace/> ; abgerufen am: 04.11.17

³³ BibisBeautyPalace; Ihr werdet es nicht glauben!..Mein größtes Projekt!; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 12.11.17; <https://www.youtube.com/watch?v=E63qdo4d3z8> abgerufen am: 04.11.17

4.3 Gaming/Lifestyle „Felix von der Laden“

4.3.1 Kanalkonzept und Entwicklung

Der Kanal „Felix von der Laden“ wurde 10.06.2011 gegründet und hat eine Anhängerzahl von 3.186.416 Millionen.

Der Kanal startete aber nicht von Beginn an unter „Felix von der Laden“, sondern unter dem Namen „Dner“.³⁴

Der Channel beinhaltete bis Mitte 2014 ausschließlich Gaming Videos, sogenannte Let's Play-Videos, überwiegend mit dem Spiel Minecraft. Im Grunde genommen spielt der Youtuber das Spiel und redet nebenher über verschiedene Themen oder gibt Tipps zur Spielweise oder wie man sich verbessern kann.

Seit 2014 schlichen sich immer mal wieder Vlogs zwischen die Gaming Videos. Vlogs sind eine Art Videotagebuch. Der Youtuber nimmt die Kamera mit in seinen Alltag und filmt sich während seines Tages. Er dokumentiert sein Leben in Köln und von überall sonst auf der Welt während seiner Reisen.

Ab 2015 erkennt man, dass sich der Wechsel zwischen Vlogs und Gaming Videos ausgleicht und jedes der Genres in etwa gleichviel Platz auf dem Kanal einnimmt. Der ursprüngliche Gaming Channel entwickelte sich zu einer gemischten Thematik.

Felix nimmt seine Zuschauer mit auf seine Reisen und Erlebnisse und hat seine Vlogs zum festen Bestandteil seines Kanals gemacht. Die Gaming Videos vernachlässigte er bis dato aber nicht.

Im Verlauf der Zeit, wird bemerkbar, dass Felix seinen Vlogs immer aufwendiger bearbeitet und auch immer häufiger Vlogs hochgeladen werden.

Am 27.11.2016 macht er einen großen Schritt. Zu dem Zeitpunkt hat er bereits schon fast 3 Millionen Abonnenten.

³⁴ Felix von der Laden; Kanalinfo; in: www.youtube.de; <https://www.youtube.com/user/DnerMC/about>; abgerufen am: 7.11.17

Er teilte seinen Kanal auf. Sein Hauptkanal bis dato immer noch Namens „Dner“ benennt er um in „Felix von der Laden“ und er kündigt an auf diesem Kanal nur noch seine Vlogs hochzuladen.

Im gleichen Zuge gründet er einen neuen Kanal, den er wieder „Dner“ nennt auf dem ausschließlich nur noch seine Gaming Videos online kommen.

Er begründet diesen Schritt damit, dass es ihm nicht gut damit ging, einen Kanal zu führen auf dem zwei sehr verschiedene Themenbereiche behandelt werden. Es sei sehr ungewöhnlich für einen Gaming Kanal, bei dem man eigentlich Videos zu Videospielen erwartet Inhalte eines Lifestyle Bloggers vorzufinden.³⁵

Seine VLogs sind meist sehr aufwendig geschnitten und lassen auch Zuschauer erfreuen die auf Qualität achten. Trotzdem lädt er sehr viele und regelmäßig Videos hoch.

Bis heute sind Gaming, Beauty und Unterhaltung die größten Bereiche die YouTube ausmacht.

4.3.2 Motivation der Abonnenten

Bevor Felix sein Kanalkonzept änderte wurde er ganz klar durch die Gaming Videos auf YouTube erfolgreich.

Generell ist Gaming einer der größten und beliebtesten Bereiche auf YouTube aber warum?

³⁵ Felix von der Laden; Ein Tag im Leben von Felix; in: www.youtube.de; veröffentlicht am: 27.11.16; <https://www.youtube.com/watch?v=ZoKOzsndGJc>; abgerufen am: 7.11.17

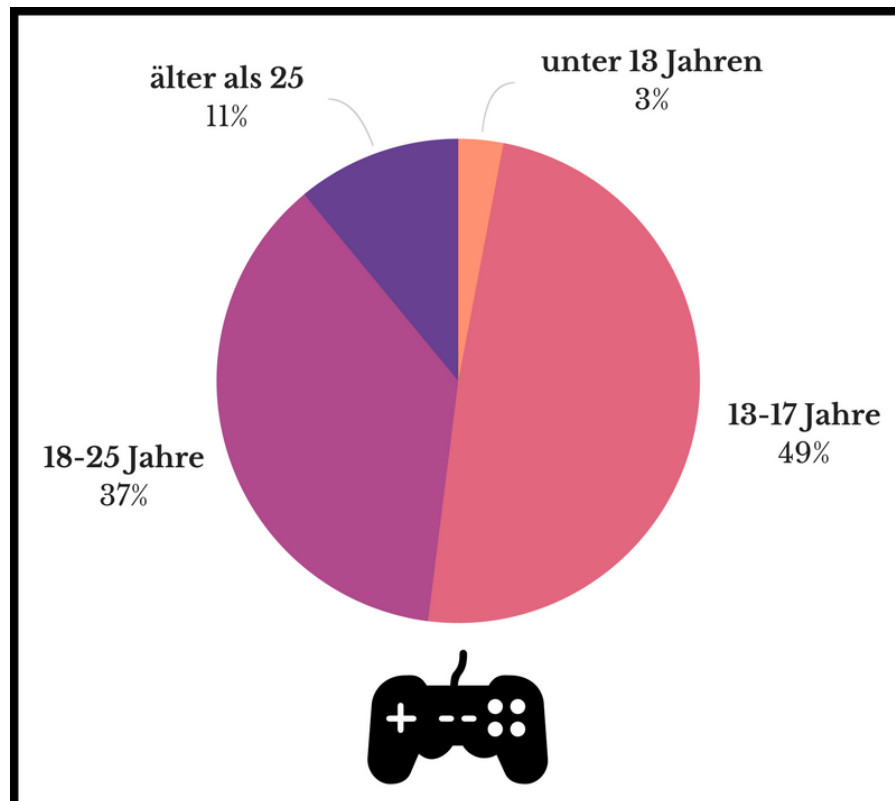


Abbildung 2: Diagramm Altersverteilung der Let's Play Zuschauer

Die größte Zielgruppe von Let's Play-Videos ist wie zu erwarten männlich und recht jung etwa 13-17 Jahre alt. Gefolgt von den jungen Erwachsenen zwischen 18 und 25 Jahren. Die meisten Verfolger von Gaming Kanälen spielen selbst auch Videospiele.

Der wichtigste Grund ist auch beim Gaming die Sympathie gegenüber dem Youtuber selbst. Wichtig sind den Zuschauern Humor und Selbstironie des Creators, sowie gute Moderationsfähigkeiten und Charme. Die Zuschauer schauen die Videos, weil sie unter anderem die Kommentare des Youtubers zum Spiel lustig finden. Das ist aber natürlich nicht der einzige Grund.

Zum einen geben viele Nutzer an, dass sie es genießen, wie jemand anderer ein Spiel spielt, dass sie selbst interessant finden. Dieses Phänomen wird wissenschaftlich so erklärt: Die sogenannte Interpassivität ist der Grund dafür, dass ein Mensch ein Hobby auch dann genießt, wenn es durch einen Stellvertreter ausgeübt wird, vor allem auch deswegen, weil dafür kein eigener Aufwand betrieben werden muss. So erklären sich auch Psychologen den Hype um Profisportarten.

Viele Verfolger von Let's Play-Videos schauen diese, um für sich selbst hilfreiche Tipps und Tricks abzuschauen, um diese dann selbst beim eigenen Spielen des Spiels anwenden zu können.

Weitere Gründe sind etwaige Kaufentscheidungen. Die Zuschauer wägen ab ob, sich ein Kauf des favorisierten Spiels lohnt oder nicht und vertrauen dabei auf die Meinung ihres Lieblings Lets Players. Oder auch aus dem einfachen Grund, weil das Spiel zu teuer ist und durch die Videos das Verlangen es zu spielen kompensiert.³⁶

Im expliziten Beispiel von Felix von der Laden scheint der Hauptgrund für seine große Anhängerzahl die Sympathie zu sein, da sich die eigentlichen Gaming Fans auch gerne seine Videos anschauen, die nicht im Gaming Bereich liegen.

Zusätzlich zur Gaming Zielgruppe konnte sich Felix durch sein breites Themenspektrum durch seine Vlogs eine weitere Zielgruppe erschließen, die sich eigentlich nicht für Gaming interessiert.

Die Kanalteilung ermöglicht ihm beide Zielgruppen zu halten, ohne dass diese durch andere Themen die für sie irrelevant sind zu nerven.

³⁶Marie Sophie Pelc; Studie: darum sind Let's Play-Videos so beliebt!; in: www.netzfeuilleton.de; veröffentlicht am: 17.08.18; <http://netzfeuilleton.de/studie-darum-sind-lets-play-videos-so-beliebt/>; abgerufen am: 7.11.17

5 Ergebnisse der Analyse

Die Erkenntnis ist, dass ein Kanalkonzept sehr wichtig für den Erfolg auf YouTube ist. Dabei ist es egal, ob man mit nützlichen und mehrwertbringenden Inhalten punktet wie z.B. Youtuber „Le Floid“, oder ob man auf nützliche Inhalte verzichtet und völlig auf die Unterhaltungsschiene setzen möchte wie zum Beispiel „BibisBeautyPalace“.

Videos über interessante Themen zu drehen, die Anklang finden, ist von Vorteil, aber in der YouTube Welt nicht unbedingt von Nöten. Das Wichtigste beim Kanalkonzept ist eher die Einhaltung dieses, denn dann wissen potentielle Zuschauer, was sie von diesem Kanal künftig erwarten können.

Zwar startete Bibi mit einem Beauty-Thema, doch als sie begann unterhaltsame Videos mit ihrem Freund hochzuladen und diese viel erfolgreicher waren, als ihr bisheriger Content, reagierte sie sofort darauf. Seither entwickelte sich ihr Kanal von einem Beauty- zu einem Unterhaltungs-Channel, den sie bis heute auch so beibehält und die Thematik nicht mehr ändert.

Auch „Felix von der Laden“ zeigt deutlich, dass eine klare Kanallinie besser ist, als gemischte Inhalte. Er hatte zwar auch kurzzeitig Erfolg mit einem gemischten Konzept, aber der meiste Erfolg rührte aus seiner Zeit, in der er ausschließlich Gaming Videos produzierte. Sein Handeln seinen Kanal zu entzweien ist daher nicht nur der Ordnung halber gewidmet, sondern strategisch klug. So ist es auch zu empfehlen, wer gerne mehrere Genres und Thematiken auf YouTube präsentieren will, sollte dies nicht auf einem Kanal tun, sondern jedem Genre einen eigenen Kanal widmen.

Viele Youtuber, die sich zum Beispiel im Genre Beauty bewegen, führen einen Zweitkanal in dem sie ihren Alltag präsentieren und Vlogs hochladen.

Neben dem Einhalten seines Kanalkonzepts ist auch das regelmäßige und häufige Hochladen von neuen Videos ein weiterer wichtiger Faktor. Denn im Internet wird man schnell vergessen, wenn die Abwesenheit zu lange andauert.

Es empfiehlt sich mindestens ein bis zwei Mal die Woche ein neues Video zu posten.

Neben des Kanalkonzeptes und der Kontinuität gibt es noch einen großen weiteren Gesichtspunkt. Wer zwar regelmäßig Videos hoch lädt und seinem Kanalprinzip treu bleibt, dabei aber weder sympathisch noch lustig ist, wird trotzdem keinen Erfolg haben.

Die Sympathie gegenüber des Youtubers ist mit der häufigste Grund warum Zuschauer einen Kanal abonnieren. Selbst wenn die Themen, die behandelt werden noch so inte-

ressant sind, kann dies nicht die fehlende Sympathie kompensieren. Ebenso ist Authentizität eine wichtige Eigenschaft auf YouTube. Menschen die sich authentisch vor der Kamera präsentieren kommen besser an.

Der gegenseitige Austausch der einer der Erfolgsfaktoren für die Plattform schlecht hin ist sollte niemals vernachlässigt werden. Wie das Beispiel „LeFlod“ bereits zeigt, ist Austausch maßgeblich für einen erfolgreichen YouTube Kanal. Der Youtuber kann sich damit nahbar erscheinen lassen. Regelmäßiges Eingehen auf Zuschauer und Abonnenten ist also wichtig.

Natürlich gibt es noch mehr Aspekte die beachtet werden müssen um Erfolg auf YouTube zu genießen, diese betreffen aber meist den YouTube Algorithmus, die Einstellungen und die Videos selbst. Diese Punkte werden in Kapitel 6 „Optimale Herangehensweise“ ausführlich geschildert.

Je größer ein YouTube Kanal wird, umso höher werden auch die damit verbundenen Konsequenzen.

Die meisten Youtuber mit einer großen Abonnentenzahl tragen auch eine Menge Verantwortung und nicht jeder Videoinhalt der auf YouTube gepostet wird, ist für die breite Masse geeignet.

5.1 Moralische Aspekte/Kritik

Viele YouTube Creator unterschätzen ihren Einfluss auf ihre Zuschauer und die damit verbundene Verantwortung gegeben über ihrem Publikum.

Gerade bei einem Kanal wie „LeFlod“ ihn betreibt, der von aktuellem Weltgeschehen handelt, ist es wichtig, deutlich herauszuarbeiten, dass es sich nicht um Nachrichten handelt, sondern nur um seine Meinung.

Viele jüngere Zuschauer verstehen nicht, dass das gesagte nicht nur ein Nachrichten Kommentar ist, sondern gehen davon aus neutrale Nachrichten zu erhalten. Dies wird gerade dann problematisch, wenn seine Meinung zu tendenziös ausfällt.

Zu seiner Verteidigung sagt er, dass er eine Plattform bieten will, um genau diesen Austausch von verschiedenen Meinungen bieten zu können. Ebenfalls ist ihm wichtig

in jedem seiner Videos explizit nach der Meinung der Zuschauern zu fragen und er stelle es in keinem Fall so hin als sei seine Meinung die einzig richtige, im Gegenteil er finde es auch gut, wenn seiner Meinung widersprochen wird und jeder sich sein eigenes Bild vom jeweiligen Thema macht.³⁷

Während sich LeFloid seiner Verantwortung durchaus bewusst ist, gibt es aber auch zum Beispiel sehr junge Youtuber, die überhaupt nicht wissen, dass sie so viel Verantwortung tragen.

Doch nicht nur junge Youtuber auch ältere Kandidaten gibt es, die ihre Verantwortungslosigkeit im Internet nur so zelebrieren. Zwei große Namen in diesem Kontext sind hierbei „Apo Red“ und „Mert Matan“.

Mert Martan postete Anfang 2017 ein Video in dem er sich öffentlich als Homophob bekennt und dies auch für gut betitelt. Im Video selbst beleidigt er außerdem ausgelassen Schwule und dies sehr abfällig. Das Video ist glücklicherweise nicht mehr auf seinem Kanal zu finden.

Auch Apo Red hatte sich in Sachen Vorbild sein und Verantwortung übernehmen 2017 nicht mit Ruhm bekleckert.

2016 postet er ein Video Namens „Bomben Prank“, indem er sich als Attentäter ausgibt und eine schwarze Sporttasche in der sich anscheinend eine Bombe befindet vor die Füße von Passanten wirft und dann schnell wegrennt. Einigen Passanten sieht man deutlich die Angst im Gesicht stehen und die meisten rennen panisch davon. Nicht nur Verantwortungslos und makaber, sondern auch Strafbare, so wurde der Youtuber 2017 aufgrund des Videos zu sieben Monaten auf Bewährung verurteilt.^{38,39}

Doch nicht nur verantwortungslos mit seinen Inhalten umzugehen ist strafbar, sondern auch nicht gekennzeichnete Werbeinhalte.

³⁷ Markus Lanz Interview; „Angela Merkel hat mich benutzt“; in: www.youtube.com ; 19.08.15; <https://www.youtube.com/watch?v=TCeocT0RrpY>; abgerufen am: 27.12.17

³⁸ Nana Brink; Video Künstler und ihre Verantwortung – Wird YouTube bald zum Müllplatz; in: www.deutschlandfunkkultur.de; veröffentlicht am: 19.08.16; http://www.deutschlandfunkkultur.de/video-kuenstler-und-ihre-verantwortung-wird-youtube-bald.1008.de.html?dram:article_id=363490 ; abgerufen am: 27.12.17

³⁹ Jakob Koch; Als das Bomben-Video gezeigt wird, lacht ApoRed noch immer; in: www.welt.de; veröffentlicht am: 18.10.17; <https://www.welt.de/regionales/hamburg/article169750585/Als-das-Bomben-Video-gezeigt-wird-lacht-ApoRed-noch-immer.html> ; abgerufen am: 27.12.17

Viele Youtuber, darunter auch BibisBeautyPalace haben in der Vergangenheit häufig ihre Werbung nicht gekennzeichnet. Das ist nicht nur strafbar, sondern auch irreführend für die Zuschauer die noch nicht selbst einschätzen können was Werbung ist und was eben nicht.

Da junge Zuschauer generell ihren YouTube Idolen viel Glaubwürdigkeit schenken ist dies auch eine Art von Ausbeute, vor allem wenn eigene Produkte beworben werden, wie z.B. die Duschschaum-Produkte von Youtuberin Bibi, welche sie zu Anfangszeiten nie als Werbung kennzeichnete.

Mittlerweile ist der Gesetzgeber aber sehr streng hinter „Influencern“ her und die wenigsten wagen noch Werbung nicht zu kennzeichnen. Viele Youtuber beschönigen ihre früheren ungekennzeichneten Produktplatzierungen auch als Unwissenheit.⁴⁰

Der sogenannte „Clickbait“ ist ebenso ein umstrittenes Thema. Clickbait ist ein irreführender Titel welcher entweder den Inhalt des Videos dramatischer und aufregender darstellt, als es im Video tatsächlich ist, oder der im Titel versprochene Inhalt gar nicht erst im Video vorkommt. Diese Methode wird oft genutzt um höhere Klickzahlen zu generieren und damit mehr Geld zu verdienen.

Beispielweise hat Bibisbeautypalace am 25.12.2017 ein Video veröffentlicht, mit dem Titel „Darum habe ich Nein gesagt“ auf dem Vorschaubild des Videos sieht man wie ihr Freund vor ihr auf dem Boden kniet, mit einer geöffneten Ringschachtel in der Hand und traurigem Gesichtsausdruck. Bibi dreht ihren Kopf ebenfalls traurig zur Seite. Der Zuschauer erwartet nun ein Video über einen Heiratsantrag der vermutlich abgelehnt wird.

Im Video begleitet man 20 Minuten lang, was Bibi an ihrem Tag so macht, also ein klassischer Vlog. Am Ende des Videos spielen die beiden kurz mit Puppen, wobei Julian mit der männlichen Puppe die weibliche Puppe fragt ob sie heiraten wollen. Die Szene die sich im Thumbnail abspielt gibt es im gesamten Video nicht.

Dies heißt also, dass sie das Thumbnail extra inszeniert haben, um mit diesem Thema spielen zu können, um so möglichst viele Klicks zu erhalten.⁴¹

⁴⁰ Nora Burgard-Arp; Schleichwerbung bei YouTube und Instagram: Erste Abmahnwelle bedroht Influencer; in: www.meedia.de; veröffentlicht am: 23.06.17; <http://meedia.de/2017/06/23/schleichwerbung-bei-youtube-und-instagram-erste-abmahnwelle-bedroht-influencer/>; abgerufen am: 29.12.17

5.2 Zukunftsprognose

YouTube kann sich nicht auf seiner derzeitigen marktbeherrschenden Stellung ausruhen, denn kaum eine andere Branche ist so schnelllebig, wie das Geschäft mit Online Videos.

Doch YouTube ist gewappnet z.B. ist seit Oktober 2015 in den USA ein Premium-Streaming Service namens YouTube Red verfügbar. Nutzer können für 10 US Dollar im Monat Musikstreams und Serien mit YouTube Stars abonnieren und zwar werbefrei. Mit diesem Modell soll die Qualität der Inhalte gesteigert werden und langfristig ein Geschäftsmodell das unabhängig von Werbeeinnahmen ist aufgebaut werden. Der Großteil der dabei entstandenen Gewinne soll an die Kanalbetreiber ausgeschüttet werden.

Ebenso sollen YouTube Red Nutzer zusätzlich die Möglichkeit haben Videos lokal zu speichern und sie auch Offline ansehen zu können.

Mittlerweile ist YouTube dabei die Livestream Funktion auszubauen, damit in Zukunft auch per App unterwegs Livevideos gestreamt werden können. Dies ist bisher nur durch technisch relativen hohen Aufwand möglich und funktioniert bislang nur mit der YouTube Desktopversion.

Als Content Creator kann man also davon ausgehen, auch wenn der Video Ad Market auf YouTube strauchelt, dass es zukünftig immer noch möglich sein wird, auf YouTube Geld zu verdienen. Die Art und Weise wie man Geld verdienen kann wird sich zwar verändern aber dieser Weg ist nicht unbedingt schlechter, denn die Nutzung von Ad-Blockern, insbesondere bei den jüngeren Benutzern von YouTube steigt massiv an. Eine Subscription Service Basierte Plattform kann da sogar die bessere Einnahmequelle sein.⁴²

⁴¹ Klengan; Juliencos Antrag – Bibi sagt nein; in [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=AGWYuO0gCMY&t=14s); veröffentlicht am: 29.12.17; <https://www.youtube.com/watch?v=AGWYuO0gCMY&t=14s>; abgerufen am: 29.12.17

⁴² Christian Tembrink und Marius Szolysek; YouTube Marketing – Erfolgreich mit Online Videos; 1. Auflage; O'REILLY; 2017; S. 381-387

6 Optimale Herangehensweise für Nachwuchs-Videoproduzenten

6.1 YouTube Algorithmus/Rankingwert

YouTube liegt beim Ranking seiner Inhalte ein Algorithmus zugrunde der ähnlich wie bei Google funktioniert. Die Suchmaschinen bewerten beide mehrere Faktoren, um den jeweiligen Inhalten einen passenden Rankingwert zuzuordnen. Dieser errechnete Gesamtwert entscheidet bei passender Suchanfrage, ob und an welcher Position das Video in den Suchergebnissen zu sehen ist. Ist der Rankingwert sehr hoch, ist die Sichtbarkeit in der Suche automatisch besser und ein weiterer positiver Nebeneffekt ist, dass höhere gerankte Positionen auch öfter geklickt werden, als Videos die erst auf Seite zwei der Suchergebnisse gelistet werden.

Der Rankingwert setzt sich aus zwei verschiedenen Datentypen zusammen, zum einen aus den selbst beeinflussbaren Metadaten und den Nutzerinteraktionen.



Abbildung 3 : Video SEO

6.1.1 Metadaten

Sehr viel Einfluss hat der ‚Kanalbetreiber selbst darauf auf welcher Position er in den Suchergebnissen zu finden ist. Verschiedene Faktoren die für das Ranking relevant

sind, kann man direkt beeinflussen und auch die damit verbundene organische Sichtbarkeit und Reichweite des Videos optimieren.

Videotitel

Ein nichtssagender Titel ist weder für die YouTube Nutzer noch für den Algorithmus interessant. Beim Videotitel gilt generell die Philosophie: kurz und simpel. Mit maximal 120 Zeichen sollten die wichtigsten Schlüsselworte, die das Video beschreiben genannt werden, um den Nutzern und auch den Algorithmus der Videoplattform zu zeigen worum es im Video geht. Beispielsweise: Smokey Eyes – Anleitung, Tipps & Tricks vom Make-up Artist.⁴³

Ein Videotitel entscheidet darüber ob das Video in der YouTube Suche angezeigt wird oder nicht, und hat den größten Einflussfaktor darauf, ob ein Nutzer der das Video findet auch auf das Video klickt.

Wichtig ist es den Mehrwert des Videos im Titel zu nennen und nicht nur den Weg dorthin. Die meisten Zuschauer klicken auf ein Video, weil sie ein bestimmtes Ergebnis haben möchten.

Eine gute Möglichkeit hierbei ist es zum Beispiel den Weg und auch das Ergebnis in den Titel zu schreiben, wie z.B. „wie man einen Videotitel schreibt, der Klicks bekommt“ Hierbei wird der Mehrwert herausgehoben, aber auch der Weg dorthin ist beschrieben, wobei das Ergebnis der wichtigere Faktor ist.

Eine andere Möglichkeit ist es nur den Mehrwert in den Titel zu schreiben, dies bietet sich vor allem dann an, wenn die Erklärung zu kompliziert ist und nicht in einfachen Worten gesagt werden kann. z.B. „Lidschatten richtig verblenden und Lidstrich gerade ziehen für schöne Smokey Eyes“. Das macht natürlich keinen Sinn, hier ist es besser ausschließlich den Mehrwert in den Titel zu schreiben.

Bei einem Unterhaltungsvideo findet diese Strategie keine Anwendung, hierbei ist es am besten, wenn man den spannendsten Teil des Videos im Titel ankündigt. Dies funktioniert am besten in Verbindung mit dem dazugehörigen Vorschaubild.

⁴³ Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.1-2

Bei einem Vlog indem das Spannendste was passiert der Sturz von einem Baum ist, sollte das Video „Mein Sturz vom Baum“ heißen. Wichtig ist, dass die angekündigte Szene aber nicht direkt am Anfang gezeigt wird, sondern eher im hinteren Mittelteil, da die Zuschauer dann auf jeden Fall länger dranbleiben, zumindest bis zum „angekündigten“ Vorfall.⁴⁴

Beschreibungstext

Erweiternd zum Titel ermöglicht die frei definierbare Beschreibung, das Video mit zusätzlichen Informationen in verschiedenster Form wie Text oder Verlinkungen zu ergänzen.

Die wichtigsten Informationen sollte am Anfang des Textes erwähnt werden, da der Algorithmus nur die ersten 95 Zeichen berücksichtigt und auch nur diese permanent unter dem Video sichtbar sind. Die prägnanten Begriffe und Schlüsselwörter sollten in einen Leserfreundlichen Text eingefasst werden und am besten auch mit Absätzen und Umbrüchen gestaltet werden, um für Nutzer und Algorithmus möglichst attraktiv zu wirken.

Video – Dateiname

Wer glaubt, dass es irrelevant ist, wie die Videodatei benannt ist, bevor sie auf YouTube geladen wird, täuscht sich. Für ein möglich hohes Ranking ist es wichtig bereits bei der Benennung der Videodatei alles richtig zu machen, denn alle hierfür verwendete Begriffe werden durch den Algorithmus bereits zum bestimmen des Rankingwertes herangezogen.

Vermieden werden sollten daher unklare Dateinamen wie „3445_Smokey_Eyes“. Besser ist es den Videotitel genau mit inhaltlich relevanten Begriffen zu definieren wie „Tutorial_Anleitung_Howto_Tipps_Smokey_Eyes_schminken“. Auf diese Art und Weise erleichtern sie dem YouTube Algorithmus den Inhalt des Videos zu erfassen und besser einstufen zu können.

⁴⁴So geht YouTube; Wie du Videotitel schreibst die Klicks bekommen; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 12.08.16; ; <https://www.youtube.com/watch?v=NTWxu2tBheo&t=113s>; abgerufen am: 1.01.17

Thumbnail

Neben dem Titel und Beschreibungstext wird das Vorschaubild des Videos in den Suchergebnissen angezeigt, das sogenannte Thumbnail. Für die Algorithmen hat die Gestaltung des Vorschaubildes keine Bedeutung. Es ist allerdings neben dem Videoinhalt sehr entscheidend für Nutzerinteraktionen. Es ist am besten ein möglich Neugierde erregendes Thumbnail selbst in Photoshop oder anderen Bildbearbeitungsprogrammen zu erstellen und nicht die drei vorgefertigten Vorschläge die YouTube selbst anbietet zu verwenden.⁴⁵

Ein gutes Thumbnail ist für den Nutzer manchmal bedeutender, als der Videotitel selbst, ob das Video angeklickt wird oder nicht. Die essenziellste Aufgabe eines Thumbnails ist es aufzufallen, es soll den Blick des Zuschauers fangen, ihn neugierig machen und dazu bringen den Titel des Videos zu lesen damit anschließend das Video angeklickt wird.

Das Bild im Thumbnail sollte eine Möglichst hohe Auflösung haben, am besten HD, denn es wird ungern auf ein schlecht aufgelöstes Thumbnail geklickt. Am besten sollten Klare große Bilder zu sehen sein, denn es sollte von jedem Endgerät gut zu erkennen sein. Zu kleiner Text sollte ebenfalls vermieden werden, denn auf dem Handy Bildschirm ist auch dieser nicht gut leserlich und erkennbar.

Je auffälliger das Vorschaubild ist, umso höher sticht es dem Zuschauer ins Auge. Gut geeignet sind zum Beispiel große Farbflächen und hohe Kontraste, weil diese besonders herausstechen. Beliebt ist es auch Pfeile oder Kreise zu verwenden. Immer wiederkehrende Elemente auf den Thumbnails zu platzieren ist ebenso eine gute Strategie, da Zuschauer dann direkt am Vorschaubild erkennen können, zu welchem Kanal das Video gehört. Die Erstellung eines Thumbnails kann in jedem dafür geeigneten Bildbearbeitungsprogramm vorgenommen werden wie beispielsweise in Photoshop oder Gimp.⁴⁶

⁴⁵ Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.3-4

⁴⁶ So geht YouTube; YouTube-Thumbnail erstellen: So macht ihr perfekte Thumbnails! – Tutorial; in www.youtube.com; veröffentlicht am: 22.07.16;
https://www.youtube.com/watch?v=kkVMgtiWcZc&list=PLipJz-fzcvQWtdHO_gBT-MOqz6KZpUuTe&index=4 ; abgerufen am: 01.01.18

Tags

Wichtige Helfer, welche für den Algorithmus das Einschätzen des thematischen Schwerpunktes des Videos vereinfachen, sind Tags. Tags sind im Grunde genommen nichts anderes als Schlüsselbegriffe.

Neben Oberbegriffen wie (#Beauty #schminken #makeup) sollte man auch spezifische Begriffe wie (#Smokey Eyes, #Smokey Eyes schminken, #Lidschatten auftragen, #Lidschatten Tutorial, #Lippenstift, #Lippenstift auftragen) verwenden. Ebenso sind Pluralformen nie verkehrt (#Lippenstifte). Auch Synonyme sind hilfreich (#cateye, #cateye schminken). Ebenso kann es von Vorteil sein, Tags mit Rechtschreibfehler anzugeben die bei bestimmten Worten sehr üblich sind, da falls das falsch geschriebene Wort in die Suche eingegeben wird, trotzdem das Video vorgeschlagen wird, da es eben genau dieses falsche Wort in den Tags angegeben hat.⁴⁷

Ein weiterer Trick hierbei ist, Tags anderer erfolgreichen YouTube Videos, die vom selben Thema handeln zu übernehmen. Damit ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass man als Vorschlag neben dem Video erscheint, denn der Algorithmus berechnet, durch die Übereinstimmung der Tags, dass die Inhalte sehr ähnlich sein müssen und schlägt so das Video vor.

Um Tags anderer Videos einsehen zu können, muss man den Quelltext des Videos aufrufen. Dazu das gewünschte Video aufrufen und mit rechtsklick auf der Seite „Seitenquelltext anzeigen“ anklicken. Nun öffnet sich der Quelltext und man kann mithilfe der Suchfunktion (z.B. „strg + f“ bei Desktop PCs) den Suchbegriff „keywords“ eingeben

Dabei werden zwei Stellen mit diesem Begriff gefunden. An der zweiten Stelle kann man hinter „keyword“ nun alle Tags die der Videourheber angegeben hat kopieren und in die eigenen Tags hinzufügen, um damit die Wahrscheinlichkeit neben diesem Video angezeigt zu werden zu erhöhen.⁴⁸

⁴⁷Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.4-5

⁴⁸So geht YouTube; Mehr Klicks durch Diebstahl? ; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 24.10.16; <https://www.youtube.com/watch?v=CzC3ZWwgEa4&t=108s>; abgerufen am: 01.01.18

6.1.2 Nutzerinteraktionen

Mit den oben genannten Faktoren, bildet man den Grundstein für Nutzerinteraktionen, welche einen positiven Einfluss auf ihren Rankingwert hat. Je mehr Nutzerinteraktionen auf den Videos stattfinden, desto eindeutiger macht dies dem Algorithmus, dass diese Inhalte relevant für die Nutzer sind und der Rankingwert erhöht sich automatisch. Welche Faktoren dafür ausschlaggebend sind wird im Anschluss behandelt.

Aufrufe, Zuschauerbindung und Watchtime

Der vermutlich offensichtliche Faktor für die Bestimmung des Rankingwertes ist die Anzahl der Aufrufe. Von einem Aufruf wird dann gesprochen, wenn der Nutzer mindestens 11,5 Sekunden das Video verfolgt hat.

Doch nicht nur die bloße Aufrufzahl des Videos ist von Relevanz. Fast noch wichtiger ist die Zuschauerbindung, die Auskunft darüber gibt wie weit das Video angesehen wird, diese ist für den Algorithmus sehr wichtig um zu ermitteln wie relevant das Video für den Nutzer ist.⁴⁹

Die Zuschauerbindung gibt an wie weit ein einzelner Zuschauer das Video angesehen hat. Die Watchtime hingegen liefert Auskunft über die durchschnittliche Minutenwiedergabe eines Videos.

Da YouTube auch sehr stark nach der „Watchtime“ den Rankingwert berechnet, kann es von Vorteil sein längere Videos zu planen, denn hat man beispielsweise ein Video das zwei Minuten geht und die Zuschauerbindung beträgt etwa 50% so berechnet der Algorithmus eine „Watchtime“ von: Anzahl der Aufrufe mal einer Minute. Bei 10 Aufrufen wären das 10 Minuten.

Hat man jetzt ein 10-minütiges Video und die Zuschauerbindung beträgt ebenfalls 50% so ist aber die tatsächliche „Watchtime“ auf die YouTube sehr großen Wert legt viel höher: die Anzahl der Aufrufe mal fünf Minuten. Bei 10 Aufrufen wären dies 50 Minuten und ist im Vergleich zum kurzen Video um Faktor 5 höher.

⁴⁹ Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.6-7

Dieses Video ist folglich auch viel besser im Ranking, als das kürzere Video, obwohl die Zuschauerbindung dieselbe ist.⁵⁰

Einbettungen

Einbettungen bieten die Möglichkeit die Videos auch außerhalb von YouTube selbst aufmerksamkeitsstark zu präsentieren. Dies kann eine Website sein oder ein Blog. Deshalb empfiehlt es sich immer Einbettungen für alle Nutzer zu erlauben, damit die Videos auf anderen Webseiten eingebunden werden können. Alle Aufrufe egal, ob auf YouTube oder auf externen Webseiten wirken sich positiv auf den Rankingwert und die damit verbundenen organische Sichtbarkeit aus.

Teilen-Vorgänge, Kommentare, Bewertungen

Neben der Häufigkeit mit denen die Videos geteilt werden, nehmen auch Kommentare und Video Bewertungen, die über die Daumen hoch und Daumen runter Funktion durch Nutzer abgegeben werden, aktiven Einfluss.

Das Aktivieren der Abonnenten kann von Vorteil sein, denn die für den Algorithmus relevanten Nutzer Interaktionen können durch Bewertungen und aktive Abonnenten die einen Kommentar hinterlassen direkt nach dem hochladen gefördert werden.

Obwohl Nutzerinteraktionen für das Ranking sehr relevant sind, sollte man diese nicht versuchen zu fälschen. Die Suchmaschine bemerkt Spam oder gefälschte Interaktionen, dies kann wiederum zu einer negativen Auswirkung auf das Ranking führen.⁵¹

6.2 Kanalkonzept und Auftritt

Hat man den YouTube Algorithmus verstanden sollte man sich um den Auftritt seines Kanals kümmern.

⁵⁰So geht YouTube; schnell auf Nummer 1 in SEO ranken; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 04.08.17; <https://www.youtube.com/watch?v=2dsq891LiOg>; abgerufen am: 02.01.18

⁵¹ Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.7-9

Zu einem guten Kanalkonzept gehören viele Faktoren, denen man vor dem Upload des ersten Videos Zeit und Beachtung widmen sollte, um diese durchdacht und gut umzusetzen.

Kanalkonzept

Wie bereits schon in der Analyse der Kanalkonzepte von erfolgreichen YouTube zeigte ist dieses von essenzieller Wichtigkeit.

Bevor man startet sollte man seinen Kanal bereits klar konzeptionieren eine Hilfe hierfür bieten folgende Grundregeln die man beachten sollte um seine Chancen auf einen Erfolg um ein Vielfaches zu erhöhen.

Das wichtigste zuerst: Das Definieren des Zieles, dass man auf YouTube hat. Gibt es kein klar definiertes Ziel kann es auch nicht erreicht werden.

Ebenso ist es wichtig dem Kanal einen Mehrwert zu verleihen. Niemand schaut sich einen Kanal und dessen Videos an, wenn kein Mehrwert daraus gezogen werden kann. Daher sollte man genau darüber nachdenken, welchen Mehrwert der Kanal liefern soll.

Ein Mehrwert muss nicht immer aus lehrreichen Videos bestehen, in denen aktiv etwas gelernt wird und sinnvolle Informationen vermitteln werden, sondern ebenso kann aus emotionalen und inspirierenden Videos ein Mehrwert gezogen werden. Auch unterhaltende Videos, die einfach witzig oder auch verblüffend sind, stellen einen Mehrwert für den Zuschauer dar. Das wichtigste ist, dass man den individuellen Mehrwert seines Kanales definiert und weiß was dem Zuschauer geboten werden kann.

Essenziell wichtig ist es auch eine Zielgruppenanalyse durchzuführen für ein gelingendes Kanalkonzept. Mögliche Fragen hierbei könnten sein: Welche Videos schaut die Zielgruppe? Benutzen sie überwiegend mobile Endgeräte? Welche Socialmedia Plattformen sind für sie relevant? Generell gilt, umso mehr Informationen über die Zielgruppe bekannt ist, desto besser kann das Kanalkonzept darauf abgestimmt werden.

Neben der Zuschaueranalyse ist auch eine Konkurrenzanalyse von Vorteil. Andere Creator, die ähnliche Inhalte produzieren, können hilfreiche Informationen preisgeben. Was sind die meist geklicktesten Videos, was läuft schlecht was läuft gut? Wie ist der Kanal aufgebaut? Welche Formate funktionieren besser? Die Konkurrenz hat die Analyse bereits gemacht und liefert für neue Creator Informationen, welche Fehler vermieden werden können und womit man erfolgreich werden kann und dies selbst aufnehmen. Ebenso sollte man auf eventuelle Schwächen der Konkurrenz einen Blick

werfen, da hier potential ausgenutzt werden kann um es besser zu machen und sie zu schlagen.

Eine gute Planung der Struktur des Kanales ist ein weiterer Punkt der beachtet werden sollte. Es gibt drei Arten von Videos die auf einem Kanal immer zu finden sein sollten. Die erste Gruppe sind sogenannte Evergreens, das sind Videos die immer wieder relevant sind und ständig auf YouTube und Google gesucht werden.

Hier bietet es sich an Videothemen mit Lösungen zu gängigen Probleme zu produzieren. Das Hauptziel dieser Videos ist es neue Abonnenten dazuzugewinnen. Die zweite Art von Videos sind Serien oder feste Formate, regelmäßiger Content, der zum Beispiel wöchentlich veröffentlicht wird. Das Ziel dieser Videos ist es eine Erwartung beim Zuschauer aufzubauen, damit die Zuschauer immer wieder zum Kanal zurückkommen, um genau diese Videos anzuschauen. Zur letzten Kategorie gehören besondere Inhalte, die möglichst eine große Zielgruppe ansprechen. Dies kann beispielsweise ein Video zu einem großen Event sein oder ein sehr emotionales Liebesgeständnis etc.⁵²

Kanalname

Der Kanalname ist ein wichtiges Element des Kanals, er sollte potenziellen Besuchern verraten was sie erwarten und vorfinden können. Um beispielsweise einen Kanal zum Thema Beauty zu betreiben, sollte dies in den Namen einfließen.

Die Youtuberin „TheBeauty2Go“ hat ihr gesamtes Kanalkonzept im Namen dargestellt. Sie gibt Beauty Tipps die schnell und einfach nachzumachen sind, quasi zum schnell mal Mitnehmen.

Will man im Lifestyle Bereich Fuß fassen, ist es auch ausreichend seinen eigenen Namen als Kanalnamen zu verwenden wie „Felix von der Laden“. Da der Kanal mittlerweile ausschließlich von ihm und seinen Leben handelt ist dies ebenfalls passend.

Zwar lässt sich der Kanalname jederzeit ändern, doch sollte man dies nicht allzu oft tun. Angebracht wäre dies zum Beispiel bei einem geänderten Kanalkonzept.

⁵² So geht YouTube; 7 Regeln für ein YouTube-Konzept, das Erfolg garantiert; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 25.03.16; <https://www.youtube.com/watch?v=eHpsZF60muU>; abgerufen am: 02.01.18

Absolute No Goes sind wirre Zahlen und Buchstabenkombinationen, die nichts mit dem Kanalkonzept zu tun haben. Ebenso sollte vermieden werden unaussprechbare Namen vermieden werden.

Stattdessen sollte der Name einfach, kurz prägnant, merkbar und gut aussprechbar sein.

Absolut empfehlenswert ist es das Thema des Kanals in den Kanalnamen mit in den Namen einfließen zu lassen.

Kanalbild

Das erste was dem Besucher ins Auge fallen wird, ist das Kanalbild, deshalb sollte dies gerade wegen seiner prominenten Platzierung für alle Endgeräte optimal ausgerichtet sein, um einen professionellen YouTube Auftritt zu gewährleisten.

Generell ist die Gestaltung des Kanalbildes frei zu wählen, dennoch gibt es einige Wegweiser die hilfreich sein können.

Ideal ist es, wenn die Leistung die der Kanal dem Nutzer bringt, in den Vordergrund gerückt wird. Handelt es sich um einen Gaming Kanal der ein bestimmtes Spiel behandelt, so könnte ein Teil des Kanalbildes dieses zeigen. Geht es um einen Kochkanal so könnten Zutaten oder leckere Gerichte das Kanalbild schmücken.

Das Hervorheben von Informationen kann ebenfalls die Aufmerksamkeit erhöhen, beispielsweise hat Youtuberin Bibi das Hauptaugenmerk ihres Kanalbilds mit Informationen zu ihren individuellen Upload Zeiten bestückt.



Abbildung 4: Kanalbild von "BibisBeautyPalace"

Auf eine gute Lesbarkeit sollte immer geachtet werden, besonders auf den Smartphones sollte diese gewährt sein. Vermieden werden sollten zu kleine Bilder und Schriften.

Kanalinfo

Viele Youtuber vernachlässigen die Inhalte auf der Kanalinfo Seite, dabei haben diese Inhalte Auswirkungen auf die Auffindbarkeit des Kanals.

Am besten ist es, wenn eine kurze Vorstellung des Creators erfolgt und eine Beschreibung dessen, was der Kanal zu bieten hat und welche Inhalte präsentiert werden. Dabei sollten maximal 1000 Zeichen benutzt werden, in welchen Auskunft über den Kanal, die Videos und den Mehrwert des Contents angegeben wird.

Die ersten 145 Zeichen dieses Textes werden in der Google - und YouTube - Suche angezeigt, daher sollten zu Beginn die relevantesten Informationen vorliegen. Unbedingt sollten auch relevante Schlüsselworte benutzt werden, denn auch diese sind ein Ranking-Faktor für den Kanal.

Neben einer Vorstellung und Beschreibung des Contents können auch Uploadzeiten erwähnt werden, solange diese regelmäßig eingehalten werden.

Ebenfalls können unter dem Reiter „Links“ auf andere Social-Media Seiten hingewiesen werden. Wie z.B. Instagram, Facebook etc.⁵³

6.3 Equipment

Selbstverständlich ist ein gut strukturierter Kanal nicht alles um durchzustarten, es gibt neben dem Kanalkonzept einige technische Voraussetzungen, die ebenfalls gegeben sein müssen um kommerziellen Erfolg auf YouTube zu generieren. Eine gewisse Grundausrüstung ist von Nöten, um den technischen Anforderungen überhaupt gerecht werden zu können.

6.3.1 Kamera

Als erstes gilt es rauszufinden welche Kamera die geeignetste ist für die individuellen Bedürfnisse.

⁵³ Christian Tembrink und Marius Szolysek; YouTube Marketing – Erfolgreich mit Online Videos; 1. Auflage; O'REILLY; 2017; S. 93-95, 119

Je nach Genre und Nutzungsart empfehlen sich verschiedene Arten von Kameras. Es gibt die Möglichkeiten mit einer Videokamera zu filmen oder mit einer Fotokamera.

Während man sich bei einem klassischen Camcorder nicht um Schärfe und Belichtung kümmern muss da Automaten diese Arbeiten übernehmen, wird bei einer Fotokamera viel Wert auf manuelles Einstellen der Belichtungsparameter und auch der Schärfe gelegt, wie es Fotografen explizit auch erwarten.

Der Nachteil eines Camcorders ist jedoch, dass man damit eher schlechte Bilder schießen kann, denn das Fotografieren ist hier nur eine Zusatzfunktion. Auch ist ein „Cineastischer Look“ nicht unbedingt möglich, da eine sehr geringe Tiefenschärfe, wie bei einer Fotokamera, nicht möglich ist.

Eine Überlegung für eine Fotokamera ist also nicht abwegig, sondern kann je nach individuellen Bedürfnissen von Vorteil sein.

Generell gilt aber der Grundsatz, dass man nur mit einer Fotokamera filmen kann, mit welcher es möglich ist ernsthafte Bilder schießen zu können. Dies schließt eine Kompaktkamera aus, denn sie sind zwar geeignet für Schnappschüsse unterwegs, aber für eine hinreichende Qualität werden ausgewachsene Kameras benötigt.

Die meist genutzten Fotokameras auf YouTube sind die DSLR oder DSLM Kameras. Viele Youtuber filmen mit diesen Kameras, wenn sie einfach nur mit einem Stativ auf eine Szenerie filmen.

Lebt ein Kanal aber von bewegten Bildern, wie zum Beispiel bei einem Vlog-Channel, ist klar ein Camcorder zu empfehlen, da wie oben bereits genannt die Automaten für Bildschärfe und richtige Belichtung sorgen.

Zwar gibt es in neuen Fotokameras auch eine Autofokusooption während des Filmprozesses, aber dennoch sind die Automaten eines Camcorders immer noch schneller und konstanter. Außerdem ist ein Fotoapparat auch viel schwerer und weniger handlicher, da dieser eigentlich nur für eine Fotografie für einen kurzen Moment in der Hand gehalten werden muss. Hingegen ist ein Camcorder explizit für das Filmen gemacht und schneidet daher in punkto Handlichkeit und Gewicht viel besser ab.

Hierfür eignet sich dann wieder die sogenannten „Vlogging - Kameras“, welche nichts weiter sind als Camcorder mit einem Klappbaren Display, um sich selbst während des Filmens sehen zu können.⁵⁴

6.3.2 Mikrofon

Neben der geeigneten Kamera ist eine weitere Komponente von außerordentlicher Wichtigkeit: Der Ton. Meist ist dieser sogar noch wichtiger als das Bild, denn ein schlechtes Bild mit guten Ton ist viel ertragbarer, als es andersherum der Fall ist.

So gut wie jede Kamera ist mit einem eingebauten Mikrofon ausgestattet, dennoch empfiehlt es sich ein externes Mikrofon anzuschließen um für bessere Tonqualität zu sorgen.

Vor allem bei einer Fotokamera ist dies fast unumgänglich, da hier wenig Wert auf Ton gelegt wird, bei einem Camcorder ist die Tonqualität meist besser vertreten, aber auch verbesserbar.

Ist an der Kamera kein Mikrofon Anschluss vorhanden, so kann man alternativ auch ein externes Aufnahmegerät verwenden. Diese Methode erfordert aber einen zusätzlichen Arbeitsschritt, denn Bild und Ton muss anschließend wieder synchronisiert werden.

Weiteres Equipment das unbedingt am Anfang benötigt wird sind Speicherkarten, ein passendes Akkuladegerät für die Kamera, ein Stativ, einen individuell geeigneten Speicherkarten Leser oder je nach Kamera ein HDMI Kabel und ein Schnittprogramm, in welchem die Videos editiert werden können.⁵⁵

6.4 Nützliche Tipps für erfolgreiche Videos

Die Planung von Inhalten ist mit einer der wichtigsten Faktoren, um großartige Videos zu kreieren.

⁵⁴ Dennis Patrick Rühmer; Videofilmen - bessere Videos für Familie, YouTube und Co.; 1 Auflage; dpunkt. Verlag; 2014; S.13-14, 21-25

⁵⁵ Dennis Patrick Rühmer; Videofilmen - bessere Videos für Familie, YouTube und Co.; 1 Auflage; dpunkt. Verlag; 2014; S.39-40, 103-105

Leider bringt eine gute SEO mit einem hervorragenden Titel und einem tollen Thumbnail nichts, wenn die Zuschauer die Videos trotzdem nicht sehen wollen und sofort wieder wegschalten.

Nun gibt es aber einige Tipps, die bei der Planung eines Videos beachtet werden können, um vorher schon bewerten zu können wie gut die Inhalte auf YouTube ankommen werden.

Tipp Nummer eins die Bewertung der Teilbarkeit. Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Video von den Zuschauern geteilt wird?

Dies kann im Vorhinein bewertet werden. Der Mehrwert des Videos ist hier von großer Aussagekraft, der Mehrwert muss aber ein individueller für die Person die das Video teilt und für die Person die es erhält sein. Hierfür muss bewusst werden, welcher soziale Status bzw. welche Message steckt dahinter, wenn das Video geteilt wird und wie sich derjenige darstellt, der es teilt.

Ein Beispiel dafür, ist ein Video, das auf eine große Gefahr im Internet hinweist. Derjenige der das Video teilt hat die Intention seine Freunde oder Familienmitglieder zu schützen. Er stellt sich in diesem Fall also als Helfer dar.

Ebenso funktioniert dieser Effekt auch bei einem lustigen Video, denn dadurch kann sich derjenige der das Video teilt, selbst als lustiger und humorvoller Mensch darstellen.

Um die Wahrscheinlichkeit dieses Effektes zu erhöhen, bietet es sich an Videos zu erstellen die aktuellen Themen behandeln, die Tagesaktuell sind und viele Leute interessieren. Auch sind praktische, schnelle oder verrückte Tipps wertvoll, was auch den Erfolg von Tutorials erklärt.

Eine weitere Möglichkeit um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass ein Video geteilt wird ist, wenn mit dem Video ein bleibender Eindruck vermittelt wird und der Zuschauer regelrecht mitgenommen wird von der Thematik. Eine starke Meinung im Video oder berührende Videos, sowie starke Emotionen, die beim Zuschauer selbst ausgelöst werden, wie lachen und weinen, begünstigen die Wahrscheinlichkeit der Teilbarkeit.

Zur abschließenden Bewertung der Teilbarkeit ist es oft hilfreich, wenn der Content Creator selbst hinterfragt, ob er das Video teilen würde.

Dieses Vorgehen sollte am besten schon vor der eigentlichen Produktion in der Planungsphase durchgeführt werden, denn nach der eigentlichen Videoproduktion ist es schwierig die Fehler auszumerzen.⁵⁶

Tipp zwei: Kontinuität. Wie bereits schon festgestellt, ist Kontinuität unglaublich wichtig für einen YouTube Kanal. Dies bedeutet auch neben dem regelmäßigen Upload von Videos, dass die Kontinuität in den Videos selbst zu finden ist. Das heißt auch im Aufbau der Videos und den Formaten, sowie in den Upload Zeiten. Konkret gemeint ist der Aufbau eines Videos, wiederkehrende Formate und feste Upload Zeiten.

Es ist sehr stärkend für einen Kanal, wenn feste Formate existieren, die kontinuierlich wiederholt werden. Zum Beispiel ein regelmäßiges Format in dem Zuschauerfragen beantwortet werden. Ebenso kann es von Vorteil sein, wenn man eine Video Serie beginnt zum Beispiel. wird in jedem Video ein anderer Tipp zu einem bestimmten Thema bereitgestellt, findet das Thema anklang, so werden wahrscheinlich mehrere Videos hierzu angeschaut.

Wichtig ist auch der Aufbau der Videos, dieser sollte auch immer derselbe sein, damit erzielt man eine Erwartungshaltung beim Zuschauer, er weiß was auf ihn zukommt und kann sich so auf jedes neue Video freuen.

Am besten ist es einen Upload Plan zu machen, der fest regelt, wann welches Video online kommt. Zu empfehlen ist auch, dass man Wochentagen einem festen Format zuordnet. Z.B. könnte sonntags immer ein Vlog der vergangenen Woche online kommen und mittwochs gibt es ein Produkttest.⁵⁷

Tipp drei befasst sich mit der Verständlichkeit der Videos. Dies ist ein besonders wichtiger Punkt bei Serienvideos die aufeinander aufbauen. Es ist immer möglich, dass ein neuer Zuschauer ein aktuelles Video sieht und noch nie zuvor ein anderes gesehen hat. Wichtig zu beachten, um zu gewährleisten, dass jeder ein Video verstehen kann sind die folgenden Punkte:

- Am besten ist es, schon bei der Planung des Videos den potenziellen neuen Zuschauer im Hinterkopf zu behalten.

⁵⁶ So geht Youtube; Wie du YouTube-videos drehst, die geteilt werden; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 01.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=Sz-vwPlujNo&list=PLipJz-fzcvQU0DYCNCDV3pczGbHBt0beN> 1

⁵⁷ So geht YouTube; Wie du durch Kontinuität Zuschauer zu Fans machst; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 08.04.16; https://www.youtube.com/watch?v=i15_LCB1EVQ ; abgerufen am: 03.01.18

- Falls sich auf vorherige Videos bezogen werden muss, sollte keine Information aus dem vorherigen Video als gegeben angenommen werden. Am einfachsten ist ein Verweis auf das alte Video zu erwähnen, damit sich der Zuschauer gegeben Falls das Hintergrundwissen hinzuziehen kann.
- Eine weitere Möglichkeit besteht darin, kurz die wichtigsten Punkte noch einmal zu wiederholen.⁵⁸

Eine Sache die YouTube so großartig macht ist wie bereits erwähnt, dass die Plattform auch gleichzeitig ein soziales Netzwerk ist und mit seinen Zuschauern interagieren kann. Das Feedback, dass man in den Kommentaren automatisch generiert, sollte dann auch genutzt und darauf eingegangen werden.

Um die Aktivität unter den Videos möglichst hoch zu halten, sollte man in den Videos immer direkt zu den Zuschauern sprechen. Dadurch erlangt man beim Zuschauer, das Gefühl, er sei in einer Konversation mit dem Menschen vor der Kamera. Dies wirkt sich positiv auf die Bindung von Zuschauer und Creator aus und bringt den Abonnenten näher an den Produzenten heran.

Außerdem ist es immer gut die Zuschauer aktiv mit einzubeziehen. Man kann einige Fragen stellen, welche die Zuschauer in den Kommentaren nun beantworten können, wenn sie sich austauschen möchten. Generell kann man so auch auf neue Thematiken stoßen, die man in künftigen Videos behandeln könnte. Explizit nach Videowünschen oder Ideen fragen ist wertvoll. Auch explizites Nachfragen nach Feedback kann sehr hilfreich sein um den Content stets zu verbessern.

Das gibt dem Zuschauer zusätzlich das Gefühl, dass er Teil des Video Erstellungsprozesses ist und er selbst Einfluss auf die „Marke“ hat. Dadurch verstärkt man die Bindung zu den Zuschauern immens.

Ebenfalls ist es auch wichtig selbst mit den Leuten zu interagieren. Wenn im Video eine Frage gestellt wurde und Nutzer beantworten diese, dann sollte der Kommentar beantwortet werden. Generell Fragen in den Kommentaren zu beantworten, solange dies noch möglich ist, ist stets von Vorteil.

⁵⁸So geht youTube; Wie du Videos drehst, die jeder versteht; in www.youtube.com; veröffentlicht am: 15.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=1fRYleSOzhl> ; abgerufen am: 03.01.18

Man kann allerdings noch einen Schritt weitergehen und auf Fragen und Kommentare eines vorherigen Videos in einem neuen Video eingehen. Auch wenn ein Zuschauer eine Videoidee hatte und diese umgesetzt wird, so sollte der Kommentarschreiber auf jeden Fall im Video erwähnt werden und darauf hingewiesen werden, dass dieser Zuschauer zu dieser Idee gekommen ist. Ein regelmäßiges Format, dass auf Zuschauerfragen eingeht ist daher ebenfalls empfehlenswert, da es eine intensive Bindung zu seinen den Zuschauern aufbaut.⁵⁹

Den letzten und auch wichtigsten Tipp für die Erstellung von guten Videoinhalten betrifft die Authentizität.

YouTube ist ein soziales Netzwerk und auf einem solchen ist es den Menschen immer besonders wichtig sich miteinander verbunden zu fühlen.

Der Grundbaustein um wirklich die Herzen der Zuschauer zu gewinnen ist ein authentisches Auftreten. Die Menschen wollen mehr darüber wissen was den Creator ausmacht, was die Kernwerte dessen sind und warum er tut was er tut.

Nur wer authentisch ist, kann es wirklich schaffen, dass sich die Zuschauer mit einem verbunden fühlen.

Daher sollte man Inhalte produzieren die inspirierend sind und bei dem man die Leidenschaft die dahinter steckt spüren kann. Jeder Zuschauer merkt ob ein Creator authentisch mit Herzblut bei der Sache ist oder ob jemand nur halbherzig dabei ist und nur aus Marketing Gründen Videos produziert.

Daher sollte man immer danach streben, in jedem seines Videos authentisch zu sein und auch hinterfragen ob die Leidenschaft überspringt, oder man eher gelangweilt aussieht.

Authentisch zu sein ist vor allem hilfreich bei Themen, für die der Creator selbst ein großes Interesse empfindet, hinter welchen er selbst steht und für die er echte Leidenschaft besitzt.

Um eine Thematik zu behandeln, bei der sich das eigene Interesse in Grenzen hält so kann es hilfreich sein einen Freund oder sogar einen Experten zu diesem Thema mit-

⁵⁹ So geht YouTube; Die Interaktion der Zuschauer mit den Videos erhöhen; in www.youtube.com; veröffentlicht am: 29.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=fNZkd4KTbtA> ; abgerufen am: 03.01.18

einzu beziehen, der wirklich authentisch Interesse am Thema hat. Dies erhöht un-
gemein die Glaubwürdigkeit der Videos.

Ebenfalls könnte es sich positiv auf die Authentizität auswirken, wenn ein Video ge-
dreht wird und erklärt, warum überhaupt diese Art von Videos produziert werden und
wieso dieser YouTube Kanal geführt wird. Solch ein Video bietet sich auch sehr gut für
einen Kanaltrailer an, welcher immer auf der Startseite für neue Zuschauer angezeigt
wird.

Dass aller wichtigste zuletzt. Videos zu drehen und zu produzieren sollte Spaß ma-
chen. Nur wenn dem Creator abgenommen wird, dass er Spaß am Video drehen hat,
wirkt er authentisch.

Menschen abonnieren Menschen und eben keine Geschäftsmodelle.⁶⁰

⁶⁰ So geht YouTube; Das aller Wichtigste für erfolgreiche YouTube Videos; in: www.youtube.com ; veröf-
fentlicht am: 06.05.16; <https://www.youtube.com/watch?v=w19fvq7P8AU> ; abgerufen am: 03.01.18

7 Fazit

Generell ist es möglich YouTube als Arbeitgeber wahrzunehmen und kommerziellen Erfolg durch die Plattform zu erlangen

Jeder Nachwuchsvideoproduzent kann eine Partnerschaft mit YouTube erreichen. Die Anforderungen und Leistungen, die für eine Bewerbung zu erbringen sind, sind mit Disziplin schnell erreicht.

Die Erlösmöglichkeiten auf YouTube sind gut, jedoch am Anfang nicht ausreichend um davon leben zu können. Ist allerdings eine gewisse Anzahl von Abonnenten vorhanden und eine stabile Community erreicht, so ist ein überdurchschnittlich hoher Verdienst nicht auszuschließen.

Überstürzt den sicheren Job an den Nagel hängen ist keine Option, aber es gibt in Deutschland mittlerweile über 80 Kanäle mit mehr als einer Millionen Abonnenten. Schon mit weitaus weniger Verfolgern lässt sich von den Einnahmen leben, je nachdem, wie geschickt sich der Creator mit der Vermarktung seiner Selbst anstellt. Wird nicht nur durch Klickzahlen Geld verdient, sondern auch durch Unternehmen, die zu Sponsoren werden oder Produktplatzierungen, lassen sich die Einkünfte deutlich erhöhen. Das Geschäft mit der Werbung ist vielschichtig und kann auf vielen Wegen genutzt werden.

Die wichtigsten vier Wegpfeiler für eine erfolgreiche YouTube Karriere sind ein striktes Kanalkonzept, Kontinuität, Sympathie und Authentizität. Wird zudem noch auf die Zuschauer direkt eingegangen und aktiven Austausch mit der Community über Kommentare und andere Soziale Netzwerke betrieben, so sind die wichtigsten Dinge gegeben.

Mit absolut jeder Thematik kann man YouTube erfolgreich nutzen. Die Unterschiedlichen Genretypen zeigen dies. Der Mehrwert einer Videoproduktion kann sowohl aus reiner Unterhaltung, aus Wissen oder auch aus beidem bestehen. Während LeFloid seine Thematik oft mit soziakritischen Content anreichert, setzt Bibi, die größte Youtuberin Deutschlands, völlig auf Unterhaltung.

Alle anderen Faktoren werden von dem YouTube Algorithmus bestimmt, welche aber ganz leicht und vor allem auch eigenbestimmt so angepasst werden können, um die optimalen Voraussetzungen zu schaffen.

Berücksichtigt man diese Faktoren und legt Disziplin an den Tag, so ist die Wahrscheinlichkeit ziemlich groß ein erfolgreiches YouTube Business zu führen und auch YouTube als Arbeitgeber zu sehen.

Auch künftig scheint die Aussicht darauf mit YouTube Geld zu verdienen gegeben zu sein, die Plattform entwickelt sich immer weiter und scheint nicht im Laufe der Jahre abzustürzen.

Die wichtigste Zutat für Erfolg liegt aber beim Youtuber selbst. Wer großartige Inhalte der Plattform hinzufügt, Videos die mitreißen, bewegen oder absolut lustig sind und mit Leidenschaft dabei ist, hat große Chancen als Newcomer Videoproduzent Fuß im Online Video Geschäft zu fassen.

Literaturverzeichnis

Joachim Huber; Raus aus dem Pay – TV – Ghetto - MTV wieder frei empfangbar; in: <http://www.tagesspiegel.de>; veröffentlicht am 15.12.17;

<http://www.tagesspiegel.de/medien/raus-aus-dem-pay-tv-ghetto-mtv-wieder-frei-empfangbar/20717346.html>;

Christian Tembrink und Marius Szolysek; YouTube Marketing – Erfolgreich mit Online Videos; 1. Auflage; O´REILLY; 2017; S. 17-24

YouTube Definition; in: www.famefact.com; <http://www.famefact.com/glossar-online-marketing/youtube-definition/>

Was ist YouTube?; in: <http://www.madsack-market-solutions.de> ; <http://www.madsack-market-solutions.de/glossar/youtube/>

Joachim Gerloff; Erfolgreich auf YouTube – Social-Media_Marketing mt Online – Videos; 1.Auflage; mitp Hüthig Jehle rehm GmbH; 2014

Nicole Markwald; Die YouTube Erfolgsgeschichte begann im Zoo; in: www.ndr.de; veröffentlicht am: 12.12.15;https://www.ndr.de/nachrichten/netzwelt/Die-YouTube-Erfolgsgeschichte-begann-im-Zoo_youtube1210.html

YouTube Hilfe - YouTube Partnerprogramm Überblick; in: www.support.google.com; <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de>

Richtlinien und Sicherheit; in: www.youtube.com; <https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/policies/#community-guidelines>;

Klengan; Wie viel verdient man mit Youtube; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 22.01.17; https://www.youtube.com/watch?v=76_9EgGVPjk

AdSense Hilfe- Mit deinen Videos ,Geld verdienen; in: www.support.google.com; <https://support.google.com/adsense/answer/72857?hl=de>;

YouTube-Hilfe; Produktplatzierungen und Produktempfehlungen; in: www.support.google.com; <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=de>

Erwin Lammenett; Praxiswissen Online- Marketing; 4. Auflage; Springer Gabler Verlag; 2014

Werbekostenerstattungstabelle für das EU Partnerprogramm; in:
www.partneret.amazon.de; <https://partneret.amazon.de/help/operating/schedule>

Herr Saerbeck; Kunst-Urheber-Gesetz; Vorlesungsmaterial; Folien im Anhang

Herr Saerbeck; Urheberrecht; Vorlesungsmaterial; Folien im Anhang

Product Placement: Welche Bedeutung haben Produktplatzierungen für Influencer?; in:
www.urheberrecht.de; <https://www.urheberrecht.de/product-placement/>

Tim Aschermann; YouTube Impressumspflicht - Das sollten Sie wissen; in: www.
<http://praxistipps.chip.de>; veröffentlicht am: 13.04.15; http://praxistipps.chip.de/youtube-impressumspflicht-das-sollten-sie-wissen_40141

LeFloid; in: www.youtube.com; <https://www.youtube.com/user/LeFloid/about>

LeFloid; Manipulation durch Werbung; in: www.youtube.com; veröffentlicht am:
06.02.10; <https://www.youtube.com/watch?v=B-3KH24UWHU>

LeFloid; Fantasie!!! (?); in www.youtube.com; veröffentlicht am: 24.02.10;
https://www.youtube.com/watch?v=gu_uDh1h6G8

LeFloid; wie man 75 Millionen Euro im Müll verliert.; in: www.youtube.de; 07.12.17;
<https://www.youtube.com/watch?v=BSWLKd8Bnk&t=677s>

Markus Lanz Interview; „Angela Merkel hat mich benutzt“; in: www.youtube.com ;
19.08.15; <https://www.youtube.com/watch?v=TCeocT0RrpY>

BibisBeautyPalace; Kanalinfo; in: www.youtube.com;
<https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/about>

BibisBeautyPalace; Haare an der Kopfhaut flechten; in: www.youtube.com; veröffent-
licht am: 02.12.2012; <https://www.youtube.com/watch?v=KTFvCoKxEbo>

BibisBeautyPalace; Videos mit größter Beliebtheit; in: www.youtube.com;
<https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace/videos?flow=grid&view=0&sort=p>

Kato; 10 Erfolgsgeheimnisse von „BibisBeautyPalace“; in: www. <http://innocentglow.de>;
veröffentlicht am: 29.05.15; <http://innocentglow.de/10-erfolgsgeheimnisse-von-bibis-beauty-palace/>

BibisBeautyPalace; Ihr werdet es nicht glauben!..Mein größtes Projekt!; in:
www.youtube.com; veröffentlicht am: 12.11.17;
<https://www.youtube.com/watch?v=E63qdo4d3z8>

Felix von der Laden; Kanalinfo; in: www.youtube.de;
<https://www.youtube.com/user/DnerMC/about>

Felix von der Laden; Ein Tag im Leben von Felix; in: www.youtube.de; veröffentlicht
am: 27.11.16; <https://www.youtube.com/watch?v=ZoKOzsndGJc>

Marie Sophie Pelc; Studie: darum sind Let´s Play-Videos so beliebt!; in:
www.netzfeuilleton.de; veröffentlicht am: 17.08.18; <http://netzfeuilleton.de/studie-darum-sind-lets-play-videos-so-beliebt/>

Nana Brink; Video Künstler und ihre Verantwortung – Wird YouTube bald zum Müllplatz; in: www.deutschlandfunkkultur.de; veröffentlicht am: 19.08.16;
http://www.deutschlandfunkkultur.de/video-kuenstler-und-ihre-verantwortung-wird-youtube-bald.1008.de.html?dram:article_id=363490

Jakob Koch; Als das Bomben-Video gezeigt wird, lacht ApoRed noch immer; in:
www.welt.de; veröffentlicht am: 18.10.17;
<https://www.welt.de/regionales/hamburg/article169750585/Als-das-Bomben-Video-gezeigt-wird-lacht-ApoRed-noch-immer.html>

Nora Burgard-Arp; Schleichwerbung bei YouTube und Instagram: Erste Abmahnwelle bedroht Influencer; in: www.meedia.de; veröffentlicht am: 23.06.17;
<http://meedia.de/2017/06/23/schleichwerbung-bei-youtube-und-instagram-erste-abmahnwelle-bedroht-influencer/>

Klengan; Juliencos Antrag – Bibi sagt nein; in www.youtube.com; veröffentlicht am:
29.12.17; <https://www.youtube.com/watch?v=AGWYuO0qCMY&t=14s>

Christoph Seehaus; Video Marketing mit YouTube – Video Kampagnen strategisch planen und managen; 1.Auflage; Springer Gabler Verlag; 2016; S.1-2

So geht YouTube; Wie du Videotitel schreibst die Klicks bekommen; in:
www.youtube.com; veröffentlicht am: 12.08.16;
<https://www.youtube.com/watch?v=NTWxu2tBheo&t=113s>

So geht YouTube; YouTube-Thumbnail erstellen: So macht ihr perfekte Thumbnails! – Tutorial; in: www.youtube.com; veröffentlicht

am:22.07.16;https://www.youtube.com/watch?v=kkVMgtiWcZc&list=PLipJz-fzcvQWtdHO_gBT-MOqz6KZpUuTe&index=4

So geht YouTube; Mehr Klicks durch Diebstahl? ; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 24.10.16; <https://www.youtube.com/watch?v=CzC3ZWwgEa4&t=108s>

So geht YouTube; schnell auf Nummer 1 in SEO ranken; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 04.08.17; <https://www.youtube.com/watch?v=2dsq891LiOg>

So geht YouTube; 7 Regeln für ein YouTube-Konzept, das Erfolg garantiert; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 25.03.16; <https://www.youtube.com/watch?v=eHpsZF60muU>

Dennis Patrick Rühmer; Videofilmen - bessere Videos für Familie, YouTube und Co.; 1. Auflage; dpunkt. Verlag; 2014

So geht Youtube; Wie du YouTube-videos drehst, die geteilt werden; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 01.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=Sz-vwPlujNo&list=PLipJz-fzcvQU0DYCNCDV3pczGbHBt0beN> 1

1 So geht YouTube; Wie du durch Kontinuität Zuschauer zu Fans machst; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 08.04.16; https://www.youtube.com/watch?v=i15_LCB1EVQ

So geht youTube; Wie du Videos drehst, die jeder versteht; in www.youtube.com; veröffentlicht am: 15.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=1fRYleSOzhl>

So geht YouTube; Die Interaktion der Zuschauer mit den Videos erhöhen; in: www.youtube.com; veröffentlicht am: 29.04.16; <https://www.youtube.com/watch?v=fNZkd4KTbtA>

So geht YouTube; Das aller Wichtigste für erfolgreiche YouTube Videos; in: www.youtube.com ; veröffentlicht am: 06.05.16; <https://www.youtube.com/watch?v=w19fvq7P8AU>

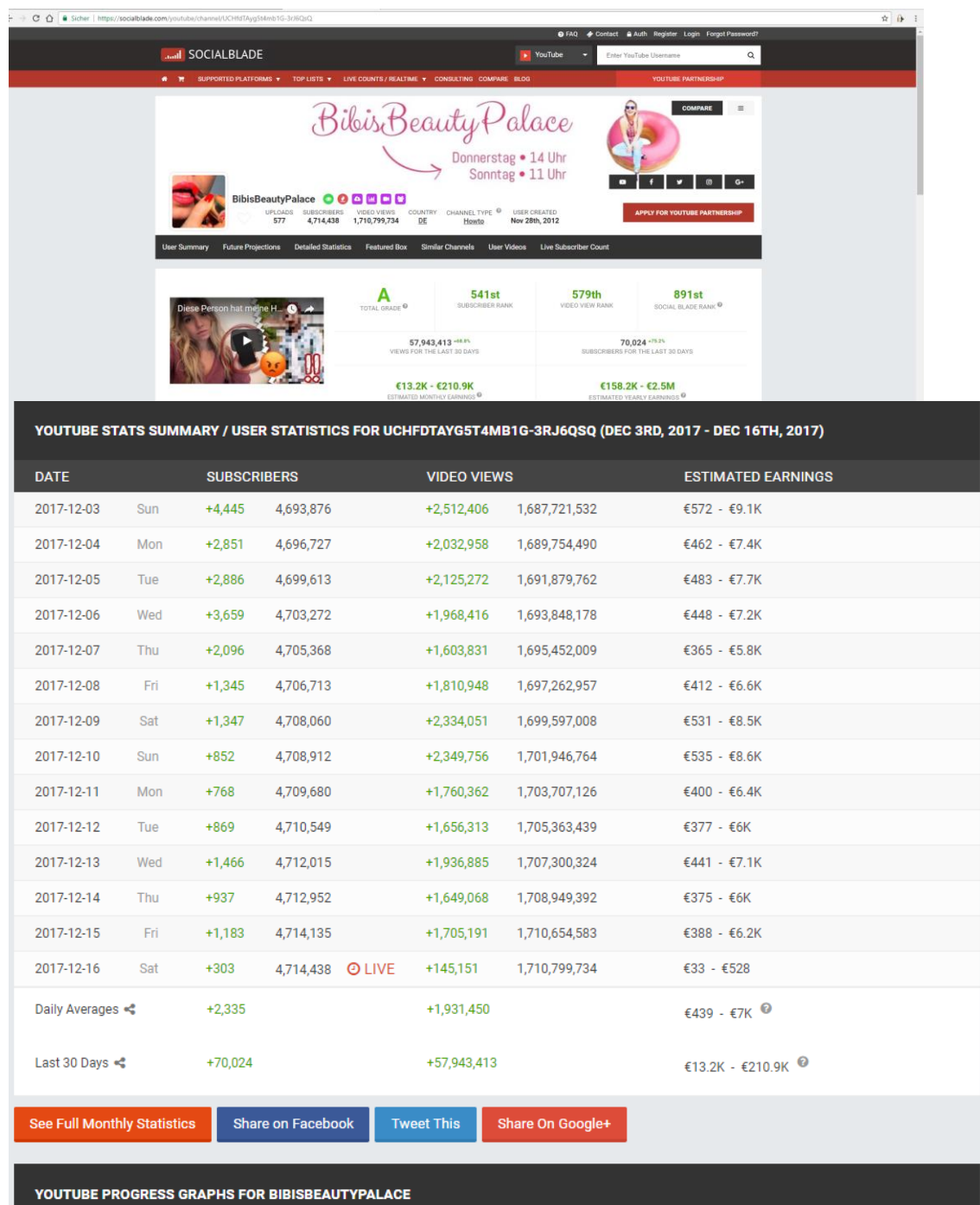
Anlagen

Beispielrechnung zu AdSense Einnahmen „BibisBeautyPalace“:

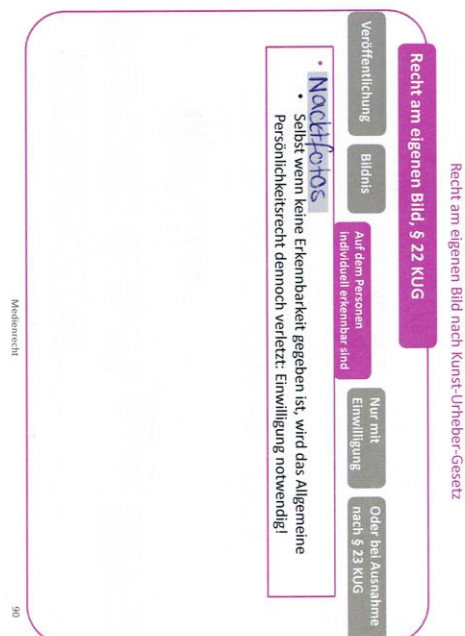
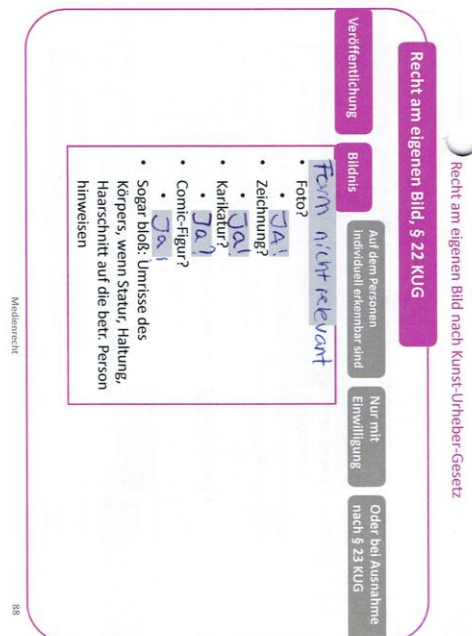
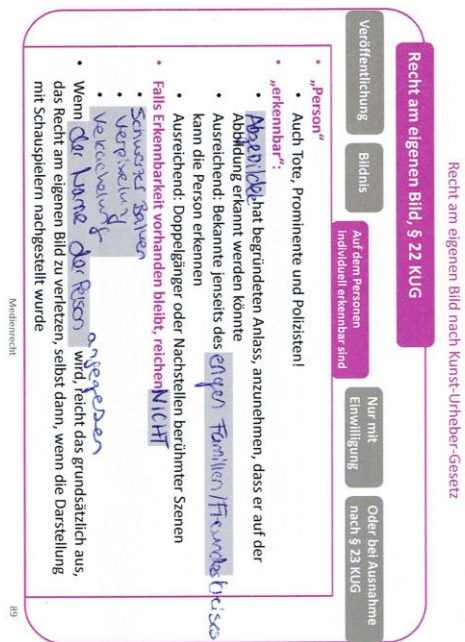
57.943.413 Aufrufe – 40% Adblock-Verwendung = 34.766.047

34.766.047 x 3€ (CPM) = 104.298 € Umsatz

104.298 € - 45% (Anteil YouTube) = 57.363€



Kunst-Urheber-Gesetz:



Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• § 22 KUG

- Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.
- Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt.

Medienrecht

91

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• Einwilligung von wem?

- Von allen Abgebildeten erforderlich
- Fall:
- Einer der Abgebildeten gibt Ihnen ein Foto und sagt, die Anderen Abgebildeten wären damit einverstanden, dass das Bild gedruckt wird. Was, wenn er lügt und Sie das Bild zeigen?
- Verletzung des Rechts am eigenen Bild!

Medienrecht

92

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• Zeitpunkt der Einwilligung?

- Vor der Aufnahme?
- Ja!
- Während der Aufnahme?
- Ja!
- Nach der Aufnahme?
- Ja!

Medienrecht

93

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• Form der Einwilligung?

- Keine bestimmte Form
- Empfehlenswert für späteren Nachweis: Schriftform
- Ausreichend: Mündlich
- Ja
- Beispiel: Postieren für Presse
- Beispiel: Auskunft für Kameramann
- Aber: Nur wenn Funktion u. Vor der Veröffentlichung erkennbar
- Beispiel: Nicht gedeckt: überraschende Frage über strafbares Verhalten
- Beispiel: grds. nicht gedeckt: Beitrag, der sich über interviewte lustig macht

Medienrecht

94

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Reichweite der Einwilligung

- Ergibt sich aus Sinn und Zweck, den die Beteiligten verfolgt haben

- z.B.: Fotos mit Bezug auf Ereignis
 - Einverständnis nur für *Beitraglichkeit, wo dieses Ereignis*
- z.B.: Zustimmung zur Veröffentlichung von Nacktfoto in Biologiebuch
 - *Keine Zustimmung zur Ausstrahlung des Fotos Jahre später im Fernsehen*
- z.B.: Kumpel erlaubt uneptentliche Veröffentlichung seiner Bilder.
 - *Nein: Entzaten ist Verwendung in "Partnerreise"*
- z.B.: Hochzeitspaar erlaubt Presse, Fotos zu machen.

96

Medienrecht

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

„Wie komme ich da wieder raus“ – kann ich die Einwilligung rückgängig machen?

- Ja, wenn ich betrunken / auf Drogen war („wenn die Einwilligung in einem vorübergehend die freie Willensbetätigung ausschließenden Zustand abgegeben wurde“).
- Ansonsten:
 - Ja bei Irrtum über Inhalt oder Reichweite
 - Ja bei Abgabe unter Drohung oder Täuschung
 - Meistens ja: Bei wichtigem Grund
 - Sonst: Frage des Einzelfalls
 - Aber: In all diesen Fällen (außer Drohung/Täuschung): Der Abgebildete muss ggf. Schadensersatz leisten, weil er einen wirtschaftlichen Schaden hervorgerufen habe.

96

Medienrecht

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Minderjährige

- Einwilligung der gesetzlichen Vertreter notwendig
- *Ab 14 J. geschäftig*
- Denn: *Ab 14* kann davon ausgegangen werden, dass Minderjährige die Reichweite der Entscheidung überblicken.

97

Medienrecht

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Tote

- Bis *10 Jahre* (§ 22 S. 2, 3 KUG):
 - Einwilligung von Ehegatte *und* Kindern *gemeinsam* notwendig
 - wenn kein Ehegatte/ keine Kinder: Einwilligung *der Eltern*
 - Wenn auch keine Eltern: Veröffentlichung grds. *frei*, solange keine Verletzung des postmortalen Persönlichkeitsrechts
- Nach *10 Jahre*
 - Vorsicht, ggf. noch Schutz aus postmortalem Persönlichkeitschutz gegen Angriffe auf die Menschenwürde, also
 - Gegen Erniedrigung, Brandmarkung, Ächtung, Verfolgung
 - Gegen Herabwürdigung in Menschenwürde verletzender Weise
 - Dieser Schutz wird schwächer, je länger der Tod zurück liegt

98

Medienrecht

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

- Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG
- Fall: „Zocker“
 - Der „Stern“ druckt Foto eines Mannes beim Ausfüllen eines Wettscheins, Überschrift:
 - „Zockers Traum vom Todsicheren Tip. Am Tresen des Baden-Badener Wettbüros fühlt einer schnell noch seinen Schein aus. Die geplatzten Träume der anderen pflastern bereits den Boden. Die Rennvereine passen schon auf, dass von den 170 Millionen Mark Einsatz im Jahr nicht zu wenig in ihren Kassen bleibt.“
 - Der Abgebildete hatte für den Pressefotografen bewusst posiert.
 - Nun jedoch will er nach der Veröffentlichung Schmerzensgeld

Medienrecht

99

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

- Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG
- Lösung: Zocker
- Schmerzensgeld, wenn KUG verletzt wurde
 - KUG wurde verletzt, wenn keine Einwilligung vorlag
 - Hier: *keine Einwilligung zu dieser Form* der Veröffentlichung mit Darstellung als „Zocker“ – als besessener, leichtfertiger Spieler – stellt eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts dar

Medienrecht

100

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

- Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG
- § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse
 - (1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
 1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
 - (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

101

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

- Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG
- § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse
 - (1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
 1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
 - (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

102

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

„Zeitgeschichte“

- alle Ereignisse, die *öffentlich* *aktuell* *gesamtheit* finden, soweit die Aufmerksamkeit nicht nur auf Schaulust und Neugier beruht
- politisches, soziales, wirtschaftliches und kulturelles Leben

„relative Person der Zeitgeschichte“

- Abbildung einer Person bei Bericht über Ereignis der Zeitgeschichte

Medienrecht

103

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

„Ältere Kategorie: „absolute Person der Zeitgeschichte“

Über interessante Person, an der Publikum ein besonderes Interesse hat, dürfte mit Bild berichtet werden.

Der EUGHMR hat jedoch in seiner „Caroline“-Entscheidung diese Fallgruppe faktisch abgeschafft:

Laut EUGHMR ist Bildnis ohne Einwilligung nur OK, wenn der Bericht

- ein Ereignis von **zeitgeschichtlicher Bedeutung** betrifft
- **Abwägung** ergibt, dass das Informationsinteresse der Öffentlichkeit das Schutzinteresse überwiegt (v.a.: nicht bloß Neugier vorliegt)

v.a. noch: Politiker; Unstimmigkeit zwischen öff. Selbstdarstellung und Realität

Medienrecht

104

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Beispiele aus Monaco

- Bild der Fürstenfamilie anlässlich der Erkrankung des Fürsten
→ OK
- Bild der Fürstenfamilie bei Erkrankung von Ernst August
→ *Nicht OK, kein Informationsinteresse*
- Bild von Caroline beim Reiten, Einkäufen, im Skilaub, unter Freunden
→ *Nicht OK*
- Bild von Carolines Villa, Text: „Die Reichen und Schönen werden sparsam – Caroline vermietet ihre Villa
OK, da *Informationsbedarf*“

Medienrecht

105

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Übungsfall Springreitern

Die Welt am Sonntag bringt einen Artikel über die Teilnahme der 16 und 17 Jahre alten Töchter von Caroline von Monaco an einem Springreitturnier in Paris mit Bild der Mädchen.

Der Text beschreibt nicht nur, dass die beiden reiten. Er schreibt auch von den „Glamourprinzessinnen der Zukunft“, denen die internationale High Society derzeit die größte Aufmerksamkeit schenken dürfte. Können die Töchter die Verbreitung des Bildes, das sie auf ihrem Pferd zeigt, verbieten?

Medienrecht

106

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG

Lösung

- Einwilligung der Minderjährigen **Landes** Eltern notwendig.
- Hier: Nicht gegeben.
- Einwilligung entbehrlich wegen § 23 KUG?
- Ist die Sportveranstaltung ein Ereignis der Zeitgeschichte?
 - **Ja**
- Bezieht sich der Artikel auf dieses Ereignis?
 - **Faktisch Nein**
- Muss also Verwendung hingenommen werden?
 - **Nein**

Medienrecht

107

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG

- § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse
(1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
 1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als **Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit** erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

108

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG

Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit

- Bilder einer Landschaft oder „sonstiger Örtlichkeit“
- Geprägt durch:
 - **Darstellung des Ortes**
 - Nicht durch: **Personenabbildung**
- Die abgebildete Person **geht nicht die Aufmerksamkeit auf sich**
- Kontrollfrage: Könnte die Personenabbildung auch **entfallen** dass sich der Charakter des Bildes wesentlich verändert?

Beispiele:

- Fabrikgelände mit Gebäuden, Maschinen und Containern, dazwischen Mitarbeiter
- **Universitätscampus mit einzelnen Studenten**
- **Fußballstadion mit Fans**
- **Nicht** „Sonnenbader im Englischen Garten“

Medienrecht

109

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung Bildnis Auf dem Personen individuell erkennbar sind Nur mit Einwilligung Oder bei Ausnahme nach § 23 KUG

- § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse
(1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
 1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

110

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse

(1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

112

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben

- Demos, Protesten, Festzüge etc.
- Dadurch gekennzeichnet, dass Personen zu einem gemeinsamen Zweck zusammenkommen.
- Auch zufällige Menschenansammlung
- Nicht eine einzelne Person steht im Mittelpunkt, sondern ein die Öffentlichkeit interessierender Vorgang
- Gegenstand des Bildes muss die Menschenmenge als solche sein, nicht ein einzelner Teilnehmer. Des Gesamten aus dem Einzelnen
- Aber: Erlaubt ist Herausgreifen einer einzelnen Person als charakteristisch u. beispielhaft

Medienrecht

111

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Weitere Ausnahme: § 24 KUG

Für Zwecke

des Rechtspflege
des öffentlichen Sicherheits

dürfen

von den Behörden
Bildnisse ohne Einwilligung des Berechtigten sowie des Abgebildeten oder seiner Angehörigen vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zur Schau gestellt werden.

→ nur, wenn dringender Tatverdacht wegen einer schwerwiegenden Straftat besteht.

→ Dann auch Fahndungsfotos des Massenmedien
zulässig.

Medienrecht

114

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sindNur mit
EinwilligungOder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

• § 23 KUG: überwiegendes öffentliches Informationsinteresse

(1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

1. Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Medienrecht

112

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sind

Nur mit
Einwilligung

Oder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Gegenausnahme: Berechtigtes Interesse des Abgebildeten: Keine Veröffentlichung

Wenn in den genannten Fallgruppen ausnahmsweise das Interesse des Abgebildeten stärker wiegt, als das Interesse an der Verbreitung der Bilder, ist doch Einwilligung notwendig.

Medienrecht

115

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sind

Nur mit
Einwilligung

Oder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Gegenausnahme: Berechtigtes Interesse des Abgebildeten: Keine Veröffentlichung

Fallgruppe: Werbung und andere gewerbliche Zwecke

- Grundsatz: Nur bei Abgabe ob er sein Bild zu Werbezwecken zur Verfügung stellt. *bestimmt*
- Ausnahme: Werbung ist Beitrag zur Vermögensbildung
- Beispiel: Sixt-Reklame mit Minister nach Rücktritt: „Mitarbeiter in der Probezeit“
- Ausnahme: Altenheim's Informationsinteresse
- Beispiel: Prominentenfoto auf Titelseite Kundenzeitschrift
- Beispiel: Boris Becker auf Tennislehrbuch, dass seine Schlagtechnik beschreibt

→ OK

→ OK

→ OK

Medienrecht

116

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sind

Nur mit
Einwilligung

Oder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Gegenausnahme: Berechtigtes Interesse des Abgebildeten: Keine Veröffentlichung

Fallgruppe: Ehreenschutz

Bild verletzt berechtigte Interessen, wenn ein

- falscher Eindruck entsteht, der
- das öffentliche Ansehen der Person beeinträchtigt

Beispiele

- Bericht über Unfall, auf dem ein unbeteiligter Zeuge erkennbar abgebildet wird.
- Abbildung in Gruppenbild mit Dame, die sich in parallelen Bildern pornographisch zeigt.
- Älteres Foto wird nicht als Archivfoto gekennzeichnet und zur Illustration eines aktuellen Artikels benutzt

Medienrecht

117

Recht am eigenen Bild nach Kunst-Urheber-Gesetz

Recht am eigenen Bild, § 22 KUG

Veröffentlichung

Bildnis

Auf dem Personen
individuell erkennbar sind

Nur mit
Einwilligung

Oder bei Ausnahme
nach § 23 KUG

Gegenausnahme: Berechtigtes Interesse des Abgebildeten: Keine Veröffentlichung

Fallgruppe: Ehreenschutz

Sonderfall: „unrühmliche Vergangenheit“

Auch eine „unrühmliche Vergangenheit“ muss ab einem gewissen Punkt ruhen: Interesse des Betroffenen, nicht damit konfrontiert zu werden

→ Aber: besonders genaue Interessenabwägung notwendig

- „DDR-Gefängnisleiter“
 - 1962 Bericht über Nazi-Helfer und ihr aktuelles Leben
- Keine Einwilligung nötig*
- Keine Einwilligung laut BGH notwendig*

Medienrecht

118

Urheberrecht:

Urheberrecht

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

- Schutz des geistigen Eigentums
- Geistiges Eigentum soll nur verwertet werden, wenn eine Gegenleistung erbracht wird
 - Schutz gegen Entzweiung des eigenen Werks

X

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Was wird geschützt?

→ Werke

Was sind „Werke“?

- „persönliche geistige Schöpfungen“
- die ein gewisses Maß an Kreativität und Individualität aufweisen
- und durch eine Gestaltungstätigkeit deutlich aus der gewöhnlichen Praxis herausragen
- Der Maßstab ist je nach Werkart anders
- Generell gilt aber: kein zu strenger Maßstab („Prinzip der kleinen Münze“)

X

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Wer kann „Urheber“ sein?

Menschen?

Ja

juristische Personen (GmbH ...)

Nein

Muss ich volljährig sein, um Urheber sein zu können?

Nein

X

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Muss das Werk erst vollendet werden, damit der Schutz entsteht?

Nein

Wenn bereits die notwendige Gestaltung vorliegt und somit eine „persönliche geistige Schöpfung“ vorliegt, ist auch der unfertige Entwurf geschützt.

Beispiel:

- Noch nicht: die bloße Spielidee für eine Unterhaltungsshow,
- Aber schon: die bereits weitestgehend konkret gestaltete Sendung

Muss das entstandene Werk noch durch einen formalen Akt – z.B. eine Eintragung oder einen Copyright-Vermerk © – geschützt werden?

Nein

Der Schutz entsteht mit dem Werk, wenn der Autor die Idee in eine bestimmte Form bringt.

Das „©“ gibt es unter deutschem Recht nicht.

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Wie lange besteht Schutz?

Der Schutz beginnt mit der Entstehung des Werks.

Wann endet das Urheberrecht?

70 nach dem Tod des Urhebers (§ 64 UrhG)

Was ist bei anonymen oder pseudonymen Werken?

70 Jahre nach der ersten Veröffentlichung des Werks / Bandes (§ 66 UrhG)

Nach Ablauf der Fristen wird das Werk „gemeinfrei“:

Jedermann kann es ohne Genehmigung oder Bezahlung vervielfältigen, verbreiten, aufführen, vorführen, aber auch verändern.

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Wann entsteht im Journalismus ein geschütztes Werk?

Wenn die Nachrichten mit Hintergrundinformationen angereichert werden, entsteht in der Regel ein geschütztes „Werk“.

- Reportagen
- Kommentare
- Leitartikel und Glossen
- Interviews

Worin liegt die notwendig schöpferische Leistung?

Die schöpferische Leistung kann liegen

- in der von der Gedankenführung geprägten Gestaltung der Sprache oder
- in der Sammlung und Aufbereitung des Stoffs.

Auch bei bloßer Zusammenstellung von öffentlich zugänglich Quellen wie z.B. dpa-Meldungen und Zeitungsartikeln?

Nein

Urheberrecht

Grundlagen des Urheberrechts

Info-Grafiken

Sind auch Info-Grafiken geschützt?

Ja

Das Urheberrecht ist auf die Gestaltung der Darstellung gerichtet.

Es umfasst jedoch nicht die enthaltene Information.

Gilt das auch für Torten- oder Balkengrafiken?

Nein

Diese sind mangels der notwendigen Gestaltungshöhe schon gar kein Werk.

Urheberrecht

Schranken des Urheberrechts

Werke an öffentlichen Plätzen (§ 59 UrhG)

Frage:

Ein Kunstwerk befindet sich dauerhaft an einem öffentlichen Platz. Kann sich der Urheber gegen die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe von Abbildungen wehren?

→ Nein

Parasitäre Freiheit X wehren

- Äußere Aufnahmen aus dem öffentlichen Bereich
- Von Kunstwerke und Bauten
- die sich dauerhaft
- an öffentlichen Wegen, Straßen oder Plätzen befinden

Beispiel für fehlende Dauerhaftigkeit:
Christo's Reichstagsverhüllung

X

Urheberrecht

Schranken des Urheberrechts

Zitierfreiheit (§ 51 UrhG)

Zitierfreiheit ermöglicht die Auseinandersetzung mit fremden Gedanken und Werken.

Unter § 51 UrhG: Zitat zulässig

- mit innerem Zusammenhang zu eigenen Gedanken
- als Beleg für eine eigene Erörterung

In welchem Umfang sind Zitate erlaubt?

- Soweit notwendig, wenn es auf den Wortlaut oder eine Textinterpretation ankommt, sind auch längere Passagen zitierbar.

Beispiel: Abbildungen im Text

OK wenn sie den Text erläutern oder veranschaulichen
NICHT OK wenn sie bloß den Text auflockern

X

Urheberrecht

Schranken des Urheberrechts

Werke an öffentlichen Plätzen (§ 59 UrhG)

Frage:

Dürfen Änderungen an dem Werk im öffentlichen Raum vorgenommen werden?

→ Nein! (§ 62 Abs. 1 UrhG)

Frage:

Dürfen Änderungen fotografiert und verbreitet werden?

→ Je nach Einzelfall ggf. zulässig

Beispiel:

Zum Karneval wird eine Plastik verunstaltet. Eine Lokalzeitung bringt hiervon ein Bild.

→ Von Pressefreiheit JA

Die Lokalzeitung druckt wegen der positiven Resonanz Postkarten mit dem Motiv

→ Nein

Urheberrecht

Schranken des Urheberrechts

Zitierfreiheit (§ 51 UrhG)

Frage:

Das Fernsehmagazin Monitor bringt einen Beitrag über Gesundheitsgefährdung aufgrund von Dioxin in Shampoos, das zur Schaumförderung eingesetzt wird.

Es illustriert den Beitrag mit einem 7-sekündigen Ausschnitt aus einem Werbefilm für solche Mittel, in dem diese als „schaumiges Vergnügen“ beworben werden.

Der Hersteller verklagt den Sender auf Schadensersatz und behauptet, die Wiedergabe sei nicht durch den Zitatzweck gedeckt gewesen.

Zitat nach § 51 UrhG erlaubt?

→ Ja

Das verhängende „schaumige Vergnügen“ dient als Beleg für die Kritik, dass schaumfördernde dioxinhaltige Zusätze gerade den ungefählichen Alternativen vorgezogen würden.

X

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname