A close-up photograph of a man with a beard and mustache, wearing a light-colored shirt, holding a young child. The child is looking towards the right. A medical professional's hands are visible, applying a colorful bandage to the child's arm. The background is blurred, showing other people in a clinical setting.

 **YouTube Social Impact**

Du möchtest mehr bewirken?
YouTube kann dir dabei helfen.



Gemeinsam können wir mehr Gutes tun.

Wir wussten schon immer, dass Creator mit Storytelling in Videos viel bewegen können.

Wenn du die Leidenschaft für deine Mission mit unserer Technologie und Reichweite kombinierst, kannst du Bewegungen anstoßen oder unterstützen, die deutliche soziale Veränderungen bewirken.

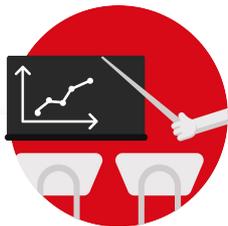
Dieses Playbook ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für Nonprofit-Organisationen, Social Activists und Creator, die gesellschaftlich relevante Inhalte auf YouTube veröffentlichen möchten. Es enthält zahlreiche Tipps, Best Practices und Arbeitsblätter, die alle ein Ziel haben: dich dabei zu unterstützen, auf YouTube Gutes zu bewirken.



Der YouTube Kanal **Invisible People** zeigt echte Geschichten aus dem Leben von Obdachlosen. Mit diesen Videos liefert der Kanal neue Einblicke in ein wichtiges Thema, fördert die Empathie für Menschen in Armut und regt die Zuschauer zum Nachdenken an.

YOUTUBE – DIE PLATTFORM FÜR SOZIALE VERÄNDERUNGEN

Dies sind nur einige Möglichkeiten, wie YouTube es allen Nutzern ermöglicht, positive, nachhaltige Veränderungen zu schaffen.



Ein internationales Publikum erreichen

Jeden Monat sind mehr als 2 Milliarden angemeldete Nutzer auf YouTube aktiv und täglich werden Videos mit einer Gesamtdauer von über einer Milliarde Stunden wiedergegeben. Das macht YouTube zur perfekten Plattform, um dem größten Publikum der Welt dein Anliegen zu präsentieren.



Empathie fördern

Durch Storytelling in Videos kannst du Empathie für dein Anliegen erzeugen – und das ist der erste wichtige Schritt, um Zuschauer zu motivieren, sich zu engagieren.



Neue Unterstützer finden

YouTube bietet dir effektive Tools und Ressourcen, um neue Unterstützer für dein Projekt zu gewinnen. Egal, ob du Spenden sammeln oder die Öffentlichkeit auf ein Thema aufmerksam machen möchtest.

INHALT

Loslegen

- Übersicht
- Ziele festlegen
- Glückwunsch

Mission definieren

- Informieren
- Mitstreiter finden
- Den Weg planen

Inhalte erstellen

- Strategie
- Suche
- Storytelling

Deine Community mobilisieren

- Kommunikationstools
- Zuschauer als Mitwirkende
- YouTube Giving

Vernetzen & zusammenarbeiten

- Collabs auf YouTube

Fazit

- Wichtige Punkte
- Arbeitsblätter

Loslegen

Dein Ziel ist es, **mehr zu bewirken**.

Als Erstes solltest du dir deshalb ein paar grundlegende (aber wirklich wichtige) Fragen stellen.



Glückwunsch!

Du hast gerade den ersten Schritt gemacht, um Großes zu bewirken. Die Entscheidung, was du ändern möchtest, bringt dich deinen Zielen näher.



So gehts weiter:

SO ERREICHST DU DEINE ZIELE »

Mission definieren

Wenn du gesellschaftlich relevante Inhalte erstellst, **präsentierst du den Zuschauern dein Anliegen.**

Hier erfährst du, wie du die stärkste Wirkung erzielen kannst, wenn du anderen deine Mission erläuterst.



ZUSCHAUER INFORMIEREN

Wahrscheinlich bist du ein Experte auf dem Gebiet deiner Mission, aber damit es auch für Zuschauer zugänglich wird, **musst du sie genau über dein Projekt informieren – und den guten Zweck deines Projekts**. Erkläre Neulingen also deine Mission im Detail.

BEIM ERSTELLEN VON INHALTEN SOLLTEST DU DIR DIESE FRAGEN STELLEN:

1. Was ist die Geschichte hinter dem Problem und wie ist es entstanden?
2. Welche Fehleinschätzung des Problems gibt es häufig?
3. Welche Positionen gibt es zu dem Problem und warum?
4. Welche Herausforderungen haben dafür gesorgt, dass sich das Problem nicht gebessert hat?
5. Handelt es sich um ein globales oder lokales Problem? Falls es global ist – wie äußert es sich auf lokaler Ebene? Falls es lokal ist – welche anderen, globalen Probleme können Denkanstöße liefern und als Maßstab dienen?



ARBEITSBLATT "ZUSCHAUER INFORMIEREN" »

MITSTREITER FINDEN

Du bist nicht der erste Creator, der dieses Thema online anspricht. Wenn du andere Creator findest, die sich mit ganzem Herzen für das Thema einsetzen, kannst du Neues lernen und dich inspirieren lassen.



MIT DIESEN TIPPS KANNST DU MITSTREITER FINDEN:

1. Suche nach Organisationen, die schon auf das Thema aufmerksam gemacht haben.
2. Finde YouTube-Creator und andere Influencer, die sich aktiv für sozialen Wandel einsetzen und sieh dir ihre Inhalte genau an.
3. Nimm über soziale Medien Kontakt mit ihnen auf.
4. Trage zur Community bei und teile deine Geschichte.

DEINEN WEG PLANEN

Du bist schon fast bereit, deine Inhalte zu erstellen.

VORHER SOLLTEST DU DIR ABER DIESE FRAGEN STELLEN:

1. Gibt es "Lücken" oder offene Fragen in der üblichen Berichterstattung zu diesem Thema? Gibt es neue Möglichkeiten, den Zuschauern das Thema und seine Relevanz zu vermitteln?
2. Mithilfe welcher überzeugenden Fakten und Geschichten kannst du den Zuschauern das Thema näherbringen?
3. Wie kannst du deinen eigenen Hintergrund und deine eigene Geschichte nutzen, um eine Verbindung zu diesem Thema und zum Publikum aufzubauen?



Super!

Du bist jetzt bestens über die Grundlagen informiert.
Jetzt ist es an der Zeit, dieses Wissen einzusetzen.



So gehts weiter:

SO PRÄSENTIERST DU DEINE GESCHICHTE DER GANZEN WELT »

Inhalte erstellen

Beim Erstellen von Inhalten musst du einiges beachten, aber keine Angst: So kompliziert ist es nicht.

Wir erklären dir die grundlegenden Phasen:

- Strategie
- Suche
- Storytelling



Weitere Informationen zum Erstellen von Inhalten auf YouTube findest du hier:

[YOUTUBE CREATOR ACADEMY »](#)

[DIE RICHTIGE AUSTRÜSTUNG »](#)

[ZEHN GRUNDSÄTZE FÜR EINE ERFOLGREICHE KREATIVSTRATEGIE »](#)

STRATEGIE (AUCH BEKANNT ALS "HERO, HUB UND HILFE"):

Auch wenn es immer wieder gesellschaftlich relevante Videos gibt, die viralen Erfolg haben, bist du doch auf der sicheren Seite, wenn du einen YouTube-Kanal hast, auf dem du regelmäßig neue Inhalte veröffentlichst.

Bei der Entwicklung einer langfristigen Strategie für deinen Kanal solltest du deine Videos gedanklich in drei Kategorien aufteilen: **Hero**, **Hub** und **Hilfe**.



STRATEGIE: HERO-INHALTE

Hero-Inhalte sind die Inhalte, die du einem breiten Publikum präsentieren möchtest.

Wahrscheinlich hast du jedes Jahr nur ein paar Hero-Momente, beispielsweise wichtige Kampagnenstarts oder saisonale Tent-Poling-Ereignisse. Sie sollten also besonders unterhaltsam und inspirierend sein.

Stell dir bei deinen Hero-Inhalten folgende Fragen:

1. Welche Ereignisse, Jahrestage, Meilensteine usw. sind für dein Anliegen relevant und wie kannst du von dem damit verbundenen Interesse profitieren?
2. Welche besonderen "Zutaten" (z. B. Stil, Gäste) kannst du verwenden, damit sich dein Video von anderen abhebt?

The first
Earth Day
was in **1970**



What's changed since?

Ein tolles Beispiel für Hero-Inhalte: Das **American Museum of Natural History** erstellt speziell für den Tag der Erde ein Video mit einzigartigen Animationen und veröffentlicht es kurz davor.

STRATEGIE: HUB-INHALTE

Hub-Inhalte sind das Herzstück deines Kanals.

Zuschauer abonnieren meistens deinen Kanal, um diese Art von Inhalten zu sehen: Regelmäßig vorab geplante und unterhaltsame Videos, die neue Einblicke in dein Projekt liefern.

Diese Fragen unterstützen dich beim Erstellen von Hub-Inhalten:

1. Wofür bist du bekannt?
2. Welche Arten von Inhalten kannst du wiederholen?
3. Welche Inhalte sollen im Mittelpunkt deines Kanals stehen?



Great Big Story veröffentlicht als Hub-Inhalte regelmäßig kurze Dokumentationen, die meist nicht länger als 5 Minuten dauern, wie dieses Video: "6 Stories Celebrating Native American History and Culture" zur Geschichte und Kultur der amerikanischen Ureinwohner.

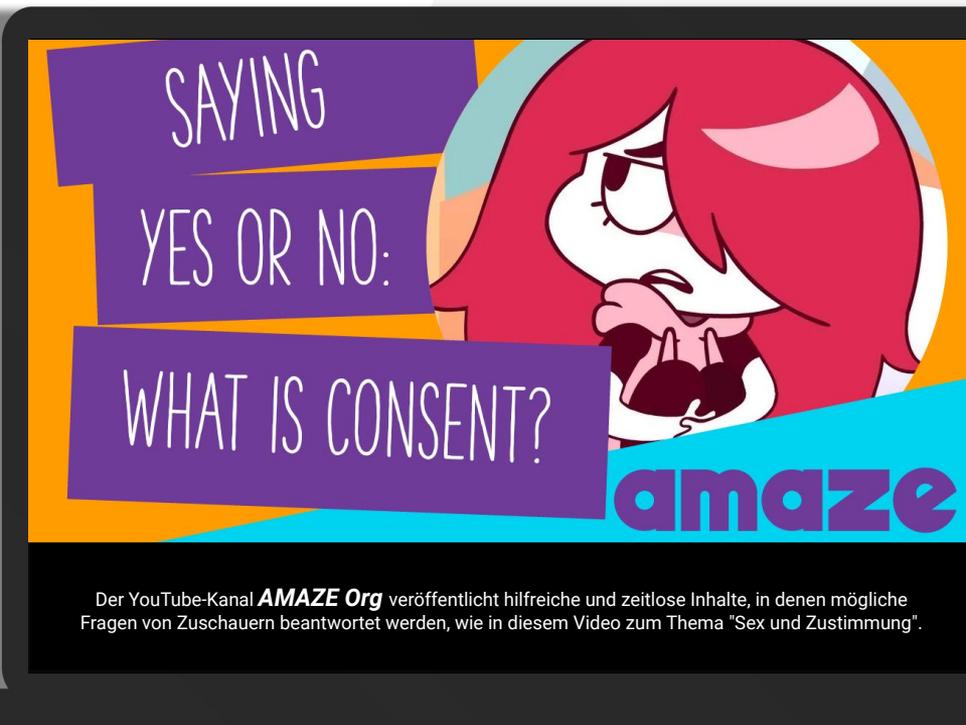
STRATEGIE: HILFE-INHALTE

Hilfe-Inhalte sind Videos, die nicht an Relevanz verlieren.

Du kannst zum Beispiel das ganze Jahr über Fragen von Zuschauern beantworten. Neben Fragerunden zählen dazu auch Formate wie Tutorials oder geschichtliche Videos. Inhalte dieser Art sollten nicht zu häufig, aber doch regelmäßig veröffentlicht werden.

Teile dein besonderes Wissen mit den Zuschauern. Überleg dir dabei Folgendes:

1. Wonach sucht deine Zielgruppe?
2. Welche Suchwortgruppen verwenden die Zuschauer dabei?
3. Welche Suchbegriffe geben sie ein?
4. Bei welchen Fragen ist die Antwort jetzt wichtig, aber auch später noch relevant?

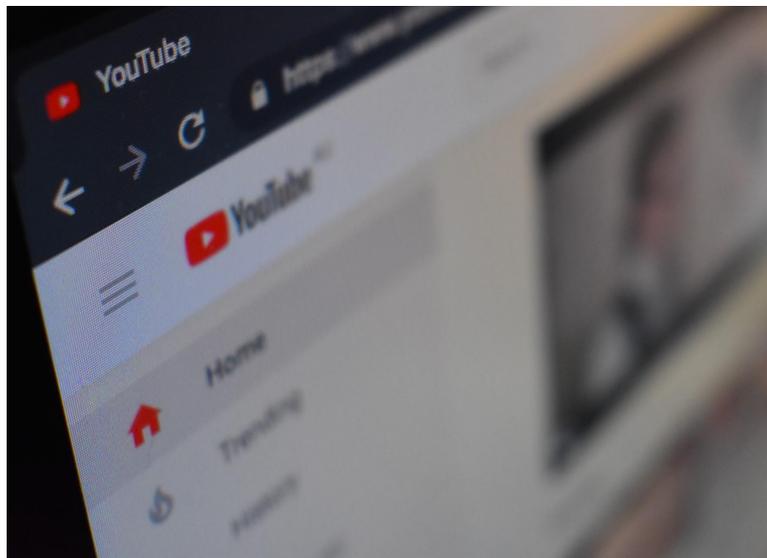


SUCHE | ÜBERSICHT

Zuschauer suchen nach Themen, die ihnen wichtig sind. Deshalb lohnt es sich, darauf zu achten, dass Nutzer, die gezielt Inhalte zu deinem Thema suchen, deine Videos auch finden und ansehen.

Dazu musst du **deine Videos optimal "verpacken"** und **dir über die Präsentation Gedanken machen, bevor du mit der Produktion beginnst.**

Es geht dabei um die **Art und Weise, wie das Video den Zuschauern präsentiert wird**, die danach suchen. Die Präsentation besteht aus zwei wichtigen Teilen: **Thumbnail** und **Titel**.



SUCHE: THUMBNAILS

Thumbnails sind die Bilder, die angezeigt werden, wenn Zuschauer Videos auf YouTube suchen. Thumbnails und Titel sind wie Aushängeschilder, die Zuschauer dazu bringen sollen, deine Videos anzusehen.

Mit gut erstellten Thumbnails kannst du mehr Zuschauer für deine Inhalte gewinnen.

Sieh dir die Thumbnails rechts an. Welches davon ist ansprechender?



Why You Can't See Stars on the Moon



Why You Can't See Stars on the Moon

| SUCHE: THUMBNAILS

Thumbnails sind die Bilder, die angezeigt werden, wenn Zuschauer Videos auf YouTube suchen. Thumbnails und Titel sind wie Aushängeschilder, die Zuschauer dazu bringen sollen, deine Videos anzusehen.

Die meisten Leute (und auch wir) finden, dass **Thumbnail B** ansprechender ist.

Warum? Unter anderem passt es gut zum Titel, vermittelt den Zuschauern einen Eindruck von Stil und Ton des Videos und stellt den Inhalt treffend dar.



Why You Can't See Stars on the Moon



Why You Can't See Stars on the Moon

| SUCHE | TITEL

Es kann zwar Überschneidungen geben, aber im Allgemeinen gibt es zwei Arten von Titeln: **suchbare Titel** und **ansprechende Titel**.

SUCHBAR

Verwendet geeignete Keywords und nutzt das vorhandene Interesse von Nutzern, die gezielt nach dem Thema suchen.

ANSPRECHEND

Der Fokus liegt weniger auf bestimmten Suchbegriffen, sondern mehr auf dem Ziel, eine starkes Interesse bei den Zuschauern zu wecken (gemeinsam mit dem Thumbnail).

UNTEN SIEHST DU ZWEI TITEL VOM SELBEN KANAL. WELCHER TITEL PASST ZU WELCHER ART?

**DON'T
WORRY,
NO ONE
CARES**



Don't Worry, No One Cares

The School of Life  483K views • 1 month ago

We're often held back by a crippling fear that we can't possibly do certain things because other people will judge us. But ...

CC

7:37



How to Overcome Shyness

The School of Life  1M views • 2 years ago

The secret to overcoming shyness is to remember that others are, beneath the differences, always substantially the same as we ...

CC

5:59

SUCHE | TITEL

SUCHBAR



How to Overcome Shyness

The School of Life • 1M views • 2 years ago

The secret to overcoming shyness is to remember that others are, beneath the differences, always substantially the same as we ...

CC

Warum ist dieser Titel suchbar?

Dieser Titel ist suchbar, weil er geeignete Keywords enthält, nach denen Zuschauer suchen würden, die sich für das Thema interessieren.

ANSPRECHEND



Don't Worry, No One Cares

The School of Life • 483K views • 1 month ago

We're often held back by a crippling fear that we can't possibly do certain things because other people will judge us. But ...

CC

Warum ist dieser Titel ansprechend?

Wahrscheinlich würde niemand gezielt nach diesem Titel suchen. Wenn er unter "ähnliche Videos" oder auf der Startseite angezeigt wird, würde er bei den Zuschauern aber Aufmerksamkeit erregen. (Am besten setzt du ansprechende Titel erst ein, wenn du schon ein Stammpublikum hast.)

MEHR ZU THUMBNAILS UND TITEL IN DER CREATOR ACADEMY »

STORYTELLING | ÜBERSICHT

Deine Videos sind **Hilfsmittel, um Geschichten zu erzählen**. Sie müssen also **ansprechend und aussagekräftig** sein.



ALLGEMEINE TIPPS FÜR DAS ERSTELLEN VON INHALTEN:

1. Sei **präzise**.
2. Erzähl deine Geschichte so, dass sie bei den Zuschauern **eine emotionale Reaktion hervorruft**.
3. **Überleg dir, wie du mithilfe deines Videos dein Ziel erreichen kannst**, welches Ergebnis dein Video also hervorbringen soll.
4. **Motiviere die Zuschauer zum Mitmachen**, indem du einen relevanten Call-to-Action integrierst.

| STORYTELLING | FORMATE

Welche Videoformate eignen sich für gesellschaftlich relevante Inhalte? Fast *alle* Formate sind geeignet.

DIESE FORMATE SIND BESONDERS EFFEKTIV:

1. Empathie-Experimente
2. Wirkung in Aktion
3. Geschichten teilen
4. Welt voller Wunder



STORYTELLING-FORMATE | EMPATHIE-EXPERIMENTE

Ein sehr ansprechendes Format sind **Empathie-Experimente**.

Hier werden meist **soziale Experimente mit zwei scheinbar gegensätzlichen Gruppen** vorgestellt (z. B. Eltern und Teenager), die **schließlich zeigen, welche Gemeinsamkeiten wir alle teilen**.

Zuschauer und Teilnehmer werden dazu ermutigt, **die Vorurteile, die sie anderen gegenüber haben, infrage zu stellen** (z. B. "6 Minimum Wage Workers vs. 1 Secret Millionaire" (6 Mindestlohnarbeiter gegen einen geheimen Millionär)). Sie fordern uns auch dazu auf, **mehr Empathie und Großzügigkeit an den Tag zu legen**.

MINIMUM WAGE / MILLIONAIRE



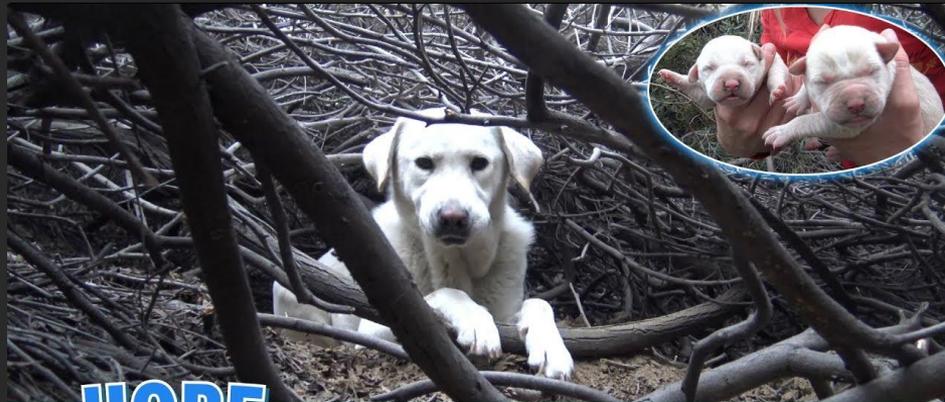
Jubilee zählt zu den Creatoren, die bei diesem Format besonders hervorstechen.

STORYTELLING-FORMATE | WIRKUNG IN AKTION

Wirkung in Aktion

Wenn du schon einmal ein **bewegendes Video im Dokustil** zu einem wichtigen Thema gesehen hast, war das wahrscheinlich das Format, das wir "Wirkung in Aktion" nennen.

Bei diesem Format werden wahre Geschichten **im Stil von Filmen oder Dokumentationen** erzählt. Diese Videos **veranschaulichen die positiven Auswirkungen, die die Organisationen und Bewegungen mit ihrer Arbeit erzielen.**



**HOPE
FOR PAWS**

**BEAR, JUNIPER, AMAZON
AND LOTS OF PUPPIES!!!**

Hope for Paws, eine Nonprofit-Organisation für Tierrettung, erstellt solche Videos, in denen gezeigt wird, wie die Helfer jeden Tag das Leben von Tieren retten.

STORYTELLING-FORMATE | GESCHICHTEN TEILEN

Geschichten teilen

Jeder Mensch erzählt gerne Geschichten. **Das Format "Geschichten teilen"** ist eine tolle Möglichkeit, genau das zu tun.

Die Geschichten werden hier meist in einem eindrucksvollen visuellen Stil präsentiert. Diese Videos werden von wahren Geschichten der Zuschauer, YouTube-Creator und der gesamten Online-Community inspiriert.

Indem Geschichten geteilt werden, die die meisten Menschen normalerweise nicht teilen würden (z. B. unsere schlimmsten Fehler oder größten Ängste), **schaffen diese Inhalte ein Gemeinschaftsgefühl und regen dazu an, andere Menschen (und uns selbst) nicht so hart zu kritisieren.**

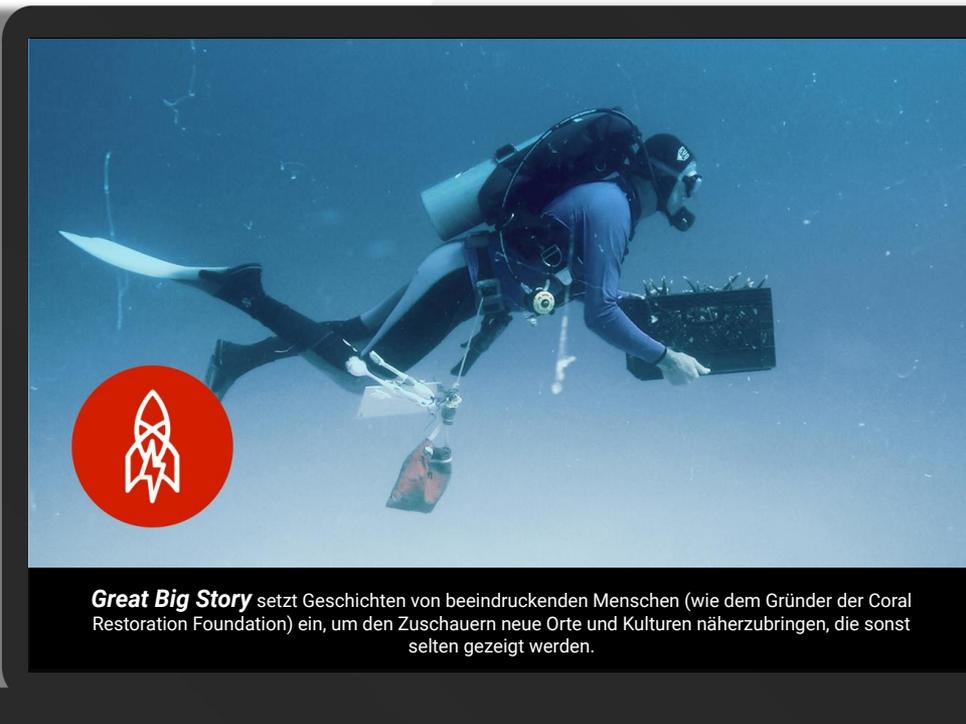


Die bewegenden und eindrucksvollen Videos von **BuzzFeed As/Is** zum Thema psychische Gesundheit setzen meist unerwartete, aber berührende Bilder ein.

| STORYTELLING-FORMATE | WELT VOLLER WUNDER

Videos der Kategorie **Welt voller Wunder** erweitern unseren Horizont, indem sie uns an völlig neue Orte mitnehmen.

Egal, ob diese Videos die Zuschauer zu entlegenen Orten führen oder wenig bekannte Subkulturen vorstellen – sie haben meistens **reizvolle Titel, die eine faszinierende und unbekannte Welt verheißen**, beispielsweise "Why the World's Best Mathematicians Are Hoarding Chalk" (Warum die besten Mathematiker der Welt Kreide sammeln). Durch das Erkunden von Subkulturen und den Menschen in diesen Kulturen, präsentieren diese Videos **die Diversität und zugleich die gemeinsamen Erfahrungen der Menschheit**.



Great Big Story setzt Geschichten von beeindruckenden Menschen (wie dem Gründer der Coral Restoration Foundation) ein, um den Zuschauern neue Orte und Kulturen näherzubringen, die sonst selten gezeigt werden.

Super!

Du hast Inhalte gepostet und so direkt mit deinem Publikum kommuniziert.
Aber das ist nur die erste Hälfte der Gründe, warum YouTube so eine besondere Plattform ist.



So gehts weiter:

DIE ANDERE HÄLFTE: MIT DEINEN ZUSCHAUERN KOMMUNIZIEREN UND SIE AKTIVIEREN »



So kannst du Großes bewirken

Deine Community mobilisieren

Eine aktive und begeisterte Community rund um dein Anliegen aufzubauen, ist der Schlüssel für langfristigen Erfolg auf YouTube.

Sehen wir uns die folgenden drei Abschnitte an, um zu erfahren, wie du eine Verbindung zu deinem Publikum aufbauen kannst, um noch mehr zu bewirken:

- Kommunikationstools
- Zuschauer als Mitwirkende
- YouTube Giving



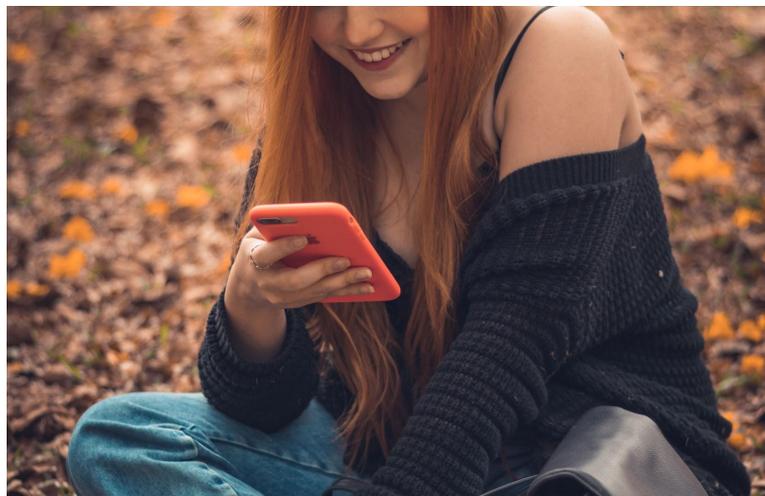
[MEHR ZUM AUFBAU EINER COMMUNITY AUF YOUTUBE »](#)

KOMMUNIKATIONSTOOLS | KOMMENTARE

Ein Großteil deiner Kommunikation mit den Zuschauern wird in den Kommentaren zu deinen Videos stattfinden.

DIESE BEST PRACTICES SOLLTEST DU BEI DER KOMMUNIKATION BEACHTEN:

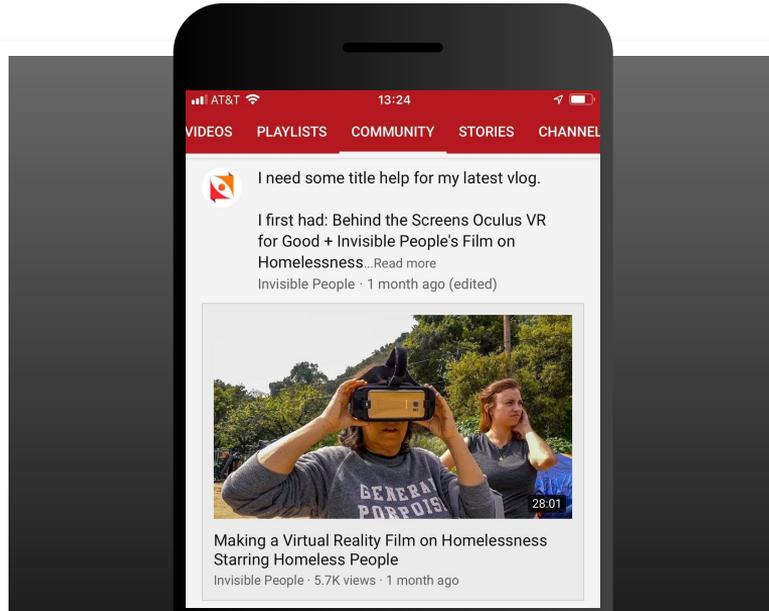
1. **Ermutige die Zuschauer zum Kommentieren.** Stell ihnen im Video eine konkrete Frage und bitte sie, in den Kommentaren ihre Meinung zu äußern.
2. **Bleibe positiv.** Denk daran, dass du eine positive Botschaft vermitteln willst.
3. **Beantworte vor allem anfangs möglichst viele Kommentare.** Du kannst auch Herzen vergeben oder deine Lieblingskommentare anpinnen.
4. Im Laufe der Zeit entstehen **Insider-Witze und Anspielungen.**
5. **Verwende deine Tools zur Chatmoderation.** Manchmal ist es richtig, Kommentare zu entfernen oder Nutzer zu blockieren. Setze diese Tools also ein, wenn es erforderlich ist.



MEHR ZU KOMMENTAREN ERFÄHRST DU IN DIESER CREATOR ACADEMY-LEKTION »

KOMMUNIKATIONSTOOLS | COMMUNITY-TAB

Der Community-Tab auf YouTube ist eine wirkungsvolle und spannende Möglichkeit, mit Zuschauern außerhalb des Kommentarbereichs zu kommunizieren.



DER **COMMUNITY-TAB** BIETET DIR FOLGENDE MÖGLICHKEITEN:

1. In Umfragen kannst du von den Zuschauern erfahren, welche Inhalte sie als Nächstes auf deinem Kanal sehen möchten.
2. Mit GIFs kannst du die Spannung und Vorfreude auf neue oder anstehende Uploads auf deinem Kanal steigern.
3. Nimm deine Fans mit hinter die Kulissen und zeig ihnen Bilder von den Dreharbeiten oder aus deiner Organisation.
4. Erkenne deine aktivsten Fans und interagiere mit ihnen.

ZUSCHAUER ALS MITWIRKENDE

Einige der außergewöhnlichsten gesellschaftlich relevanten Inhalte entstehen, wenn du deine Zuschauer aktiv einbeziehst und sie dazu ermutigst, sich ebenfalls für dein Anliegen einzusetzen.



Mr. Beast ließ sich von den Anfragen seiner Fans inspirieren und ging eine Partnerschaft mit der "National Arbor Day Foundation" ein, um Spenden zu sammeln. Von den Spendenbeträgen konnten 20 Millionen Bäume gepflanzt werden. Mit der Hilfe von Zuschauern und 600 anderen YouTube-Creatoren, die Videos zur Unterstützung der Aktion #TeamTrees erstellten, erreichte Mr. Beast dieses Ziel in kaum mehr als zwei Monaten.



Beim jährlichen **Project for Awesome** der Vlogbrothers posten Tausende Zuschauer 48 Stunden lang Videos, in denen sie über Nonprofit-Organisationen sprechen und sich für gute Zwecke einsetzen. Ziel der Community ist es, auf Nonprofit-Organisationen aufmerksam zu machen, Spenden zu sammeln und die Welt einfach ein bisschen besser zu machen.

YOUTUBE GIVING | ÜBERSICHT

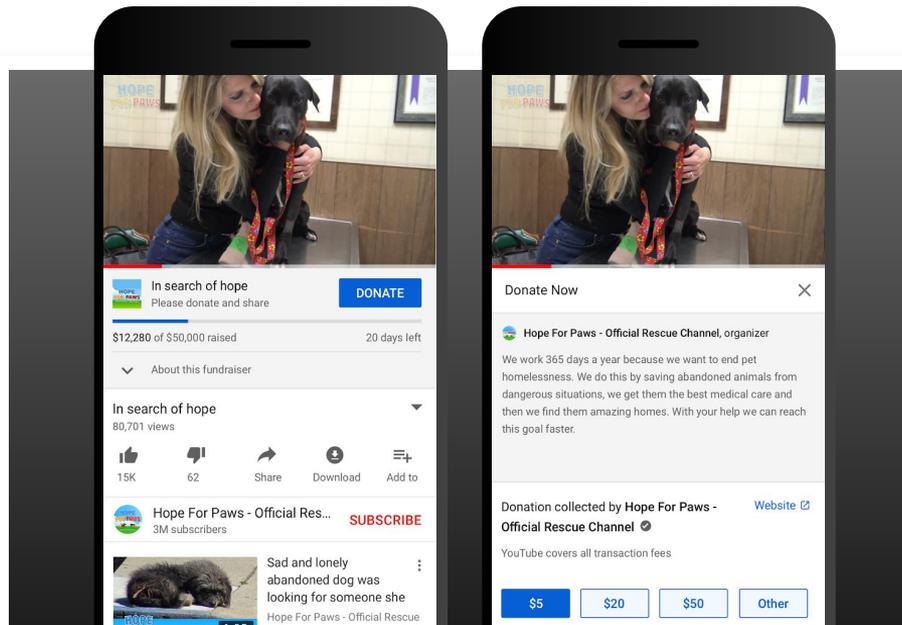
YouTube Giving ermöglicht es dir und deinem Publikum, gemeinnützige Zwecke, die euch am Herzen liegen, finanziell zu unterstützen.

Schaltfläche "Spenden"

Füge die Schaltfläche "Spenden" zu deinen Videos und Livestreams hinzu und animiere die Zuschauer, einen Beitrag zu leisten. 100 % der Spendenbeträge gehen an die anerkannten Nonprofit-Organisationen. YouTube übernimmt dabei alle Transaktionsgebühren.

In der YouTube-Hilfe erfährst du mehr darüber, wie du YouTube Giving auf deinem Kanal einrichten kannst.

Sehen wir uns an, wie du deinen YouTube Giving-Fundraiser optimal einsetzen kannst.

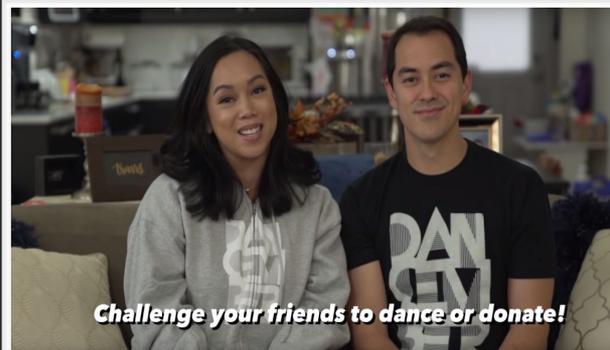


YOUTUBE GIVING | BEST PRACTICES

Deine Kampagne planen

Eine gute Fundraising-Kampagne beginnt mit einem guten Plan. **Diese Aspekte solltest du beachten, wenn du deinen eigenen Fundraiser vorbereitest und einrichtest:**

- 1. Lege ein Ziel und einen Zeitplan fest.** Dadurch werden Zuschauer motiviert, zum Erreichen des Meilensteins beizutragen.
- 2. Wähle den richtigen Moment aus.** Am besten startest du deine Kampagne, wenn deine Anliegen oder Spendenaktionen im Allgemeinen eine höhere Aufmerksamkeit erhalten, zum Beispiel im "Pride Month" oder während der "Giving Week". Du kannst natürlich den richtigen Moment dafür auch selbst schaffen, wie der Kanal "itsJudysLife", der jedes Jahr im Dezember einen "#Dancember"-Fundraiser startet.



#Dancember
The Kids Need Your Help!
Fundraiser
85,547 views · Premiered Nov 20, 2018
5.4K 96 SHARE SAVE ...



SUBSCRIBE

Dancember - It's an annual fundraiser where YouTubers and people from all over the world Dance for Donations to help kids have a better future. As little as \$25 can help change a child's life. Hit the

Der Kanal **itsJudysLife** ruft seine Fans jedes Jahr im Dezember dazu auf, zu tanzen und für Kinder in Not zu spenden.

Donate now



Dancember
Dancing for Donations

DONATE

Total raised: \$334,892
Save the Children will match \$250,000
Total includes user and corporate donations.

itsJudysLife, organizer

Dancember is a fundraiser where people from all over the world Dance for donations to help make the future for kids better. With every donation, your impact will be multiplied because Google Pay is matching the first \$80K and Save the Children will match an additional \$250K!

Donation collected by Save the Children
YouTube covers all transaction fees

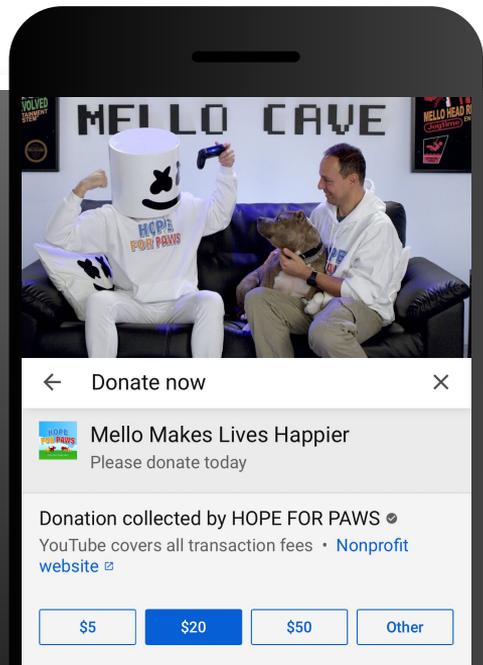
Save the Children believes every child deserves a future. In the United States and around the world, we work every day to give children a healthy start in life, the opportunity to learn and protection from harm. When crisis strikes, and children are most vulnerable, we are always among the first to respond and the last to leave. We ensure children's unique needs are met and their voices are heard. We deliver lasting results for millions of children, including those hardest to reach. We do whatever it takes for children - every day and in times of crisis - transforming their lives and the future we share. [Website](#)

YOUTUBE GIVING | BEST PRACTICES

Inhalte erstellen und bewerben

Wenn du Inhalte erstellst, solltest du:

- 1. Den Grund dafür mit den Zuschauern teilen.** Menschen, die eine emotionale Verbindung zu einem Anliegen haben, sind eher zum Spenden bereit. Deshalb solltest du den Zuschauern sagen, warum dir diese Sache wichtig ist und sie daran erinnern, dass auch kleine Beträge schon viel bewirken können.
- 2. Die Wirkung der Spenden zeigen.** Erkläre den Zuschauern – oder besser noch: zeige ihnen – wie die Nonprofit-Organisationen die Spenden einsetzen, um positive Veränderungen zu bewirken.
- 3. Spaß am Spenden schaffen.** Du kannst mithilfe von Zielen, Meilensteinen oder anderen Anreizen das Spenden für die Zuschauer zu einem unterhaltsamen und interaktiven Erlebnis machen.
- 4. In den sozialen Medien Werbung für dein Anliegen machen.** "The Try Guys" stellten ihren Fundraiser für "The Trevor Project" in einem wirkungsvollen Video mit dem Titel "I'm Gay – Eugene Lee Yang" vor. Das Video wurde zum Trend in den sozialen Medien und erzielte in nur 24 Stunden 50.000 \$.



Marshmello und Hope for Paws setzen sich gemeinsam für Tiere in Not ein und haben eine bewegende Geschichte über die Rettung eines Pitbulls durch ehrenamtliche Helfer geteilt.

Klasse!

Du hast jetzt eine Community aufgebaut. Was könnt ihr nun gemeinsam bewirken?
Im nächsten Abschnitt geht es um Wachstum.



So gehts weiter:

DEINE REICHWEITE UND DEIN PUBLIKUM AUSBAUEN »



So kannst du Großes bewirken

Vernetzen & zusammenarbeiten

Du hast auf deinem Weg schon so einiges bewirkt.

Damit du mit deinen Inhalten und deinem Anliegen noch mehr erreichen kannst, sehen wir uns jetzt Best Practices für eines der wirkungsvollsten Tools auf der Plattform an: **Collabs auf YouTube**.



HIER ERFÄHRST DU MEHR ZU COLLABS AUF YOUTUBE »

COLLABS | ÜBERSICHT

Wenn du über mögliche Kooperationen nachdenkst, solltest du dir **klare Ziel setzen**.

Wenn du weißt, was du dir von der Zusammenarbeit mit einem anderen Creator erhoffst, kannst du besser entscheiden, welche Creator sich dafür eignen.

Mögliche Ziele:

1. Spenden für einen guten Zweck sammeln
2. Mehr Zuschauer erreichen, die sich schon ähnliche Inhalte ansehen
3. Vollkommen neue Zielgruppen erschließen
4. Vielfältigere Inhalte anbieten



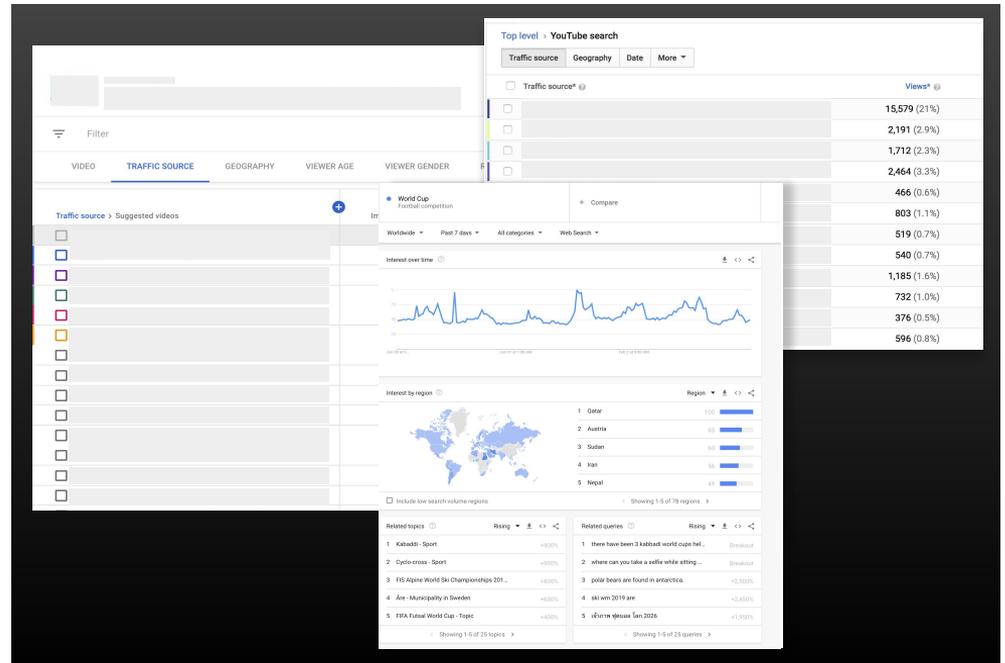
Der Kanal **Game Theorists** veröffentlichte einen 10-stündigen Livestream mit vielen Gastauftritten und erzielte damit Spenden in Höhe von 1 Million \$ für das St. Jude Children's Research Hospital.

COLLABS | CREATOR FÜR COLLABS FINDEN

Die Suche nach dem richtigen Creator für eine Zusammenarbeit kann viele Formen annehmen.

Am besten fängst du mit diesen Punkten bei der Suche an:

- 1. Daten analysieren.** Anhand des Messwerts "vorgeschlagene Videos" kannst du in YouTube Analytics erkennen, über welche anderen Kanäle die Zuschauer zu deinen Inhalten gelangen. Diese Daten zeigen dir, welche anderen Creator deine Fans ansehen.
- 2. Zuschauer fragen.** Stell deinen Zuschauern in einem Communitybeitrag oder Video die Frage, mit welchen Creatoren du zusammenarbeiten solltest.
- 3. Persönlich Kontakt aufnehmen.** Branchenevents, regionale Treffen und Creator Summits bieten die ideale Möglichkeit, andere Creator persönlich zu treffen. Wenn du an solchen Veranstaltungen teilnimmst, kannst du neue Beziehungen aufbauen und neue Creator für eine mögliche Zusammenarbeit kennenlernen.

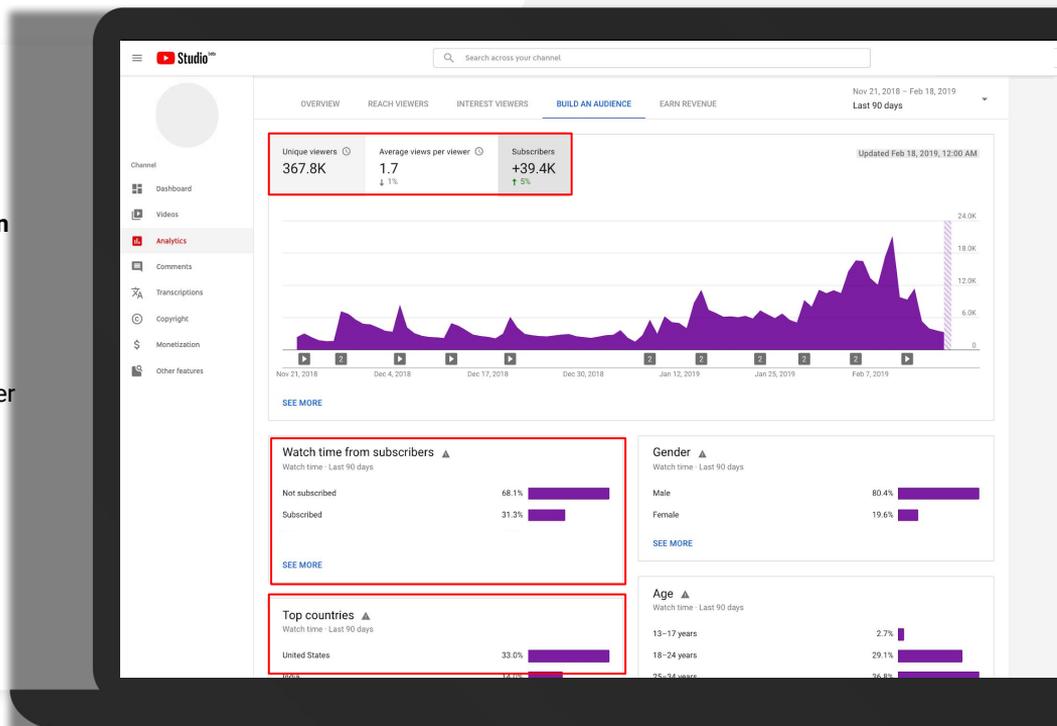


COLLABS | DEINEN WERT KENNEN

Was bringst du in eine **mögliche Zusammenarbeit** ein?

Bevor du andere Creator kontaktierst, solltest du dir diese Fragen stellen:

1. **Was zeichnet dich aus?** Kennst du dich in deinem Thema besonders gut aus oder giltst als anerkannte Quelle? Welche Merkmale deiner Inhalte bringen die Zuschauer dazu, sich deine Videos anzusehen? Wie können andere Creator bei einer Zusammenarbeit von diesen Merkmalen profitieren?
2. **Wer ist deine Zielgruppe?** Sieh dir die demografischen Merkmale und die Kommentare deiner Zuschauer an und überleg dir, welche Vorteile andere Creator von einem Auftritt vor deinem Publikum haben können.
3. **Hast du Zugang zu besonderen Ressourcen** (Ausrüstung, Talentetc.), die für andere Creator interessant sein könnten?

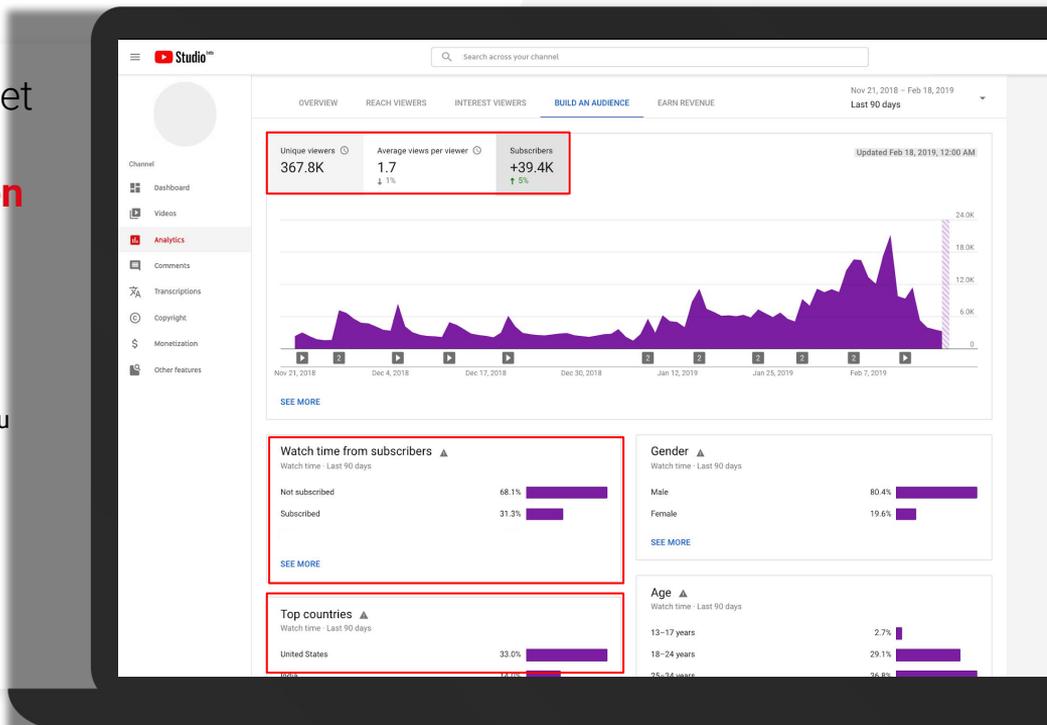


COLLABS | ZUSAMMENARBEIT VORSCHLAGEN

Nachdem du dich ausreichend vorbereitet hast, kannst du dich **an den Creator wenden, mit dem du zusammenarbeiten möchtest.**

Sei dabei unbedingt:

- 1. Ehrlich.** Es ist kein Verkaufsgespräch, sondern der Vorschlag einer Partnerschaft. Nenne deine echten Gründe für die gewünschte Zusammenarbeit und zeige dem Creator, dass du dich wirklich auf eine Zusammenarbeit freust.
- 2. Konkret.** Teile mit dem Creator einen klaren Entwurf deines Plans, inklusive Zeitplan, Erwartungen aller Partner und Gesamtziel.
- 3. Flexibel.** Sei offen für Ideen und Vorschläge, die der andere Creator im Verlauf des Projekts einbringt.



COLLABS | INHALTE ERSTELLEN

Egal welche kreative Richtung du letztendlich einschlägst, du solltest dabei **diese Tipps beachten**:

1. **Sei zuverlässig, zugänglich und respektvoll.** Kreative Projekte verlaufen nicht immer nach Plan und das ist okay. Denk daran, dass ihr dasselbe Ziel verfolgt.
2. **Hab Spaß daran!** Collabs sind eine tolle Möglichkeit der beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung, also genieße die Zusammenarbeit. Die Zuschauer werden auch merken, dass es dir wirklich Spaß macht.
3. **Sorge für einen glänzenden Auftritt.** Plane die Veröffentlichung des Videos im Voraus. Vergiss nicht, allen Mitwirkenden im Video und auch privat zu danken, und kommuniziere vor und nach der Veröffentlichung aktiv in den sozialen Medien und den Videokomentaren mit den Fans.



Um die positiven Auswirkungen der Nonprofit-Organisationen zu zeigen, veröffentlichten YouTube und Musik-Superstar **Marshmello** gemeinsam mit **Hope For Paws** ein berührendes und motivierendes Musikvideo.

FANTASTISCH!

Du hast dich auf YouTube für positive gesellschaftliche Veränderungen eingesetzt.
Sehen wir uns an, was du beachten solltest, um deinen Erfolg auch langfristig fortzusetzen.



So gehts weiter:

FAZIT »



So kannst du Großes bewirken

Fazit

Vielen Dank, dass du dich gemeinsam mit YouTube für gute Zwecke einsetzt.

Wir sind schon gespannt, was du mit deinem nächsten Projekt bewirken wirst. Diese fünf Punkte solltest du weiterhin beachten:

1. Mache den Zuschauern deutlich, was der Zweck deiner Inhalte ist.
2. Interagiere mit der gesamten Community, die sich ebenfalls für dein Anliegen einsetzt.
3. Verfolge beim Erstellen und Präsentieren deiner Inhalte eine Strategie.
4. Nutze die Tools von YouTube, um eine Beziehung zu den Zuschauern aufzubauen und vielleicht sogar Spenden für dein Anliegen zu sammeln.
5. Setze Collabs ein, um dein Publikum auszubauen und noch mehr Gutes zu bewirken.



YouTube Wofür wir stehen ▾ Produktmerkmale ▾ Nutzereinstellungen ▾ Regeln und Richtlinien ▾ Fortschritte und Erfolge ▾

Hast du dich schon einmal gefragt, wie YouTube funktioniert?

Jeden Tag suchen Millionen von Nutzern auf YouTube nach Informationen, Inspiration oder Unterhaltung. Im Laufe der Zeit kamen Fragen dazu auf, wie YouTube funktioniert. Deshalb haben wir diese Seite erstellt, um Antworten zu geben und zu erklären, was wir für den Aufbau einer verantwortungsbewussten Plattform tun, auf die sich die Nutzer, Creator und Künstler, die unsere Community ausmachen, verlassen können.



Wofür wir stehen

Erfahre, was wir für unsere Community tun

Mehr Sicherheit auf YouTube

Unser Ansatz umfasst die folgenden Punkte: Wir **entfernen** richtlinienwidrige Inhalte, **reduzieren** die Verbreitung schädlicher Fehlinformationen und grenzwertiger Inhalte, **fördern** zuverlässige Nachrichten- und Informationsquellen, und **belohnen** vertrauenswürdige Creator.

Mehr Schutz auf YouTube

Wir wollen, dass du dich auf YouTube sicher fühlst, egal, wonach du suchst.

youtube.com/howyoutubeworks



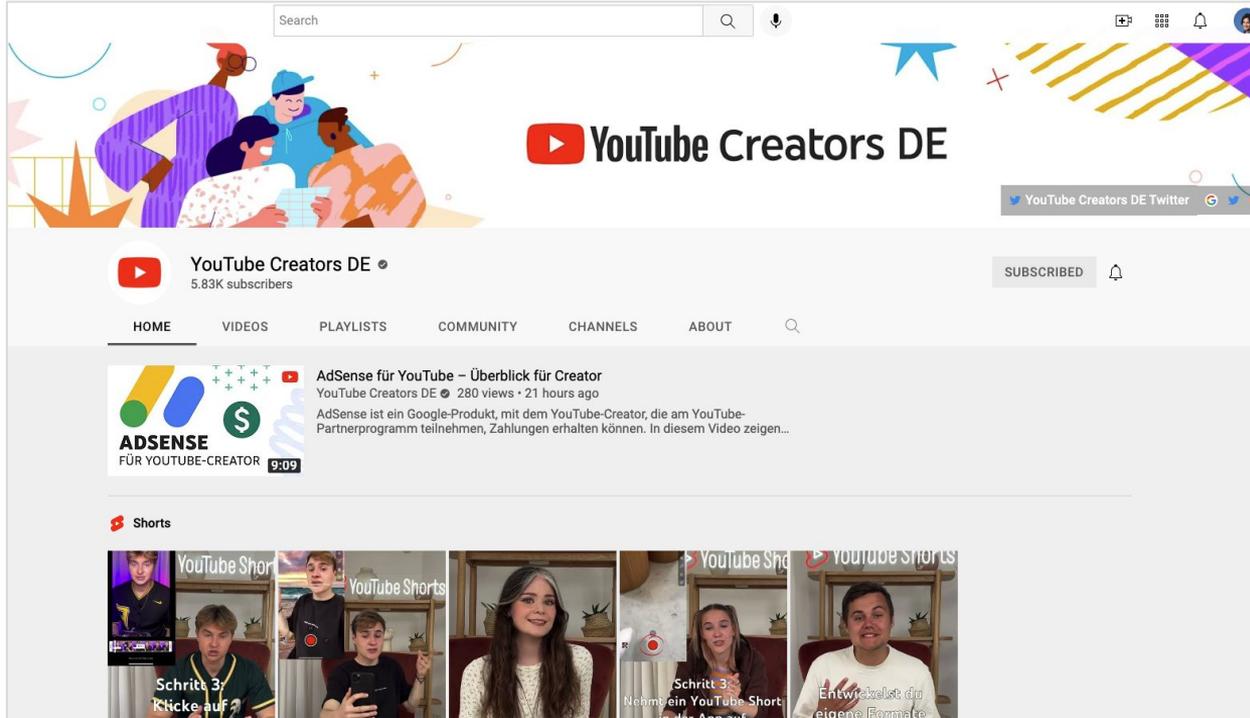
Herzlich willkommen So funktioniert YouTube Die häufigsten Fragen

So funktioniert YouTube

	<h3>Erste Schritte auf YouTube</h3> <p>Alles Wissenswerte zum Erstellen und Verwalten von Kanälen.</p>		<h3>Eine Community aufbauen</h3> <p>Tipps und Tricks, wie du eine Zielgruppe findest, pflegst und aufbaust.</p>
	<h3>Auf YouTube Einnahmen erzielen</h3> <p>Entdecke alle Möglichkeiten, wie du auf YouTube Geld verdienen kannst.</p>		<h3>Deinen Kanal ausbauen</h3> <p>Tools für spannende Inhalte und mehr Reichweite.</p>
	<h3>Richtlinien</h3> <p>Weitere Informationen zu den Richtlinien und Regeln.</p>		<h3>Programme und Initiativen</h3> <p>So unterstützen, belohnen und feiern wir Creator.</p>

youtube.com/creators





Youtube creators DE



YouTube Social Impact

Anhang: Arbeitsblätter

ZUSCHAUER INFORMIEREN

Die Zuschauer werden dir wahrscheinlich zu deinen Inhalten Fragen stellen. Als Vorbereitung solltest du dir also überlegen, welche Hauptpunkte du besonders hervorheben möchtest.

WAS ist die Geschichte hinter dem Problem und wie ist es entstanden?

WELCHE Fehleinschätzung des Problems gibt es häufig?

WELCHE Positionen gibt es zu dem Thema und warum?

WELCHE Herausforderungen haben dafür gesorgt, dass sich das Problem nicht gebessert hat?

IST ES ein globales oder lokales Problem?

COLLABS

Damit deine Zusammenarbeit mit anderen Creatoren möglichst optimal verläuft, solltest du dir vorab folgende Fragen stellen:

WELCHE Ziele möchtest du mit der Zusammenarbeit erreichen?

WER ist dein idealer Collab-Partner?

WELCHE besonderen Vorteile kannst du deinem Partner bieten?

WELCHE besonderen Arten von Inhalten kannst du bei einer Zusammenarbeit erstellen, die du alleine nicht produzieren könntest?
