

## Stichwortverzeichnis

- 1984, 207  
 30 %-Regel 275  
 50 %-Regel 274
- A** A/B Split-Test 354  
 A/B-Split Test 338  
 Abogebühr 101  
 Abonnement 70  
 Abonnementsgebühr 101  
 Abonnenten 195  
 Abspann 269, 295, 335  
 Abwanderungsquote 191, 302  
 AdBlocker 124  
 Ad Buy 155  
 Ad Buyer 155  
 Ad Inventory 124  
 Adpocalypse 2.0, 52  
 Adpocalypse 51  
 Ad Recall. *Siehe* Anzeigenerinne-  
 rung 107  
 Ad Revenue 105, *Siehe*  
 Werbeeinnahmen  
 Ad Revenue Sharing 45,  
 51, 142  
 AdSense 95, 115, 126, 361  
 AdSense-Account 97  
 AdSense-Programm 47  
 AdSense-Programmrichtlinien  
 97  
 Ad-Sharing-Programm 41, 125  
 Advertisement Revenue Sharing  
 95  
 Ad View 143  
 AdWords 238  
 Affiliate Link 127  
 Affiliate-Marketing 155  
 Algorithmen 155  
 Algorithmus 39, 64, 74, 122, 126,  
 166, 170, 279, 287, 331, 362  
 Algorithmus 2.0, 51  
 Algorithmus-Denkweise 361  
 Amazon 154–155  
 Amazon Prime 150  
 American Idol 79  
 Amy Wiley 293  
 Analyse 151, 161, 174, 226  
 – vergleichende 337  
 Analyse-Paralyse 84  
 analysieren 38, 194, 196, 269,  
 347, 362  
 Analytik 81, 172, 187, 196, 226  
 Anerkennung 326  
 anpassen 38, 55, 194, 347, 362  
 Anpassung 174, 226, 235  
 Anzeigenerinnerung. *Siehe* Ad  
 Recall 107  
 Apex Legends 123  
 Apple 131, 207  
 Apple Inc 314  
 Apple TV 150  
 Arbor Day Foundation 131  
 Aufhänger 80, 197, 208, 219, 278,  
*Siehe* Hook  
 Aufklärung 187, 195–197, 199,  
 201, 337, 349  
 Aufklärungsmodus 196  
 Aufklärung und Forschung 188  
 Aufmerksamkeit 237, 271  
 – fesseln 208  
 Aufruf zum Handeln 164  
 Ausführung 39  
 Authentizität 180, 200  
 Avatar 173, 188, 191, 200,  
 313–314, 337  
 Avatars 224  
 AVD 180, 269, *Siehe* Average  
 View Duration, *Siehe* durch-  
 schnittliche Wiedergabedauer  
 Average percent viewed. *Siehe*  
 durchschnittlicher Prozentsatz  
 der Wiedergabe (APV) 350  
 Average View Duration. *Siehe*  
 AVD, durchschnittliche Wie-  
 dergabedauer 270  
 Average View Percentage. *Siehe*  
 AVP, durchschnittlicher Pro-  
 zentsatz der Wiedergabe 270
- B** Baselines 348  
 – bestimmen 349  
 Batman 320  
 Benachrichtigung 72

- Beschreibung 68, 80
- Beschreibungsmuster 82
- Betrachtungsbeziehung. *Siehe*  
Viewing Relationship 294
- Bewusstsein 134
- bezahlte Akquise 155–156
- bezahlten Strategie 344
- bezahlten Werbekampagne 343
- bezahlten Werbestrategie 343
- Beziehungen 362
- Big 319
- Bilderkennung 65
- Bill Clinton 44
- Billie Eilish 183
- Bill und Judy Edwards 146
- Bindung 320
- Blinzeltest 241
- BLOCK 141
- Bob Wagstaff 142
- Boing Boing 194
- Bonus 326
- Bonus-Element. *Siehe* Goosh 213
- Botschaft 199, 203, 205, 208, 277,  
314
- Branded Entertainment Network  
(BEN) 122
- Brand Lift 106, 122, 151, 153
- Brand Reach. *Siehe* Markenreich-  
weite 151
- Brendan Menapace 104
- Bronies 192
- Brooklyn und Bailey 128
- Brooklyn und Bailey McKnight  
284
- Bucket 335
- Bucket-Strategie 304
- Busting the attention span myth  
267
- Buyer-Persona. *Siehe* Käufer-  
Persona 199
- BYUtv 285
- C** Casey Neistat 83
- Cayson Irlbeck 248
- CEO von VidCon 51
- Chad Hurley 362
- Chad Wild Clay 105, 175
- Chamber.Media 154
- ChatStream 103
- Chen, Steven 36
- Children's Online Privacy  
Protection Act (COPPA) 359
- Chop-O-Matic 218
- Chris Farley 209
- Clickbaiting 251
- Clickbaits 46
- Click-Through-Rate. *Siehe*  
Klickrate 226, 350
- Click-Through-Rate (CTR) 70,  
232, 238, *Siehe* Klickrate
- Closed Captioning (CC) 336
- Cloud Vision 65
- Coca-Cola 144
- Communities 196
- Community 39, 82, 192, 198,  
309, 311, 316, 328
- Community-Aufbau 312, 326
- Community-Aufbaustrategie  
313
- Community Guidelines 333
- Community-Richtlinien 97
- Community Tab 298, 338
- Community-Tab 82
- Content 80, 82, 173, 201,  
203, 208
- der falsche 88
- Content Bucket 361
- Content ID-System 294
- Content-ID-System 44
- Content-Kalender 285
- Content-Plan 285
- Content-Release-Strategie 300
- Content-Strategie 188, 200,  
281, 291
- Content-Termingerüst 285
- Copyright 43
- Copyright Match 101
- Copyright-Regeln 97
- Costco 144
- CPM 99
- Creative Disruption 51, 120
- Creator Support Team 101
- Credo 316
- Crispin Porter + Bogusky  
122, 152
- Crossover 174, 177, 360
- Crowdfunding 317

- Crowdfunding-Kampagne 316  
 Crowdfunding 198  
 CTR 231  
 Cute Girls Hairstyles 96  
 CuteGirlsHairstyles 125  
 CV 65
- D** Dallas Jenkins 198, 312  
 – Dance Battle Boys vs. Girls 344  
 Daniel Harmon 147, 192, 239  
 Dankbarkeit 316  
 Dan Markham 108, 136, 160, 284  
 Das Imperium schlägt zurück 203  
 Daten 123, 153, 189, 226, 347  
 – beobachten 331  
 – demografische 229  
 Datenanalyse 161  
 Datenbeziehungen 282, 294, 309, 360  
 Datenfeedback 223  
 Daten-Feedback 37, 226, 235  
 datengesteuert 123  
 datengesteuerte Entscheidungen 196, 362  
 datengesteuerten Entscheidungen 189  
 datengesteuerter Ansatz 156  
 Datenmuster 288  
 Datenquellen, *Siehe* Verkehrsquellen 171  
 Datenreichweite 232–233  
 Datenverbindung 293  
 Datenverkehr 126, 142, 168, 172, 284, 344  
 Datenverkehrsquellen 228, 281  
 Dating-Website 53  
 Dave Ackermann 143  
 Dave Vance 147, 192  
 David Mifsud 139  
 Deadheads 177, 326  
 Deep-Learning-KI 61  
 Deep-Learning-Maschine 58  
 Deep-Learning-Maschinen 59  
 Demografie 81, 181, 201  
 demografische Gruppe 43, 53, 176  
 Demonetarisierung 65  
 DenTek 49  
 Der Mann mit dem goldenen Arm 319  
 Designgrundsätze 245  
 Devin Graham 225  
 Devin Stone 176, 195, 307  
 devinsupertramp 225  
 Diary of a Dirty Tongue 143  
 digitale Identität 294  
 Digital Millennium Copyright Act (DMCA) 44  
 Disengage 269  
 Disengagement 269, 278, 356  
 Disney 116  
 Disney Plus 150  
 Display-Werbung 47  
 Diversifizierung 128  
 Dr. Bob 142  
 Dr. Gemma Briggs 267  
 Drittel-Regel 246  
 Dunkin' Donut 205  
 Durchführung 174  
 Durchschnittliche Aufrufe pro Betrachter. *Siehe* AVPV 350  
 durchschnittlichen Aufrufe pro Zuschauer. *Siehe* AVPV, Average Views per Viewer 273  
 durchschnittlichen Prozentsatz der Aufrufe 232, *Siehe* AVP  
 durchschnittlicher Bestellwert. *Siehe* Average Order Value/AOV 154  
 durchschnittliche Wiedergabedauer. *Siehe* AVD 335  
 Durchschnittliche Wiedergabedauer. *Siehe* Average View Duration (AVD) 350  
 durchschnittliche Wiedergabezeit (AVD) 231  
 Durchschnittliche Wiedergabezeit (AVD) 232
- E** Earl Seals 198  
 Echtzeit 226, 232  
 Echtzeit-Analytik 172  
 Echtzeitanpassungen 351  
 Echtzeitbeobachtung 350  
 Echtzeit-Daten 351

- Echtzeit-Datenverkehr 171  
 Echtzeit-Feedback 227  
 Eigentümerschaft 126  
 Eindruck. *Siehe* Impression 238  
 Einführungsstrategie 193  
 Einhorn 194, 207  
   – kackendes 191  
 Einnahmequellen  
   – diversifizieren 104  
 Elon Musk 132  
 Emerging Lineup-Feature 107  
 Empfehlungen 291  
 EnChroma-Brille 248  
 Endbildschirm 269  
 Endscreen 169, 273, 295, *Siehe*  
   Abspann  
 Engagement 74, 173, 268,  
   276–277, 320, 353, 360  
 Engagierte Zuschauer 309  
 Entscheidungen  
   – datengesteuerte 160, 162  
 Eric Fowles 319  
 Erzählkunst 168  
 Erzählmuster 208, 281, 326  
 Every Vowel 277
- F**
- Facebook 58, 155  
 FameBit 120  
 FAQ 289  
 Farbenblindheit 248  
 Farbpsychologie 248  
 Federal Trade Commission (FTC)  
   51  
 Feed 57  
 Feedback 41, 131, 223, 276, 317  
   – das falsche 87  
   – das richtige 85  
   – echtes 165  
   – ehrliches 88  
   – gutes 224  
   – menschliches 223, 226, 235  
   – persönliches 225  
   – schlechtes 88  
   – verbales 224  
 Feedback-Gruppen 224  
 Feedback-Messgrößen 84  
 Feedback-Schleife 64, 193  
 Fokus 92  
 Fokusgruppe 193
- Folgevideo. *Siehe* Up Next  
   168  
 Food Porn 186  
 Forbes.com 111  
 Formel 171  
 Forschung 187, 197, 199, 201,  
   349  
 Forschungsphase 196  
 Frame-by-Frame 68  
 Frischefaktor 293, 353  
 Frische-Feature 73  
 FTC COPPA 51  
 Führungsperson 323  
 Fusiform Facial Area (FFA)  
   242
- G**
- Game Theorists 178  
 Garrett Gee 284  
 Gates, Bill und Melinda 136  
 Gates Foundation 136  
 Geldspenden 316  
 George Lucas 204  
 George Orwell 207  
 Gestaltung 39  
 Gillette 290  
 Giveaway-Format 135  
 Glory Rice 116  
 goldene Zone 187  
 Goldlöckchens Zone 295  
 Gone to the Snow Dogs 115  
 Good Food Challenge 134  
 Google 144, 151, 155  
 Google Brain 56  
 Google Brain-Stiftung 56  
 Google.com 60, 95  
 Google Preferred Lineups-  
   Programm 105  
 Google Shopping 154  
 Google-Suche 288  
 Google Trends 151  
 Goosh 210, 220, 326  
 Gordon Ramsay 179, 186  
 Grateful Dead 177, 312, 326  
 Gruppen-Coaching-Programm  
   224
- H**
- Hairitage 127  
 Handlungsaufruf 197, 269,  
   273–274, 336, 345  
 Handlungsbogen 168, 209

- Harmon Brothers 49  
 Harmon, Daniel 144  
 Harmon, Neal 145  
 HBO Max 150  
 heilige Worte. *Siehe* Lexikon 321  
 High School Boyfriend Drama 343  
 Hintergrundgeschichte 168  
 Hockey-Stick-Effekt 271  
 Hochladen 331  
 Höhepunkt der Wirksamkeit 299  
 homedepot.com 154  
 Homepage 69  
 Honeywell 109  
 How to Get Rid of Dog Pee Smell in Carpet 170  
 Huffington Post 145  
 Hulu 150  
 Hurley, Chad 36
- I**
- IFTTT.com 103  
 IGTV 276  
 Image Recognition 65  
 Impression 238  
 Impressionen 231, 256, 350  
 Impressionen-Daten 351  
 Infinity Gauntlet 178  
 Influencer 151  
 – Aktivierung der 151  
 – Attribution der 151  
 – Reaktionen der 151  
 Influencer-Deal 155  
 Influencer-Marketing 41, 120, 123  
 InnerTube 59  
 Interaktion 168, 363  
 Internet-Community 311  
 Intros 145  
 Invisible People 136, 164  
 I Opened a Free Car Dealership 216  
 Irvin Kershner 204  
 Ivan Perez-Armendariz 152
- J**
- JackieNerdECrafter 109, 180  
 James Earl Jones 204  
 Jared Mecham 277  
 Jared Shores 299  
 Jase Bennett 359  
 jaseboards 359  
 Jeffrey Star 119  
 Jeffrey Harmon 49, 142, 191, 198, 239, 276, 314  
 Jeffrey-Harmon-Effekt 143  
 Jenny und Ron Doan 137  
 Jerry Garcia 326  
 Jerry Seinfeld 210  
 Jessica Hatch 115  
 Jim Louderback 51  
 Jimmy Donaldson 81, 129, 162, 240, *Siehe* MrBeast  
 John Malecki 234  
 Johnson 150  
 Johnson, Dwanaye. *Siehe* The Rock 150  
 Jonathan Roumie 319  
 Jon Schmidt 327  
 Jon Youshaei 276
- K**
- Kanalmitgliedschaften 100  
 Kanalmitgliedschaftsprogramm 101  
 Kanalwachstum 271  
 Karim, Jawed 36, 362  
 Karten 335  
 Käufer-Persona 188, 193  
 Kennzahlen 151, 271, 361, *Siehe* Metrik  
 KI 123, 179, 183, 228, 238, 287, 362, *Siehe* künstliche Intelligenz  
 Kickass Headline Generator 264  
 Kimax 210  
 Klickrate 334, 350, *Siehe* Click-Through-Rate/CTR  
 Klimax 220  
 Kobe Bryant 152  
 Kobe vs. Messi: The Selfie Shoo-tout 152  
 Kommentar 187  
 Kommentare 332  
 Kommentar-Feed 102  
 Kommunikationsstrategie 199  
 Konsistenz 84, 282, 288, 353, 360  
 Konversion 175, 178  
 Konversionen 151

- Kosten pro tausend Impressionen 99
- Kristina Smallhorn 170, 303
- Kundenakquise 193
- Kundenbindung 193
- künstliche Intelligenz 55, 155  
– KI 55
- Künstliche Intelligenz 179
- Kurskorrektur 226
- L** langfristige Optimierungen 348
- Langlebigkeit 326
- Langzeit-Baselines 353
- Langzeitbeobachtung 350
- Lash Next Door 128
- Leanback 56
- Legal Eagle 176, 196, 307
- Leidenschaft 174, 200, 314, 316
- Lindsey Stirling 122
- Lineup 107
- Link 274
- Lionel Messi 152
- Live-Analytik 232
- Livestream 101, 133
- Lizenz 332
- Lizenzdeal 126
- Lockvogel-Strategien 46, 57
- Love-Gruppe 177, 183
- lowes.com 154
- Lume 50
- M** Macintosh-Computer 207
- Makro und Mikro 257
- Management Decision 249
- Markenanhänger 143
- Markenbekanntheit 124
- Markenbewusstsein 151
- Markenbotschaft 145, 149
- Markendeal 115, 123, 125–126
- Markenintegration  
120, 122–123
- Markenpräsenz 60
- Markenreichweite 151, *Siehe*  
Brand Reach
- Markenwiedererkennung 121
- Marketing 127  
– digitales 127
- Marketingkampagne 192
- Marketingstrategie 286
- Mark Hamill 203
- Mark Horvath 136, 164
- Mark Rober 91, 131, 285
- Marvel Cinematic Universe  
213
- maschinelles Lernsystem 55
- Massachusetts Institute of Technology (MIT) 244
- Mastermind-Gruppe 224–225
- MatPat 178, 289–290, *Siehe*
- Matt's Off Road Recovery 355
- Matt's Off-Road Recovery 118
- Matthew Faraci 198
- Matthew Patrick 178
- Matt Meese 213, 299
- Matt Slice 116
- McKnight, Shaun und Mindy 96,  
125
- Medien-Influencer 122
- medium.com 324
- Meilenstein-Play Button 130
- Merchandise 317
- Merchandise-Bereich 101, 103
- Merchandise-Produkte 345
- Merchandise-Strategie 119
- Merchandising 39, 119
- Metadaten 65, 68, 209, 281, 303,  
362  
– sammeln 65
- Metrik 39, 161, 237, 278
- Michael Humphrey 111
- Micro-Influencer 127
- Mikroebene 349
- Mikromomente 183, 283
- Mikroverpflichtung 268
- Missouri Star Quilt Company  
140–141
- Missouri Star Quilting Company  
137
- Mitglied 101
- Mitgliedsbeitrag 104
- Mitgliedschaften 101
- Mitgliedschaftsprogramm  
101
- Mobile Homes Pros and Cons:  
Manufactured Homes 171
- Monetarisierung 96
- Motivation 164

- MrBeast 81–82, 112, 119, 129,  
135–136, 162, 215, 226, 240,  
278, 302, 337, 347
- MRCOOL 154
- Multi-Channel-Networks 50
- Muster 80, 196, 209, 269, 274,  
287, 311, 348, 353
- My little Pony 192
- Mystery Science Theater 3.000,  
199
- N** Nachhaltigkeit 149
- nächstes Video. *Siehe* Up Next  
290
- Napster 43
- Narrativ 324
- NASA 131
- Nature's Sunshine Products  
125
- Natürliche Sprache 67
- natürliche Verbindung 306
- Neal Harmon 314
- Netflix 150
- neuronale Netzwerke 59
- Next New Networks 51
- Nische 82
- Nutzerverhalten 64, 68
- Nutzungsbedingungen 97
- O** Ökosystem 37, 41, 51,  
55, 142, 362
- digitales 41
  - natürliches 41
- Omnichannel-Attribution 151,  
153, 156
- Omnichannel-Marketing 154
- Omnicores 281
- On the Rise 125
- Online-Groupies 177
- Online-Marketing 168
- Optical Character Recognition,  
kurz: OCR 65
- Optimierung 167, 334, 347
- für Menschen 167
- Optimierungen 78, 353
- optische Zeichenerkennung 65
- Orabrush 48, 121, 142, 144
- Organisation für Geistiges Eigen-  
tum der Vereinten Nationen  
44
- Outro 274
- Outros 145
- P** Pacing 197
- Partner-Programm 45, 250
- Partner Support 51
- Pat Flynn 311
- Patrick Hanlon 312
- Pattern Interrupt 277–278, *Siehe*  
Musterunterbrechung
- PayPal 36
- Peacock 150
- Pen Pineapple Apple Pen-  
Phänomen 175
- Persona 181, 194
- Persona-Entschlüsselung 181,  
185, 187, 189
- personalisiertes Video 183
- Persönlichkeit 175, 180, 200
- Phantom-Vibration-Syndrom  
267
- Pinterest 155
- Pixel 151
- Plaid Social Labs 121, 152
- Planung 39, 174
- Play Button 130
- Play-Button 163
- Playlists 296
- Playlist-Viewing-Daten 297
- PMD Beauty 154
- Pointe 208
- PooPourri 49, 144
- Portent Content Idea Generator  
265
- Präsentation 39
- PrestonPlayz 102
- Primal Branding 312
- Problem-Lösungs-Formel 217
- Problem-Lösungs-Strategie 218
- Produktplatzierung 123
- Prom Dress Gone Wrong 342
- Promo Marketing 104
- P-Score 106
- P-Score-Algorithmus 106
- Psycho 319
- Psychografie 181
- Publikumsaufbau 50
- Publikumswachstum 344
- Purple 50, 155

- Q** Quilten 138  
 Quilter's Daily Deal 139  
 Quilting Disneyland 141  
 Quilt Town, USA 141  
 QVC 188
- R** Rachel Bennett 359  
 Ranking 68  
 Reddit 131, 192, 196  
 Reengage 269  
 Reengagement 197, 208, 275, 278, 281  
 Re-Engagement 210, 219, *Siehe* Fesselung der Aufmerksamkeit  
 Reengagementstrategie 208  
 Reichweite 176  
 Remarketing-Strategie 343  
 Revision 3, 51  
 Ricky Ray Butler 120, 152, 198  
 Ridley Scott 207  
 Ritual 320  
 Robert Wagstaff 48  
 – Dr- Bob 48  
 Ron Popeil 218  
 RPM-Kennzahl 99  
 Ryan's Mystery Playdate 120  
 Ryan's World 112, 120  
 Ryan Kaji 112, 120  
 Ryan Toys Review 112
- S** SAQ. *Siehe* Should Ask Questions 289  
 Saturday Night Live (SNL) 206  
 Satyendra Singh 248  
 Saul Bass 318  
 Scheduling Feature 90  
 scheitern 38, 362  
 Schmetterlingseffekt 348  
 Schnittmengen-Zuschauerschaft 341  
 Schockwirkung 206  
 Schöpfungsgeschichte 313  
 Schutz der Privatsphäre von Kindern im Internet (COPPA) 52  
 Scott Sterling Breaking News Update 345  
 sechster YouTube-Sinn 259  
 Sehmuster 174  
 Seinfeld 209  
 sekundäre Videos 60  
 SEO-Ranking 155  
 Sephora 127, 154  
 Sequenzprotokolle 66  
 Setup 210, 220, *Siehe* Aufbau  
 Shane Dawson 119  
 Shark Tank 146, 150, 192  
 Shaun McBride 174  
 Shay Carl Butler 50, 111, 121  
 Shaytards 50, 111  
 Shonduras 174  
 Shopify 132  
 Shot of The Yeagers 225  
 Sibyl 56  
 Sicherheits-Tool 65  
 Sichtbarkeit 150  
 Simon Cowell 79  
 Simon Maybin 267  
 Sir Isaac Newton 248  
 Six Sisters Stuff 283  
 Slice n Rice 116  
 Slow Burn-Effekt 271  
 Smithfood 134  
 Social Army 313  
 Sony Pictures 115  
 SpaceX 132  
 Split Test 238, 339  
 Split-Test 144, 149, 354  
 Sponsoring 39  
 Sponsorship 115, 125  
 Squatty Potty 50, 146, 149, 191, 206, 239, 275, 340  
 Star Trek 313  
 Star Wars 203  
 Stephen Hawking 65, 67  
 Steripod 122  
 Steve Jobs 314  
 Steven Chen 362  
 Steven Sharp Nelson 327  
 Steve Yeager 225  
 Stories 298  
 Story 342  
 Story-Element 326  
 Story-Feed 298  
 Storyline 323



- Storytelling 209, 279, 281,  
     *Siehe* Erzählmuster  
 Strategien 55  
 Strategieplan 173  
 Strategieplanung 348  
 Studio C., 213, 285, 299, 342  
 Suche 73, 151  
 Suchmaschinen 165  
 Suchmaschinenoptimierung  
     (SEO) 73  
 Suchverkehr 288  
 Super Bowl 207  
 Super Chat 101  
 Superfans 311, 326  
 Super Sticker 101  
 Susan Wojcicki 113  
 Sweet Spot 200  
 Swipe Up 127  
 Symbole 318
- T**
- tägliche Verweildauer 61  
 Target 120, 127  
 Target-Persona 200  
 Taylor Swift 360  
 Team Trees 131, 136  
 Tesla 132  
 The Cafe. *Siehe* Der Intelligenz-  
     test 209  
 The Chosen 120, 198, 200  
 TheOdd1sOut 292  
 The Ohana Adventure  
     103, 225, 359  
 The Other Parent Trap 342  
 The Parent Trap 342  
 The Piano Guys 327  
 The Power of a Picture 244  
 The Shining 319  
 The Tannerites 225  
 Thinknoodles 85  
 This Unicorn Changed the Way I  
     Poop 340  
 Thomas Edison 77  
 Thumbnail 46, 57, 65, 68, 80, 82,  
     87, 167, 209, 238, 250  
     – benutzerdefiniert 250  
 Thumbnail-Design-Strategien  
     251  
 Thumbnails  
     – benutzerdefinierte 334
- TikTok 155  
 Titel 57, 68, 80, 208, 238  
 Titelstruktur 82  
 Tobias Lütke 132  
 Top Soccer Shootout Ever with  
     Scott Sterling 344  
 Tracking 155  
 Tracking Pixels 154  
 Tracking-Systeme 156  
 Traffic 39, 151  
 Traffic Source 69  
 Traffic Sources 169  
 Travis Chambers 122, 152, 155  
 Trends 72, 320  
 Trigger 70, 269  
 TubeBuddy 264, 334, 336, 354  
 Turkish Airlines 122, 152  
 Twitter 58, 132  
 Tyler Oliveira 245
- U**
- Überschneidungen 342  
 Überzeugungen 168  
 Umsatz 173, 276  
 Umsatz pro tausend 99  
     – RPM 99  
 Ungläubige 322  
 United Nations World Intellectual  
     Property Organisation  
     (WIPO) 44  
 Unterbrechung  
     – des Musters. *Siehe* Pattern In-  
     terrupt 277  
 Unternehmenseigentümerschaft  
     39, 125  
 Untertitel  
     – automatische 67  
 Upload 331  
 Up Next-Empfehlung 59  
 Up Next-Feed 71  
 Up Next-Video 71  
 UTubers 225
- V**
- Variety 102  
 Venn-Diagramm 174, 177, 200  
 Verantwortung 313  
 verbinden 335–336, 340  
 Verbindung 150, 167, 288, 314,  
     336  
     – emotionale 217  
 Verbreitung 39, 324

- Vergleichsfall 82
- Verkehrsquelle 69
- Verkehrsquellen 169. *Siehe* Zugriffsquellen
- Verletzung des Urheberrechts 43
- Veröffentlichung 337, 347
- Veronica Mars 199
- versuchen 38, 362
- Verweildauer 56–57
- Viacom 44
- VidAngel 198, 315
- VidCon 143–144
- Videoanalytik 187
- Videoaufruf 56
- Videobeschreibung 197, 295
- Video-Bibliothek 292
- Video Buckets. *Siehe* Content Buckets, *Siehe* Eimer 301
- Videokomposition 82
- Videostruktur 304
- Video-Werbung 47
- VidIQ Boost 264
- View-Algorithmus 56
- Viewer longevity 56
- Viewer Persona 312
- Viewer-Persona 193, 198
- Viewing Daten 362
- Vision 199
- Voltage 319
- vorgeschlagenen Videos 289
- Vorschläge 60
- Vorschlagsfeed 65, 71, 294, 336, 353, 360
  - personalisiert 69
- Vorschlagsfeed-Strategie 292
- Vorschlagsfunktion 52
- Vudu 150
- Vy Qwaint 105, 175
- W** Wachstum 159, 174
  - organisches 155
- Wachstumspotenzial 43
- Wachstumsrate 191
- Walmart 120, 127, 144
- Warner Bros 117
- Watch Time-Algorithmus 56
- weitere Optionen 332
- Wendy's 204
- Werbeanzeigen 194
- Werbebotschaft 192
- Werbeeinnahmen 105, 126
- Werbespots
  - öffentliche 205
- Werbung 347
- Wertversprechen 275–276, 285
- West Side Story 319
- What's Inside 108, 136, 160, 284
- What's inside REAL vs. FAKE
  - Rolex 161
- Wiedergabezeit 57, 179, 231
- William Goodman 145
- Work Week Analysis 91
- World Wrestling Entertainment 293
- Wrap Up 210, 273, *Siehe* Einpacken
- Wrap-Up 220, *Siehe* Einpacken, *Siehe* Abschluss
- www.tubebuddy.com/go 354
- Y** Yelp 187
- YouTube-Algorithmus 129, 166, 179, 183
- YouTube-Analytik 226, 341, 347, 351
- YouTube.com 36, 60, 63, 95
- YouTube Creator Studio 331
- YouTube-Daten 162
- YouTube-Empfehlungen 287
- YouTube-Formel 39, 112, 163, 165, 337
- YouTube-KI 162, 167–168, 170
- YouTube-Lifeline 50
- YouTube Mix 297
- YouTube-Ökosystem 95, 142, 341
- YouTube-Ökosystems 293
- YouTube-Partner 101
- YouTube-Partner-Programms (YPP) 95
- YouTube Partner-Programm (YPP) 115
- YouTube Premium 101, 104
- YouTube Select-Programm 107
- YouTube-Strategie 203
- YouTube-Studio 228
- YouTube-Support 97
- YPP AdSense 109, 126

- Z** Zachary Hsieh. *Siehe* ZHC 81  
Zählpixel. *Siehe* Tracking Pixel  
151  
Zeltstangen 299  
ZHC. *Siehe* Zachary Hsieh 81  
Ziel 163, 171  
Zielgruppe 100, 199, 361  
– demografische 191  
– Kenntnis der 161  
Ziellinie 163  
Zielpublikum 195, 201, 285  
Zielvideo 335  
Zufriedenheit 74  
Zufriedenheitssignale 64  
Zugehörigkeitsgefühl 311, 313  
Zugriffsquelle 287, 362  
Zugriffsquellen 39, 342, 349  
Zusammenarbeit 284, 360  
Zuschauerbindung 70, 161, 213,  
270  
– relative 271  
Zuschauerdaten 68  
Zuschauerdauer 56  
Zuschauerverhalten 223  
Zuschauerwachstum 173  
Zuschauerzufriedenheit 46, 74

































