

HANDOUT:

**YOUTUBE
FÜR DIE
JUGENDARBEIT**

VON SILVAN MAXIMILIAN HOHL

Katholisches Medienzentrum
Pfingstweidstrasse 10, 8005 Zürich

silvan.hohl@kath.ch

PROLOG:

ZAHLEN UND FAKTEN ZU YOUTUBE



2,29 Milliarden
YouTube-Nutzer

500
Stunden
hochgeladenes
Videomaterial pro
Minute

YouTube gibt es in 80
Sprachen

Es gibt weltweit 2,29 Milliarden YouTube-Nutzer. Dabei werden pro Minute 500 Stunden Videomaterial hochgeladen. Weiter gibt es YouTube in 80 Sprachen und 91 Ländern. 80% der jungen Menschen nutzen YouTube. 23% aller Videos werden mit der Absicht etwas zu lernen geschaut.

YouTube kann auf ganz vielfältige Weise genutzt werden. Einerseits ist es eine grossartige Lernplattform, die Diskussionen und den Austausch fördert. Weiter kann sie als Informationsquelle oder einfach zur Unterhaltung genutzt werden. Zusätzlich erlaubt YouTube die Erstellung eigener Inhalte in Form von Videos.

Aber was bringt YouTube in meiner Arbeit? YouTube kann sowohl aktiv als auch passiv eingesetzt werden. Aktiv heisst, man produziert Videos selber oder zusammen mit jungen Menschen. So kann die Meinungsbildung und Kreativität der Jugendlichen gefördert werden. Passiv heisst, man schaut beispielsweise im Firmunterricht mit den Jugendlichen spezifische Videos, diskutiert und kommentiert sie dann gemeinsam.

ERSTER TEIL

**EINEN
YOUTUBE-KANAL
AUFBAUEN**

1.

DIE ZIELE DES YOUTUBE-KANALS

Zuerst geht es darum, die Ziele für den Kanal festzulegen. Welche Inhalte sollen produziert werden und für wen?

- Mit einer **Crossmedia-Strategie** bewirbt man die Videos und bindet sie in ein crossmediales Umfeld ein. Das heisst, man verlinkt die Videos zu Websites und teilt sie auf anderen Social Media Plattformen.
- Mit einer **Multiplikatoren-Strategie** sucht man Kooperationen mit anderen Youtubern, um so die eigene wie auch die gemeinsame Reichweite zu vergrössern.
- Mit einer **Content-Strategie** möchte man zum Experten in der einen Nische werden. Dabei sucht man sich ein Thema aus, bei dem man sich auskennt. In regelmässig hochgeladenen Videos teilt man sein Wissen mit der Community.

Normalerweise nutzt ein Youtube-Kanal alle drei Punkte, um Reichweite zu generieren. Nur eine einzige Strategie zu wählen, macht oftmals wenig Sinn.

2.

VIDEOFORMATE

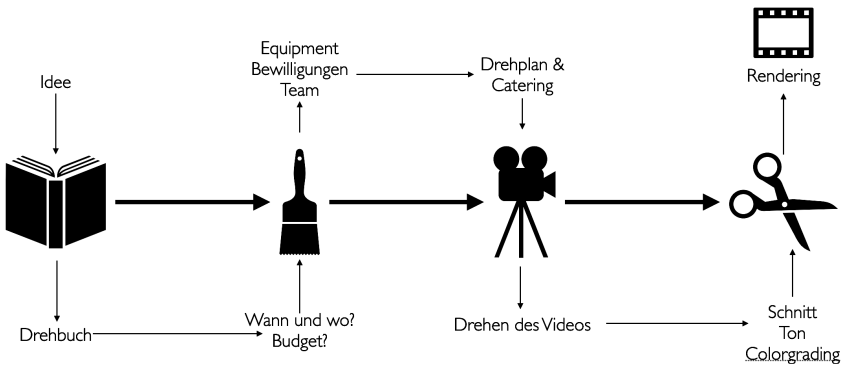
In einem zweiten Schritt sollte man die eigentlichen Ziele des Kanals bestimmen und auswählen, welche Video-Formate man einsetzen will. Hier einige Beispiele:

- Bewertungen von Usern
- User Q&A
- Interviews mit Experten
- Werbung/Promotion
- Events
- Tipps und Tricks
- Erklärvideos
- Produktbeschreibungen
- Antworten auf FAQs
- Hinter den Kulissen
- etc.

3.

VIDEOPRODUKTION

Im dritten Schritt geht es darum, das geplante Video in die Tat umzusetzen. Folgende Grafik beschreibt einen idealen Videoproduktionsworkflow:

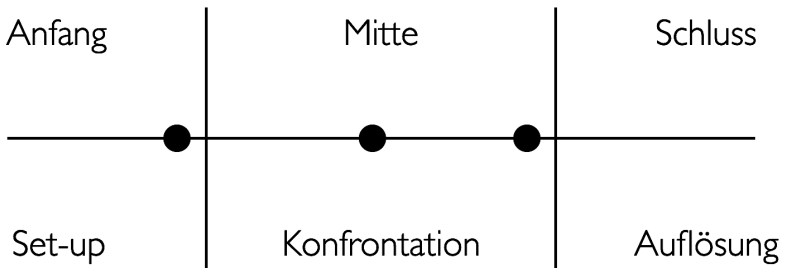


Videoproduktionsworkflow

Um eine Story für ein Video zu entwickeln, hilft eine 3-Akt-Struktur. Im ersten Akt, dem Set-up, sollten das Thema und die Protagonistinnen und Protagonisten eingeführt werden.

Im zweiten Akt geht es um die Konfrontation mit einem Thema. Was man im ersten Akt angekündigt hat, setzt man im zweiten Akt um.

Im dritten und letzten Akt wird ein Fazit zum Inhalt gezogen.



Klassische 3-Akt Struktur

Ein typisches Youtube-Video hat am Anfang oftmals einen Teaser, welcher den Inhalt des ganzen Videos zusammenfasst, ohne zuviel zu verraten. Dann folgt meistens ein Intro und anschliessend das eigentliche Video in der oben erwähnten 3-Akt-Struktur. Der Clip endet mit einem Outro, in dem man die User bittet, den Kanal zu abonnieren, die Glocke zu aktivieren und das Video zu liken. Diese „Abo-Bitte“ kann aber auch am Anfang oder während dem Youtube-Video geschehen.

Für die Videoproduktion sind weitere vier Punkte zu beachten:

- Das **Bildformat** bestimmt das Seitenverhältnis des Videos. Normalerweise besitzen Youtube-Videos ein Seitenverhältnis von 16:9. Alte Fernsehgeräte hatten beispielsweise ein Seitenverhältnis von 4:3. Kinofilme haben oft ein Seitenverhältnis von 2.35:1. Mit diesen Formaten kann man spielen und einen entsprechenden Look vermitteln. Bei Youtube-Shorts wird meistens das Format 9:16 verwendet.
- Dank der **Zeitlupe** können Momente langsamer als in Echtzeit dargestellt werden. Solche Einstellungen lohnen sich, um wichtige Augenblicke zu unterstreichen und ihre Wirkung bei der Zuschauerin oder dem Zuschauer zu vergrössern.

- Die **Einstellungsgrösse** bestimmt den Ausschnitt. Eine Halbtotale zeigt den ganzen Protagonisten. Eine amerikanische Einstellung zeigt ihn nur noch bis zu den Hüften. Eine Nahaufnahme ist ein klassisches Brustbild und eine Grossaufnahme umfasst nur noch das Gesicht der Protagonistin. In der Regel gilt: Jeweils eine Einstellungsgrösse zwischen der vorherigen und der nächsten Einstellung überspringen, um eine saubere Schnittabfolge zu erhalten.
- Die **Kamerahöhe** beschreibt den Blickwinkel der Kamera. Wenn die Kamera auf den Protagonisten hinunterschaut, dann wird er visuell klein und schwach dargestellt. Schaut die Kamera zur Protagonistin hoch, dann wird diese visuell stark und mächtig dargestellt. Bei Interviews verwendet man meist eine neutrale Kamerahöhe. Dabei ist die Kamera auf Augenhöhe mit der Protagonistin oder dem Protagonisten.

Was oft vergessen geht, aber genau so wichtig ist, ist der Ton des Videos. Um die Tonqualität zu steigern, ist es hilfreich, ein externes Mikrofon zu verwenden. Einerseits ist so die Klangqualität besser und andererseits können so viele Störgeräusche minimiert werden. Beim Ton gilt immer die Regel: Je näher das Mikrofon an der aufzunehmenden Tonquelle ist, desto besser.

4.

MARKETING

Im vierten Schritt geht es darum, auf den eigenen Youtube-Kanal aufmerksam zu machen. Dabei ist es wichtig, andere Social Media-Kanäle einzubinden, um auf seine Videos aufmerksam machen. Weiter bietet auch ein eigener Newsletter oder eine Whatsapp-Gruppe ein gutes Werbefenster. Auch ist es wichtig, die Youtube-Videos über Google Ads zu bewerben, um weiteren Traffic auf den eigenen Kanal zu lenken. Zudem sollte beachtet werden, dass der Kanal ansprechend gestaltet ist und die Videos gute Titel und Beschreibungen aufweisen. Dies ist für den YouTube-Algorithmus besonders wichtig, um die Videos einzuordnen. Auch kann das Community-Tab von YouTube den Traffic auf den eigenen Kanal erhöhen.

5.

COMMUNITYPFLEGE

Der fünfte und letzte Schritt ist die Communitypflege. Dabei geht es vor allem darum, Kommentare unter den Videos zu beantworten und Einwände, Fragen oder Ideen der eigenen Community ernst zu nehmen. Es ist aber auch wichtig, gehässige oder gar verletzende Kommentare zu löschen.

ZWEITER TEIL

WISSENS- WERTES

1.

DIE ZIELE DEINES YOUTUBE-KANALS

Es ist wichtig, die rechtlichen Aspekte, die ein Youtube-Kanal mit sich bringt, zu kennen. Grundsätzlich gibt es dabei zwei wichtige Aspekte: lizenzfreie Medien und das Persönlichkeitsrecht.

Bei allen Grafiken, Bildern, Videos und Soundtracks, die man nicht selber hergestellt hat, müssen die Urheberrechte abgeklärt werden, bevor man sie verwendet. Dabei kann die sog. Creative Commons Lizenz helfen. Diese beschreibt grafisch, wie eine Mediendatei verwendet werden darf.

Die einzelnen Standard-Lizenzen:



CC-BY

- Name muss genannt werden
- Sonst ist alles erlaubt

CC-NC

- Name muss genannt werden
- Keine kommerzielle Nutzung erlaubt

CC-ND

- Name muss genannt werden
- Keine Derivate (Änderungen) erlaubt

CC-SA

- Name muss genannt werden
- Gleiche Lizenz vorgeschrieben

Der zweite Aspekt ist das Persönlichkeitsrecht. D.h. alle Personen, die im Video vorkommen, müssen schriftlich bestätigen, dass sie mit der Verwendung und Veröffentlichung des Filmmaterials einverstanden sind. Bei minderjährigen Personen müssen zudem die Eltern ihr Einverständnis geben.

2.

STOCK FOOTAGE

Envato Elements: Auf Envato Elements finden sich Millionen von lizenzfreien Grafik-Assets, Bildern, Videos und Soundtracks für eine monatliche Gebühr von \$ 16.50.

Bensound: Auf Bensound gibt es unzählige lizenzfreie Soundtracks. Einige sind gratis, andere kostenpflichtig.

3.

DAS EQUIPMENT & SOFTWARE

Equipment muss auch nicht teuer sein, vor allem, wenn man Videos mit dem eigenen Handy dreht. Folgendes Zubehör kann helfen, die Qualität zu steigern:

- Das **App Adobe Rush** gibts für € 11.89 pro Monat mit allen Premium-Funktionen. Der Download ist kostenlos. Damit kann man Videos drehen, schneiden und auf YouTube veröffentlichen.
- Das **App FilmicPro** macht aus einem Handy eine kleine Kinokamera. Mit den vielen professionellen Features ist es das perfekte Hilfsmittel, um hochwertige Videos aufzunehmen. Durch In-App-Käufe können Features erweitert werden.
- Das **Sirui Smartphone-Stativ MS-01K** für CHF 36.90 bietet einen guten Halt für das eigene Smartphone. So können ruhige Aufnahmen gemacht werden, was die Qualität des eigenen Videos steigert.
- Das **Rode smartLav+** Mikrofon für CHF 61.90 verbessert die Tonqualität enorm, weil das Mikrofon gleich an der Kleidung angesteckt werden kann.
- **Ferrite** ist eine App zur Erstellung von Podcasts, Radiobeiträgen sowie anderen professionellen Sprachaufzeichnungsprojekten wie Vorträgen, Reden, Voiceovers und mehr. Ein Upgrade kostet zwischen CHF 15.00 und CHF 29.00

- **Rig Recorder 3** ist eine Audio- und Videoaufnahme-App für Android und Apple-Geräte. Mit seinen Aufnahme-, Bearbeitungs- und Exportfunktionen kann man unterwegs grossartig klingende Audio- und Videodateien erstellen und weitergeben. In-App-Käufe kosten zwischen CHF 1.00 und CHF 8.00