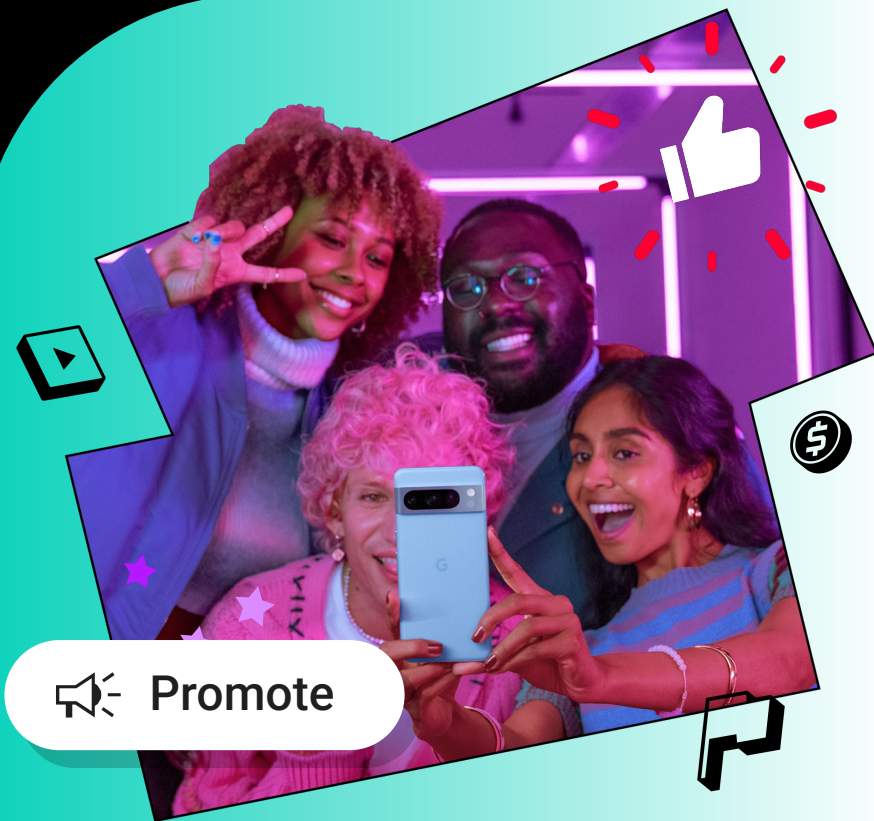


CREATOR-PLAYBOOK
CREATOR-PLAYBOOK
CREATOR-PLAYBOOK
CREATOR-PLAYBOOK
CREATOR-PLAYBOOK
CREATOR-PLAYBOOK

Fanbase vergrößern und Aufrufe steigern
– mit Promote



INHALT

- 01 Promote: Grundlagen
- 02 Kampagnenziele
- 03 Videoauswahl
- 04 Targeting- und Budgetoptionen
- 05 Beobachten der Kampagnenleistung
- 06 Ergebnisse maximieren
- 07 Best Practices für Creatives

Häufig gestellte Fragen

PROMOTE:
GRUNDLAGEN



Was ist Promote?

Mit der Promote kannst du deinen Kanal ausbauen und mehr Einnahmen auf YouTube erzielen.

Zusätzlich [zur Suche, zu Empfehlungen und anderen YouTube-Tools für die organische Suche](#) kannst du jetzt auch über Promote **für mehr Interaktionen und höhere Abozahlen auf deinem Kanal sorgen, die Sichtbarkeit deiner Videos erhöhen und die Anzahl der Klicks auf deine Website steigern.**

Die Funktion ist direkt in YouTube Studio im Web und in der mobilen App verfügbar und kann die Reichweite deiner Videos erhöhen.

Deine Videos werden
neuen Fans präsentiert.

Jetzt Promote nutzen



Warum sollte ich Promote ausprobieren?

Präsentiere deine Videos einem größeren Publikum auf **YouTube – der Plattform, auf der die ganze Welt zuschaut.**

Natürlich willst du, dass deine Inhalte von möglichst vielen Menschen gesehen werden – egal ob du sie zum Spaß erstellst, für dein Unternehmen oder beides.

Neben den Tools für die organische Suche, die du für mehr Wachstum nutzen kannst, sorgt Promote dafür, dass deine Videos ein größeres Publikum erreichen. So kannst du neue Fans gewinnen und deine Community bei Laune halten. Dabei hast du immer die Kontrolle über deine Inhalte.



Reichweite und Sichtbarkeit

Präsentiere Videos neuen Zuschauer*innen, die sich wahrscheinlich für deine Inhalte interessieren.



Gezielte Werbung

Erreiche ganz einfach die Menschen, die für deinen Kanal am wichtigsten sind, und lege ein für dich passendes Budget fest.



Einfache Anwendung

Du kannst ganz ohne komplizierte Anzeigenkäufe mit nur wenigen Klicks Werbeaktionen starten.



Flexibilität

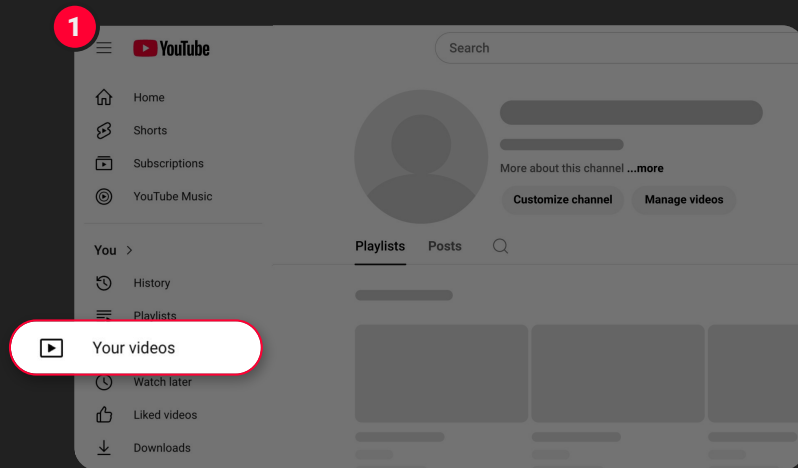
Mit Promote kannst du deine Ziele erreichen, egal ob du mehr Abos, mehr Aufrufe oder mehr Websiteclicks anstrebst.

KAMPAGNEN- ZIELE

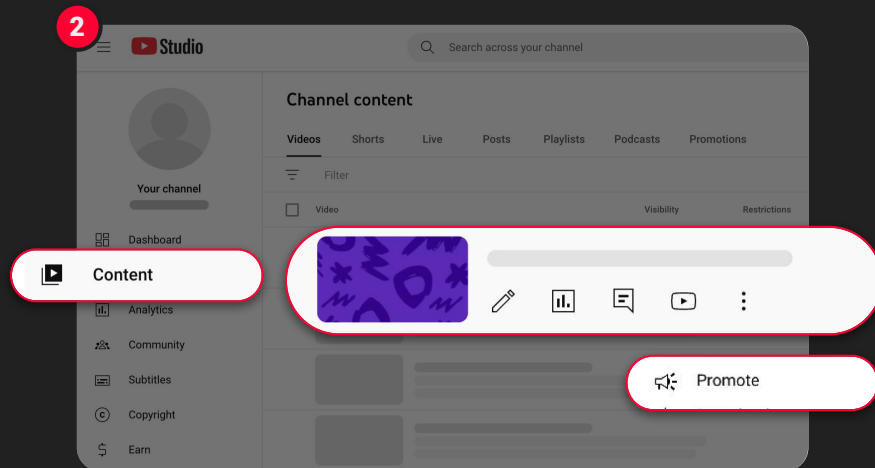


Wie verwende ich Promote?

So richtest du die Funktion **direkt auf YouTube auf dem Computer*** ein:



- Rufe **Meine Videos** auf, um zu YouTube Studio weitergeleitet zu werden.

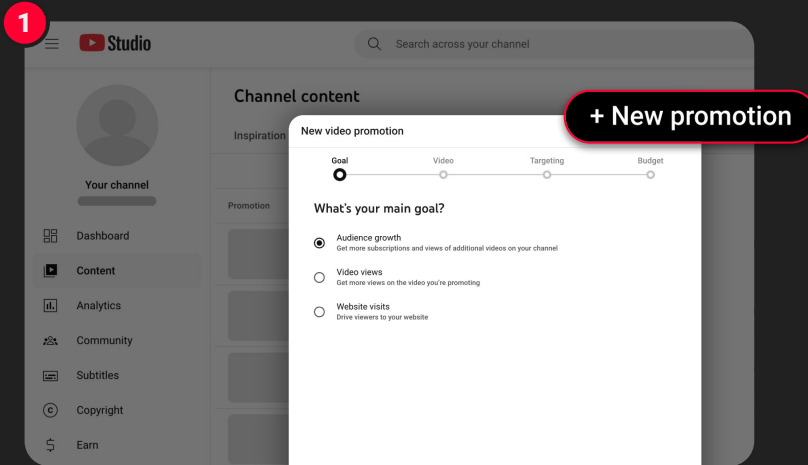


- Wähle **Inhalte** aus.
- Klicke neben einem Video auf das **Dreipunkt-Menü**.
- Klicke auf **Promoten**.

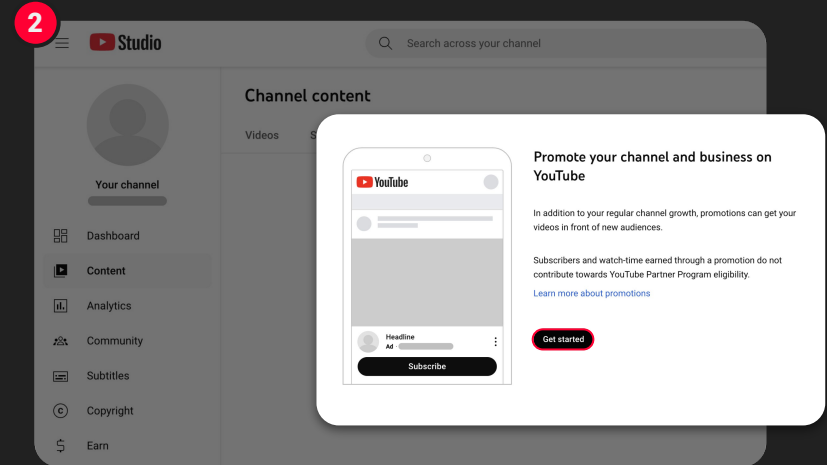
*Hinweis: Du benötigst ein Google Ads-Konto, das du beim Erstellen deiner ersten Kampagne einrichten kannst.

Wie verwende ich Promote?

So richtest du die Funktion auf dem Computer in YouTube Studio* ein:



- Wähle in YouTube Studio den Tab **Werbung** aus und klicke auf **+ Neue Werbeaktion**.

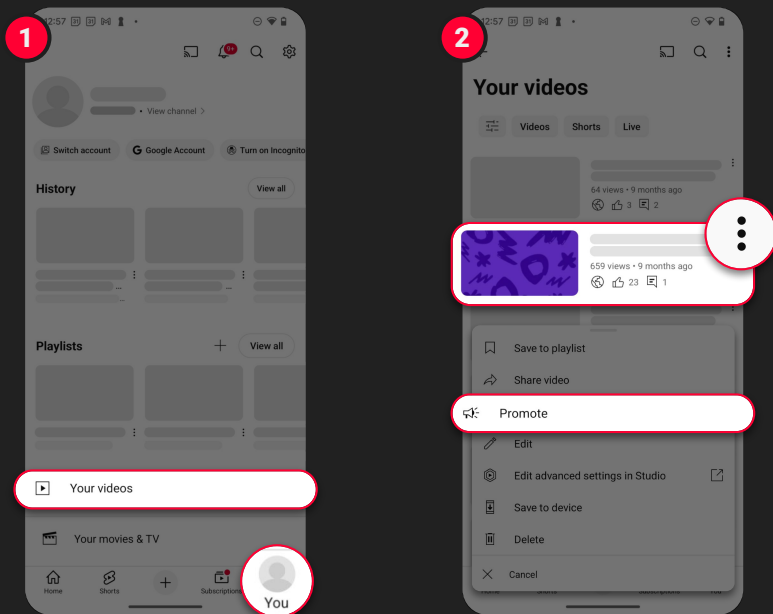


- Neue Nutzerinnen und Nutzer müssen auf [Jetzt starten](#) klicken.

*Hinweis: Du benötigst ein Google Ads-Konto, das du beim Erstellen deiner ersten Kampagne einrichten kannst.

Wie verwende ich Promote?

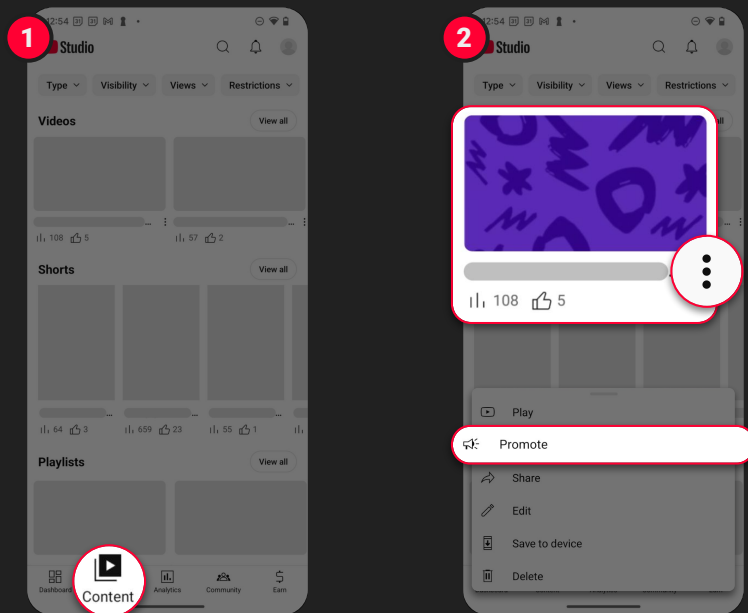
So richtest du die Funktion auf deinem **Mobilgerät in der YouTube App*** ein:



- Über die **YouTube App**:
 - Gehe zum Tab **Mein YouTube**.
 - Öffne **Meine Videos**.
 - Wähle unter **Videos** oder **Shorts** ein Video aus.
 - Tippe auf das **Dreipunkt-Menü** und dann auf **Promoten**.

Wie verwende ich Promote?

So richtest du die Funktion auf deinem **Mobilgerät in der Studio App*** ein:



- In der **YouTube Studio App**:
 - Gehe zu **Inhalte**.
 - Tippe auf das **Dreipunkt-Menü** des Videos, das du promoten möchtest.
 - Tippe auf **Promoten**.

*Hinweis: Nur in der Android App verfügbar.

Kampagne an deine Ziele anpassen

Promote bietet **drei unterschiedliche Kampagnenziele**:



Zielgruppenwachstum

Du willst mehr Abonnentinnen und Abonnenten?

Mit Promote optimierst du deine Kampagne, um Zuschauerinnen und Zuschauer zu erreichen, die deinen Kanal am ehesten abonnieren.



Videoaufrufe

Mehr Aufrufe gefälltig?

Mit Promote wird deine Videoanzeige Zuschauerinnen und Zuschauern präsentiert, die sich das Video wahrscheinlich ansehen würden. So kannst du die Sichtbarkeit und Reichweite deines Videos steigern.



Websitebesuche

Oder wünschst du dir mehr Website-Traffic?

Mit Promote optimierst du deine Kampagne, um Klicks auf eine Website deiner Wahl zu fördern. So kannst du Produkte, Dienstleistungen oder andere Onlineinhalte bewerben.

Erfolgsgeschichte: Escola Para YouTubers

Bildung | Etablierte Creator*innen

Ziele:

Videoaufrufe

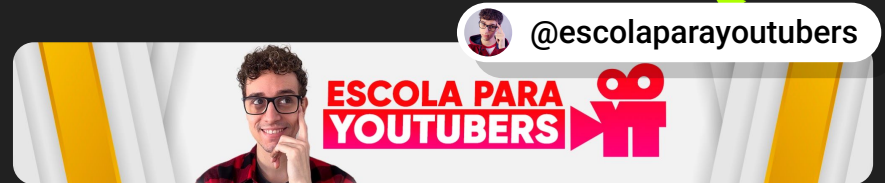
Websitebesuche

Ergebnisse:

2x mehr Umsatz

7x höherer ROI

[Escola para YouTubers](#) erstellt Videos, in denen Creatorinnen und Creator erfahren, wie sie ihren Kanal ausbauen können. Der Kanal testete Promote, um zu sehen, ob dadurch die Verkäufe von Kursen steigen könnten. Promote wurde für Videos eingesetzt, mit denen mehr Traffic zu den Kursen auf der Website geleitet werden sollte. Das Ergebnis: mehr Verkäufe und höhere Umsätze deutlich über den Werbeausgaben.



77

Mit Promotions lassen sich mit wenigen Klicks prima Anzeigen erstellen. **Die Einrichtung ist ganz einfach und perfekt für Creatorinnen und Creator wie mich.**

Caique Pereira

Creator von Escola para YouTubers

VIDEO-AUSWAHL



Die richtigen Videos für Promote auswählen

Alles beginnt mit den richtigen Videos. Neben der Mindestlänge von 10 Sekunden **ist auch Folgendes wichtig, um das Publikum zu begeistern:**



Relevanz für das Ziel

Stimme die Videoinhalte auf das Zielvorhaben ab. Wenn du dir zum Beispiel mehr Kanalabos wünschst, solltest du ein Video auswählen, das zeigt, welche Art von Inhalten Zuschauerinnen und Zuschauer auf deinem Kanal erwarten können.



Volle Kontrolle über Videos

Du kannst ein beliebiges Video auf deinem Kanal auswählen, unabhängig von der bisherigen Leistung. Egal ob du ein erfolgreiches Video noch bekannter machen oder ein älteres Video wiederbeleben möchtest – mit Promote hast du die Kontrolle.



Zuschauerinteresse

Wähle Videos aus, die den Interessen der Zielgruppe entsprechen, die du erreichen möchtest.



Einhaltung der Werberichtlinien

Alle beworbenen Videos müssen den [Richtlinien für Videoanzeigen](#) von YouTube entsprechen. Die Inhalte in deinen Videos dürfen nicht gegen diese Richtlinien verstoßen, zum Beispiel aufgrund von unangemessener Sprache, Gewalt oder irreführenden Informationen.

Richtlinienüberprüfung für Werbung



So funktioniert die Überprüfung

Nachdem du eine Werbung für ein Video erstellt hast, wird dein Video automatisch auf die Eignung dazu geprüft. Damit wollen wir sichergehen, dass die Inhalte den Google Ads-Richtlinien entsprechen.



Geprüft wird unter anderem Folgendes:

- **Videoinhalte**
- **Anzeigentitel**
- **Beschreibung**

[Weitere Informationen zu den Google Ads-Richtlinien](#)



Status deiner Werbeaktion

Bei einem Verstoß wird der Status deiner Werbeaktion je nach Art des Verstoßes als „Abgelehnt“ oder „Aktiv (eingeschränkte Zielgruppen)“ gekennzeichnet.

Wenn du den Mauszeiger auf den Status bewegst, erhältst du weitere Informationen zum Verstoß.

Beispiele für häufige Verstöße und wie du sie behebst



Politische Inhalte

Alle Inhalte, in denen **Amtsinhaberinnen oder Amtsinhaber** erwähnt oder abgebildet werden, gelten als Wahlwerbung.

Lösung: Schließe die Überprüfung für Werbetreibende ab, die für Wahlwerbung erforderlich ist, und informiere dich über die [Richtlinien für politische Inhalte](#) und die [Identitätsüberprüfung bei Wahlwerbung](#).



Gesundheit und Medizin

Bestimmte Themen im Bereich Beauty/Gesundheit unterliegen möglicherweise Einschränkungen.

Lösung: Lies dir die [Richtlinien zu Gesundheit und Medizin](#) sorgfältig durch und wähle ein anderes Video aus.



Finanzprodukte

Inhalte zu Finanzprodukten und -dienstleistungen müssen die **Vorschriften der Regionen oder Länder einhalten**, auf die die Anzeigen ausgerichtet sind.

Lösung: Schließe die [Überprüfung für Finanzdienstleistungen](#) ab und lies dir die [Richtlinien zu Finanzprodukten und -dienstleistungen](#) durch.



Redaktionelle Anforderungen: Zeichensetzung, Symbole, Verwendung von Großbuchstaben:

Emojis, übermäßig viele Satzzeichen und Text in Großbuchstaben.

Lösung: Verwende eine klare und professionelle Sprache. Weitere Informationen zu den [Richtlinien für Zeichensetzung und Symbole](#) sowie zur [Verwendung von Großbuchstaben](#).

Schnelle Lösung: Die schnellste Lösung bei einem abgelehnten Video ist möglicherweise, das Video auszutauschen, das beworben werden soll. Wenn du das abgelehnte Video dennoch für Promote nutzen möchtest, lies dir die Richtlinie noch einmal genau durch, die als Grund für die Ablehnung angegeben wurde.

Private Videos: [Private Videos](#) können nicht für Promote genutzt werden.

Erfolgsgeschichte: The Möníc

Musik | Aufstrebende Creator*innen

Ziele:

Zielgruppenwachstum

Videoaufrufe

Ergebnisse:

~2x

mehr
neue Abos

2x

Videoaufrufe

Die brasilianische Rockband [The Möníc](#) suchte nach einer einfachen Möglichkeit, ihre Fanbase zu vergrößern und ihre Musikvideos einem breiteren Publikum zu präsentieren. Die Ziele waren klar, aber die Band hatte keine Zeit, sich lange mit komplexen Werbeplattformen auseinanderzusetzen. Hier kommt Promote ins Spiel. Mit den Zielvorhaben „Zielgruppenwachstum“ für mehr Abos und „Videoaufrufe“ für mehr Aufrufe konnten sie nachvollziehen, woher der höhere Traffic kam, und die Effektivität einer Werbeaktion messen.



@TheMonic



77

Es ist ein extrem leistungsstarkes Tool, das alle Künstlerinnen und Künstler kennen sollten. Richtig eingesetzt, kann man damit echt erstaunliche Ergebnisse erzielen. **Es ist eine der besten Möglichkeiten, Musik zu bewerben.**

Dani Buarque

Mitglied von The Möníc

TARGETING- UND BUDGET- OPTIONEN



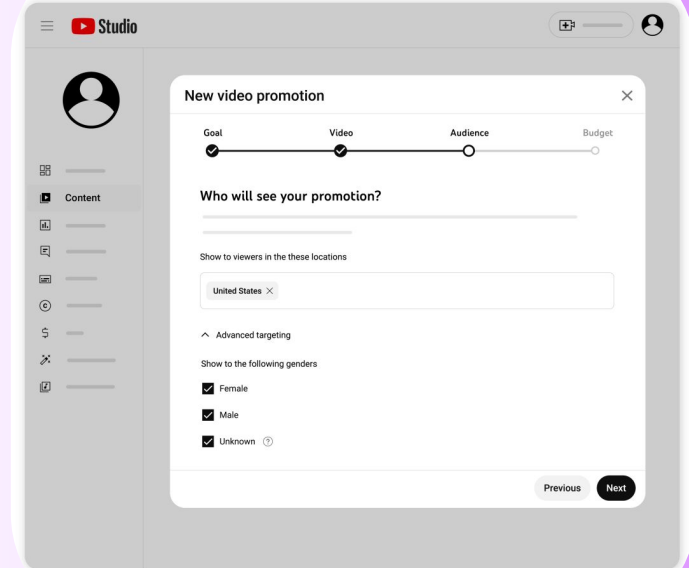
Kampagnen effektiv ausrichten

Wähle aus, welche Zielgruppen du mit deinen Videos erreichen möchtest. Du kannst das [demografische Targeting](#) nutzen und **Alter, Geschlecht, Land und Interessen** festlegen.

Das Targeting nach Interessen wird ab Dezember 2025 weltweit auf dem Computer verfügbar sein (Änderungen vorbehalten).



Wenn du eine möglichst große Reichweite erzielen möchtest, solltest du die erweiterten Targeting-Einstellungen ganz weglassen und viele Länder für deine Werbeaktion auswählen.



Hinweis: Es kann ein bis zwei Tage dauern, bis unsere Systeme die richtigen Zielgruppen ermittelt und deine Werbeaktion entsprechend optimiert haben.

Wir berücksichtigen zwar die ausgewählten demografischen Merkmale, können aber auch über die ausgewählten Interessen hinausgehen, damit deine Inhalte die größtmögliche Zielgruppe erreichen, die deinen gewünschten demografischen Merkmalen entspricht. [Weitere Informationen](#)

Passendes Budget festlegen



Leistungsoptimierung

Dein Budget wird so eingesetzt, dass du deine Kampagnenziele möglichst effizient erreichst.



Volle Budgetkontrolle

Dir wird nie mehr als das Gesamtbudget in Rechnung gestellt, das du für deine Kampagne festgelegt hast.



Mindestempfehlungen

Du kannst schon mit einem Budget von 5 € Ergebnisse erzielen, aber **wir empfehlen in der Regel mindestens 100 €**, da sich die Kampagnenleistung im Laufe der Zeit tendenziell verbessert.

BEOBACHTEN DER
KAMPAGNEN-
LEISTUNG



Wichtige Messwerte beobachten

Behalte die Leistung deiner Kampagnen im Blick. **So erkennst du schnell, was zum Erfolg beiträgt.**

Die Promote-Berichte liefern dir die Daten, die du benötigst, um **verschiedene Videos, Ziele und Targeting-Strategien zu testen** und die richtige Formel für deinen Erfolg zu finden.



Impressionen

Hier siehst du auf einen Blick, wie oft ein Thumbnail deiner Werbeaktion eingeblendet wurde.



Aufrufe

Behalte die Anzahl der Aufrufe deines beworbenen Videos im Blick, um die Reichweite deiner Kampagne zu messen.



Abos

Die Anzahl der neuen Abonnentinnen und Abonnenten, die deinen Kanal nach 10 Sekunden Videowiedergabe abonniert oder innerhalb von 3 Tagen auf deine Werbung geklickt haben.



Gesamtkosten

Hier siehst du die bisherigen Kosten der einzelnen Kampagnen.



Websitebesuche

Die Anzahl der Besuche, die deine Anzeige auf deiner externen Website generiert.

Fundierte Anpassungen vornehmen

Daten zur Kampagnenoptimierung verwenden:



Verschiedene Videos testen

Du kannst mit demselben Budget und Targeting zwei verschiedene Videos bewerben. Die Ergebnisse zeigen dir, welches Video am besten abschneidet, und helfen, die Zielgruppe besser zu verstehen.



Mit dem Targeting experimentieren

Wenn du mit deiner Kampagne nicht die richtige Zielgruppe erreichst, solltest du verschiedene Targeting-Optionen ausprobieren, um Interaktionen zu steigern. Wenn du beispielsweise eine größere Zielgruppe ansprechen möchtest, kannst du das demografische oder geografische Targeting erweitern.



Budget anpassen

Je nach Kampagnenleistung kannst du dein Budget anpassen, um die Werbeausgaben zu erhöhen oder zu senken.

Erfolgsgeschichte: Bethel Music

Religion | Große Creator*innen

Ziele:

Zielgruppenwachstum

Interaktion

Ergebnisse:

10x

mehr neue
Abos

2x

höherer
ROI

[Bethel Music](#) wollte rund um das Album „We Must Respond“ ein besonderes Ereignis schaffen und begann, mit Promote zu experimentieren. Sie setzten Werbung ein, um neue Abonnentinnen und Abonnenten zu gewinnen – mit Erfolg. Um diesen aufrechtzuhalten, startete Bethel Music eine zweiphasige Kampagne für die Künstlergruppe The McClures, die mit einem „sanften Intro“ für eine EP begann und mit intensiver Werbung für einen bestimmten Song fortgesetzt wurde. Sie stellten fest, dass sie mit dem Zielgruppen-Targeting von Promote ein besonders aktives Publikum erreichten, das den Kanal noch nicht abonniert hatte. Auch heute noch nutzen sie Promote bei allen neuen Veröffentlichungen, um neue Fans zu erreichen und die globale Präsenz auszubauen.



Promote ist sehr flexibel und einfach und es überrascht mich immer wieder, dass man mit einer so simplen Funktion so gute Ergebnisse erzielen kann. Shorts als Anzeigen haben sich als genauso erfolgreich erwiesen wie Videos im Langformat.“

Thomas Cannariato

YouTube-Manager bei Bethel Music

ERGEBNISSE
MAXIMIEREN



Neue Fans gewinnen

Mit Promote kannst du deinen Kanal jetzt und in Zukunft ausbauen.



Realistische Ziele setzen

Definiere klare, messbare Ziele für deine Promote-Kampagnen und beobachte deine Fortschritte im Laufe der Zeit.



Anpassen und weiterentwickeln

Wenn dein Kanal wächst und sich deine Zielgruppe weiterentwickelt, musst du deine Werbestrategie unter Umständen anpassen. Prüfe regelmäßig die Leistung deiner Kampagnen und nimm bei Bedarf Anpassungen vor, um wettbewerbsfähig zu bleiben.



Integrierter Ansatz

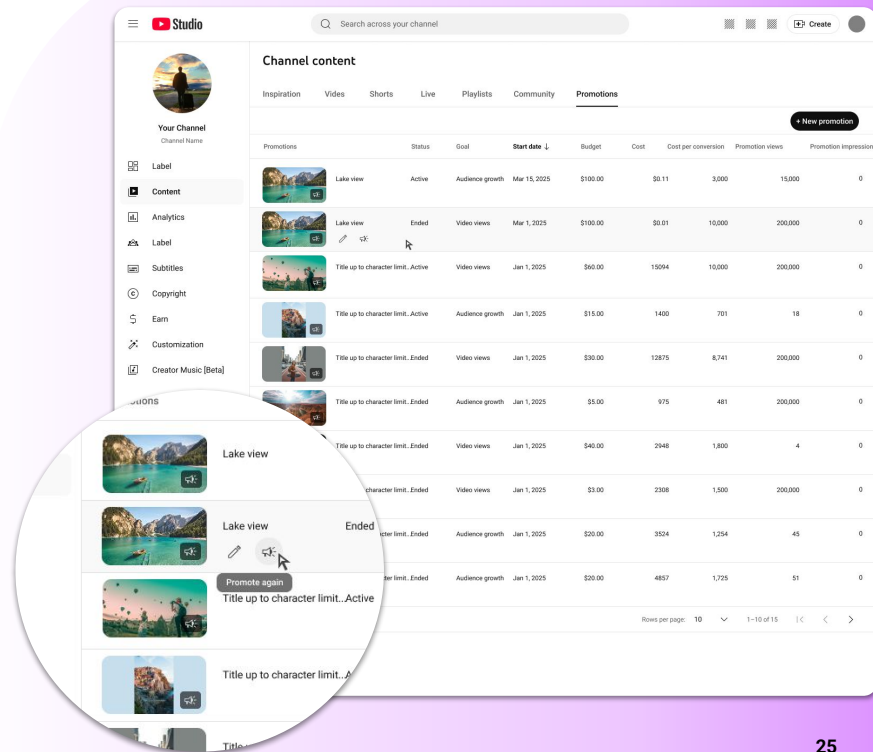
Promote ist [eines von vielen Tools](#), mit denen du deinen Kanal ausbauen kannst. Kombiniere bezahlte Werbung mit regelmäßigen Videouploads und Interaktionen mit deiner Community.

Kampagnen neu starten

Bist du bereit, am Ball zu bleiben? Mit der Funktion **Noch einmal promoten** kannst du deine erfolgreichsten Kampagnen ganz einfach erneut starten.

Dabei werden alle Einstellungen deiner vorherigen Werbeaktion übernommen. Du kannst also **eine erfolgreiche Kampagne mit nur wenigen Klicks neu starten**.

Du möchtest etwas optimieren? **Es besteht weiterhin die Möglichkeit, die Einstellungen nach dem Neustart anzupassen.**



Erfolgsgeschichte: RVi

Autos und andere Verkehrsmittel | Aufstrebende Creator*innen

Ziele:

Zielgruppenwachstum

Videoaufrufe

[RVi](#), ein Hersteller innovativer Produkte für Wohnmobile, hatte bereits eine starke Community aus Wohnmobilsterns auf seinem YouTube-Kanal, wollte aber ein größeres Publikum erreichen. Der Kanal erstellte allgemeine Übersichtsvideos zur Wohnmobilbranche, die sowohl Neulinge als auch erfahrene Camper*innen ansprechen sollten. Anschließend bewarb er die Videos mit Kampagnen, die auf Zielgruppenwachstum und Videoaufrufe ausgerichtet waren, um eine breitere demografische Gruppe zu erreichen.



Erfolg oder Misserfolg lässt sich nicht anhand einer einzigen Promote-Kampagne beurteilen. **Führe ein paar Kampagnen durch, um deine Messwerte zu analysieren.** Basierend darauf kannst du dann eine Entscheidung treffen.“

Chris Bonham

Social Media & Marketing Manager bei RVi

BEST PRACTICES FÜR CREATIVES



Ansprechende Anzeigen entwickeln

Deine Creatives (Überschriften, Beschreibungen und Bilder) spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen und Interaktionen zu fördern.

Best Practices für effektive Anzeigen:

Aussagekräftige Anzeigentitel

Verfasse kurze, informative Anzeigentitel, die ins Auge fallen. Vermittle klar den Mehrwert deines Videos und animiere das Publikum zum Anklicken.

Überzeugende Beschreibungen

In der Beschreibung kannst du Kontext zu deinem Video liefern und die wichtigsten Punkte hervorheben. Füge relevante Keywords hinzu, damit deine Videos besser gefunden und häufig angesehen werden.



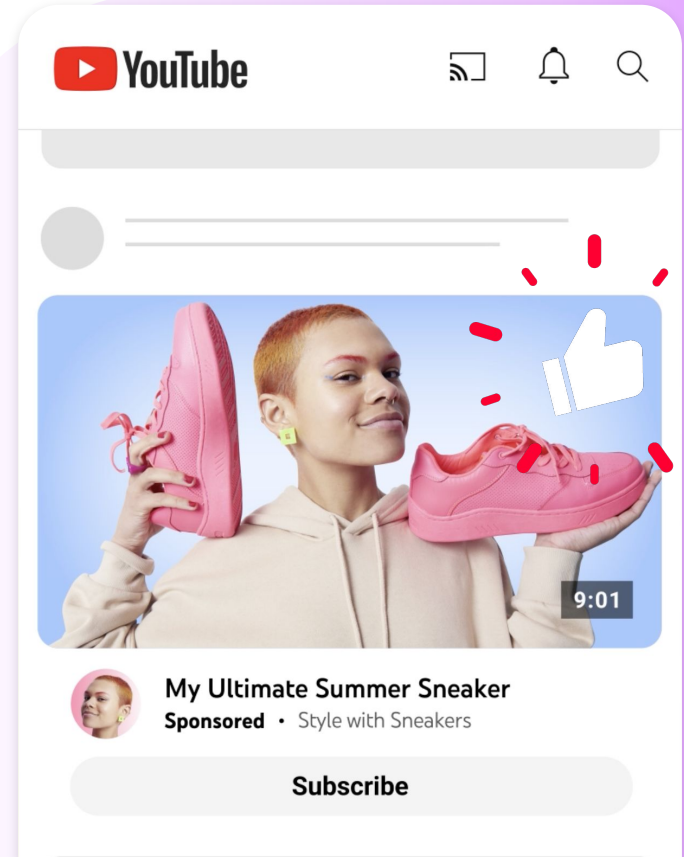
5 Tipps für gesunde Zimmerpflanzen 🌱

In diesem Video zeige ich euch, wie ich meine Zimmerpflanzen pflege, damit sie prächtig gedeihen.

Gesponsert • Houseplant Obsessed

Starke Bilder

Die [Thumbnails](#) der Videos, die du bewerben möchtest, sind dieselben wie bei organisch präsentierten Videos. Bei beworbenen Videos solltest du **besonders auf die Thumbnails achten, da sie für viele Zuschauerinnen und Zuschauer der erste Eindruck sind.**



Erfolgsgeschichte: The Beaten Trail

Autos | Aufstrebende Creator*innen

Ziele:

Zielgruppenwachstum

Videoaufrufe

Ergebnisse:

25.000+

neue Abos

3x

mehr Umsatz-
wachstum

Die Offroad-Cracks von [The Beaten Trail](#) wollten die Reichweite ihres Kanals auf YouTube erhöhen und mehr Abos, Aufrufe und Umsatz erzielen. Sie begannen mit Promote zu experimentieren, da die Funktion nutzerfreundlich und einfach einzurichten ist. Mit dem Ziel, mehr Zuschauerinnen und Zuschauer zu gewinnen, bewarben sie strategisch Videos, die bereits organisch gut performt hatten. Außerdem nutzten sie ausgewählte Thumbnails und Storytelling-Elemente, um das Interesse der gewünschten Zielgruppe zu wecken.



77

Mit Promote habe ich meinen Kanal enorm vorangebracht. Ich verdiene mehr Geld und habe ein größeres Publikum, während mein Kanal organisch weiter wächst.“

Michael Herrmann

Creator von The Beaten Trail

Milliarden Menschen*
nutzen YouTube, um neue
Lieblingsvideos, Kanäle oder
Communities zu entdecken.

Hilf ihnen, dich zu finden.

Jetzt Promote nutzen

* Claim: YouTube wird jeden Monat von Milliarden angemeldeten Nutzerinnen und Nutzern verwendet.
Quelle: Interne Daten, weltweit, Juli 2022



Häufig gestellte Fragen

Häufig gestellte Fragen

Wie erhalte ich Unterstützung?

Wenn du Hilfe bei Problemen mit der Erstellung von Inhalten in Studio benötigst, kontaktiere das [Creator-Supportteam](#)*. Bei allen anderen Problemen, zum Beispiel mit der Kampagnenbereitstellung und Abrechnung, kannst du dich an das [Google Ads-Supportteam](#) wenden.

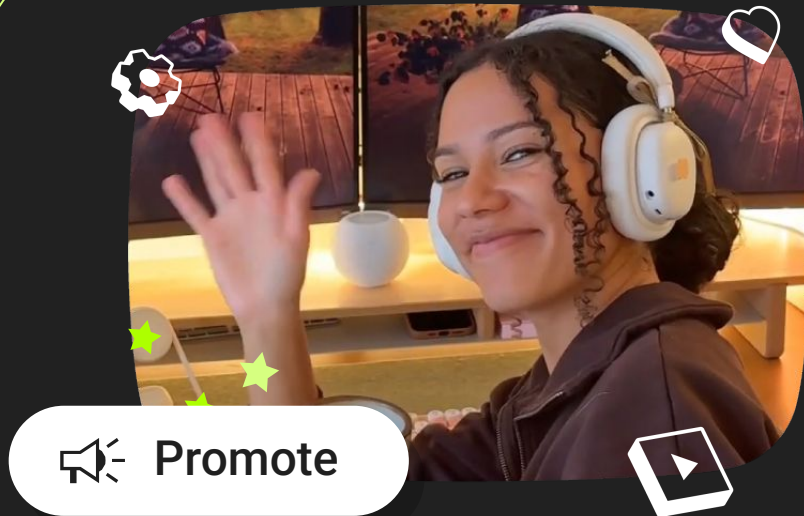
Wirkt sich Promote negativ auf die organische Reichweite meiner Videos aus?

Nein. Wenn du deine Videos mit Promote bewirbst, hat das KEINE negativen Auswirkungen auf die organische Reichweite deines Kanals. Das Empfehlungssystem und das Werbesystem von YouTube sind voneinander getrennt und interagieren nicht miteinander.

Die organische Reichweite hängt davon ab, wie Zuschauerinnen und Zuschauer mit deinen Videos interagieren, wenn sie auf ihrer Startseite, in den Suchergebnissen oder als vorgeschlagenes Video empfohlen werden. Das Empfehlungssystem soll Zuschauern passende Videos vorschlagen. Dabei werden der Wiedergabeverlauf und die Interaktionen der Zuschauer berücksichtigt.

Promote ist ein Werbetool, mit dem das organische Wachstum ergänzt werden soll. Das Ziel von Werbung über Promote ist es, dein Video einer bestimmten Zielgruppe zu präsentieren. Das Targeting erfolgt anhand der von dir ausgewählten Kampagneneinstellungen, zum Beispiel hinsichtlich demografischer Merkmale oder Budget.

* **Hinweis:** Der Creator-Support ist nur für Personen verfügbar, die am YouTube-Partnerprogramm teilnehmen.



Häufig gestellte Fragen

Sind die Aufrufe und Abos, die ich über Promote erhalte, gültig?

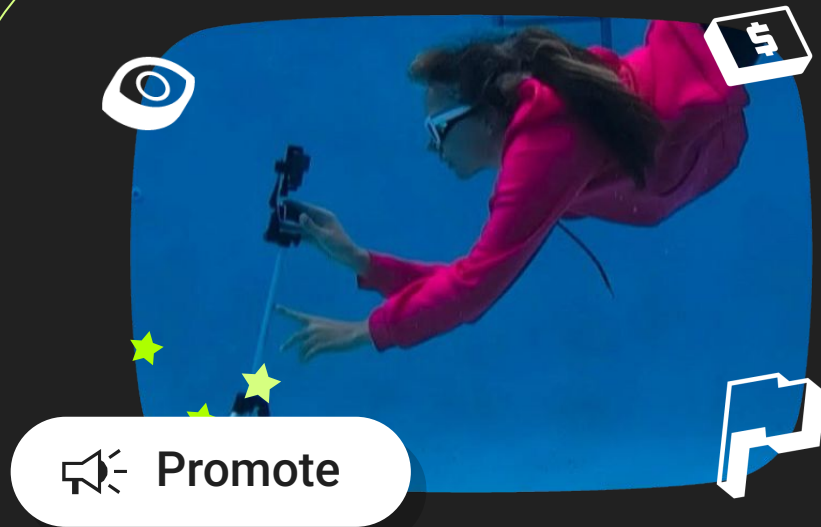
Ja, alle Aufrufe und Abos, die du über Promote erhältst, sind gültig.

Wenn du ein Video promotest, wird auf YouTube als Werbeanzeige präsentiert. Zuschauer*innen entscheiden sich bewusst dafür, deine Werbung anzusehen, und können deinen Kanal direkt über die Anzeige abonnieren. Das sind keine Bots, sondern echte Mitglieder der YouTube-Community, die du über Werbung erreicht hast. Mit einer Werbeaktion kannst du dafür sorgen, dass Menschen auf deinen Kanal aufmerksam werden. Und wenn du anschließend Content lieferst, der sie interessiert, werden sie wahrscheinlich weiter mit deinen Inhalten interagieren.

Bei den Voraussetzungen für die Teilnahme am YouTube-Partnerprogramm werden nur organische Abos berücksichtigt, damit für alle, die am Programm teilnehmen möchten, dieselben Bedingungen gelten.

Warum wird meine Werbung zu ungewöhnlichen Zeiten oder hauptsächlich in bestimmten Ländern ausgeliefert?

Für eine gleichbleibende Kampagnenleistung kann es sein, dass deine Kampagne aufgrund des [optimierten Targetings](#) in verschiedenen Regionen und zu unterschiedlichen Tageszeiten ausgeliefert wird.



Häufig gestellte Fragen

Wie wird bei Werbung das richtige Publikum für mein Video gefunden?

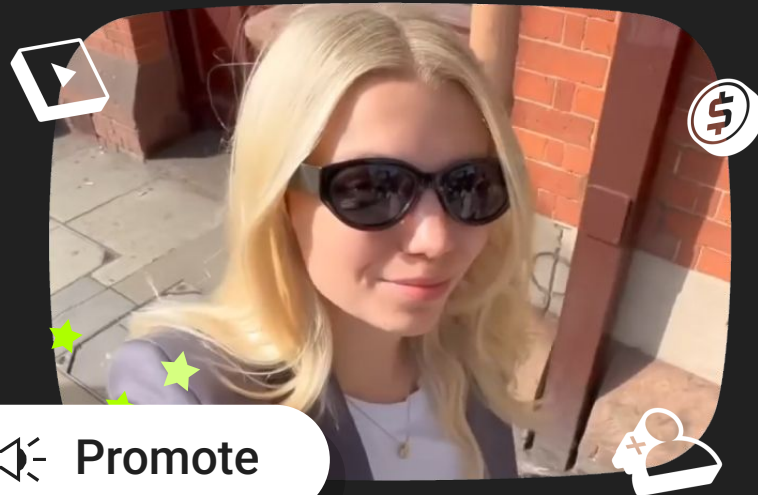
Wir nutzen verschiedene Signale aus deinen Inhalten und von potenziellen Zuschauerinnen und Zuschauern, um die Werbung bestmöglich auszurichten.

Was ist der Unterschied zwischen der Funktion „Promote“ in YouTube Studio und YouTube-Interaktionen in Google Ads?

Das Zielvorhaben „Zielgruppenwachstum“ bei Promote und YouTube-Interaktionen, mit dem eine Optimierung von YouTube-Kanalabos in Google Ads erreicht werden soll, ist dasselbe Produkt. Promote hat eine andere, nutzerfreundlichere Oberfläche, die das Erstellen von Kampagnen erleichtert. Interaktionen in Google Ads bieten detailliertere Berichte und Kampagneneinstellungen. Promote eignet sich, wenn du ein einfacheres, benutzerfreundlicheres Tool suchst. Verwende „Interaktionen“, wenn du detailliertere Statistiken und mehr Kontrolle möchtest.

Werden Abos und die Wiedergabezeit aus Anzeigen auf meine Ziele für das YouTube-Partnerprogramm angerechnet?

Nein. Die Mindestanforderungen für das Partnerprogramm basieren auf organischen Abonnent*innen und organischer Wiedergabezeit.



Häufig gestellte Fragen

Wenn Abos und die Wiedergabezeit nicht für die Teilnahme am YouTube-Partnerprogramm zählen, warum sollte ich dann bezahlen, um meinen Kanal zu bewerben?

Abos, die du über Werbung erzielst, zählen nicht für die Teilnahme am Programm. Die Aufrufe, Kommentare und Interaktionen auf deinem Kanal machen ihn jedoch attraktiver für zukünftige Abonnentinnen und Abonnenten und Markendeals. Einige Creatorinnen und Creator nutzen die Funktion, um Affiliate-Verkäufe oder Websitezugriffe zu steigern. Andere verkaufen ihre eigenen Produkte oder Dienstleistungen. Abos sind wichtig, aber es gibt noch andere Möglichkeiten, von einer größeren Zielgruppe auf YouTube zu profitieren.

Promote ist ein Werbeprodukt, das die organische Reichweite deines Kanals ergänzen soll. Es kann dir helfen, neue Zielgruppen zu erreichen, und du hast mehr Kontrolle darüber, wer deine Inhalte sieht und mit ihnen interagiert. Abos, Aufrufe und Interaktionen, die du durch die Funktion erzielst, können deinen Kanal attraktiver machen und dir helfen, deine Fanbase zu vergrößern oder deinen Umsatz zu steigern.



Häufig gestellte Fragen

Was kann ich tun, wenn meine Kampagne ausgesetzt oder mein Konto gesperrt wurde?

Alle Kampagnen müssen den [Werberichtlinien](#) und [Community-Richtlinien](#) von YouTube entsprechen. Andernfalls werden deine Anzeigen möglicherweise abgelehnt und nicht ausgeliefert. In schwerwiegenden Fällen kann dein Werbekonto gesperrt werden.

Wenn deiner Meinung nach ein Irrtum vorliegt, kannst du den Support kontaktieren. Klicke dazu auf eine Werbung und scrolle nach unten zum Support für Werbung.

