

YouTube-Kanal-Audit

Den eigenen YouTube-Kanal in fünf Schritten prüfen – von der Startseite über Metadaten und Kennzahlen bis zu Community und Werbung.

Die Reihenfolge folgt dem Weg eines neuen Zuschauers: erst die Außenwirkung, dann Einstellungen und Metadaten, danach Zahlen, Wettbewerb, Community und Werbung. Passende Tools und Tipps stehen auf der Seite YouTube SEO.

Stand: 15.10.2026 · Online abhaken: <https://iliyan-hristov.de/checklisten/youtube-kanal-audit/>

Priorität: Muss = Grundlage, Sollte = wichtig, Kann = Feinschliff. [KI] = wichtig für KI-Suche und KI-Assistenten.

Außenwirkung

- ☐ **Startseite mit klarem Versprechen [Muss]**
Banner, Logo und Kanalbeschreibung sagen, was der Kanal bietet – Vertrauen, Emotion, Versprechen, Aufforderung. Kein „Willkommen“.
- ☐ **Trailer für Nicht-Abonnenten, Spotlight für Abonnenten [Sollte]**
Zwei Ansichten der Startseite gezielt nutzen.
- ☐ **Startseiten-Abschnitte mit Keyword-Playlists [Sollte]**
Bis zu 12 Abschnitte so sortieren, dass beim Scrollen klar wird, was einen erwartet; „Für dich“ durch Playlists ersetzen.
- ☐ **Playlists und Serien mit Suchbegriffen benannt [Muss]**
Playlist-Titel so, wie Menschen suchen. Videos als Serien planen.

Einstellungen & Metadaten

- ☐ **Kanal-Keywords: nur die wichtigsten [Sollte]**
In den Kanal-Einstellungen wenige, relevante Begriffe.
- ☐ **Upload-Standards festgelegt [Sollte]**
Feste Struktur für Titel und Beschreibung inkl. Landingpage-Link gilt automatisch für jeden Upload.
- ☐ **Zugriff über persönliche Manager-Konten [Muss]**
Kein Sammelaccount; Rollen gezielt vergeben, verbundene Apps regelmäßig prüfen.
- ☐ **Google Ads mit dem Kanal verknüpft [Sollte]**
Sonst fehlen Remarketing-Daten.
- ☐ **Titel: Keyword nach vorn, Nutzen klar [Muss]**
Titel und Beschreibung sind die wichtigsten Text-Signale für die Suche.
- ☐ **Kapitel per Timecode in der Beschreibung [Sollte] [KI]**
Zeitmarken ab 0:00 erzeugen Kapitel – auch für Ausschnitte in der Google-Suche.
- ☐ **Thumbnails klein erkennbar und getestet [Muss]**
Bis zu drei Varianten im A/B-Test in YouTube Studio.
- ☐ **Untertitel geprüft und übersetzt [Sollte] [KI]**
Fachbegriffe korrigieren, .srt übersetzen, Titel und Beschreibung übersetzen; für wichtige Märkte Auto-Dubbing. Nicht einbrennen.
- ☐ **Endscreen ca. 20 Sekunden, Infokarten, Wasserzeichen [Sollte]**
Einblendungen links oder mittig statt unten; Wasserzeichen mit Abo-Funktion.

Zahlen & Suche

- ☐ **Klickrate geprüft [Muss]**
Um 0,5 % Impressionen-Klickrate besteht Handlungsbedarf; die Hälfte der Kanäle liegt laut YouTube-Hilfe bei 2–10 %.
- ☐ **Zuschauerbindung und Absprungstellen geprüft [Muss]**
Über 30 % ist okay, 30–50 % gut. Peaks und Abbrüche ansehen.
- ☐ **Traffic-Quellen ausgewertet [Sollte]**
YouTube-Suche, Vorschläge, Google, externe Websites – woher kommen die Aufrufe?
- ☐ **Rankings der Ziel-Keywords in YouTube [Sollte]**
Regelmäßig mit einem Rank-Tracker oder Stichproben prüfen.
- ☐ **Video-Boxen in der Google-Suche [Sollte] [KI]**
Bei welchen eigenen Themen zeigt Google Videos, und wer steht dort?
- ☐ **Videoindexierung der Website [Sollte] [KI]**
Search Console: Werden eingebettete Videos als Videoseiten erkannt? VideoObject auszeichnen.

Wettbewerb & Community

- ☐ **Wachstum der Wettbewerber beobachtet [Kann]**
Abos und Aufrufe im Verlauf vergleichen.
- ☐ **Outlier-Themen und Themenlücken gesammelt [Sollte]**
Welche Videos laufen bei anderen weit über dem Schnitt?
- ☐ **Markennennungen in fremden Videos gefunden [Kann]**
Untertitel-Suche nach Marke, Produkt und Wettbewerbern.
- ☐ **Kommentare zügig beantwortet [Muss]**
Fachleute einbinden; Wortfilter, genehmigte Nutzer und Kanalrichtlinien einrichten.

Werbung & Remarketing

- ☐ **Zielgruppen aus Videoaufrufen angelegt [Kann]**
Auch als Ausschlusslisten nutzen.
- ☐ **Placements auf rankende Videos [Kann]**
Anzeige gezielt vor dem Video schalten, das für das Ziel-Keyword oben steht.
- ☐ **KI-Inhalte gekennzeichnet und Lizenzen geprüft [Muss] [KI]**
Realistische KI-Inhalte offenlegen; Musik und Footage mit Unternehmenslizenz.