



# PietSmietTV Thumbnail Analyse

## Inhalte

Inhalte

Wie entwickelte sich die Anzahl der Jungs auf den Thumbnails?

Vor der Pause

Nach der Pause

Vergleich der 3 Phasen

Wer ist meistens auf den Thumbnails zu sehen?

Nach der Pause

Seit dem Beginn der Daily Reacts

Wer ist mit Wem auf den Thumbnails zu sehen?

Nach der Pause

Seit dem Beginn der Daily Reacts

Hat die Anzahl der Jungs auf den Thumbnails Auswirkungen auf die Klicks?

Nach der Pause

Seit dem Beginn der Daily Reacts

Hängen die Klicks davon ab wer auf dem Thumbnail ist?

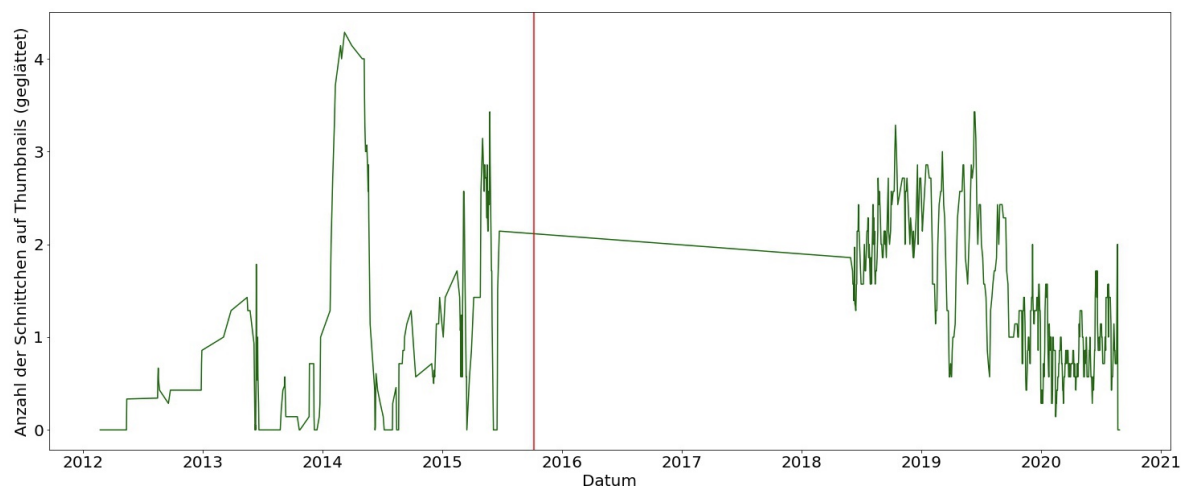
Wer ist am meisten auf Videos die auf 10 Minuten gestreckt sind?

Schlusswort

Links

# Wie entwickelte sich die Anzahl der Jungs auf den Thumbnails?

Den Kanal PietSmietTV gibt es schon erstaunlich lange. Viele dürften den Kanal durch die Reacts kennen, jedoch existiert er schon seit dem Jahr 2012, damals noch als „Kanal für alles Restliche“. Die täglichen Reacts begannen viel später, im November 2019. Spannend ist außerdem, dass in den Jahren 2016 und 2017 kein einziges Video auf dem Kanal erschien, da er einige Monate vor #Aufbruch, dem wohl traurigsten Tag der PietSmiet-Geschichte, bis auf Weiteres stillgelegt wurde. Erst Mitte 2018 fanden die Jungs einen neuen Sinn für PietSmietTV und reanimierten den Kanal.



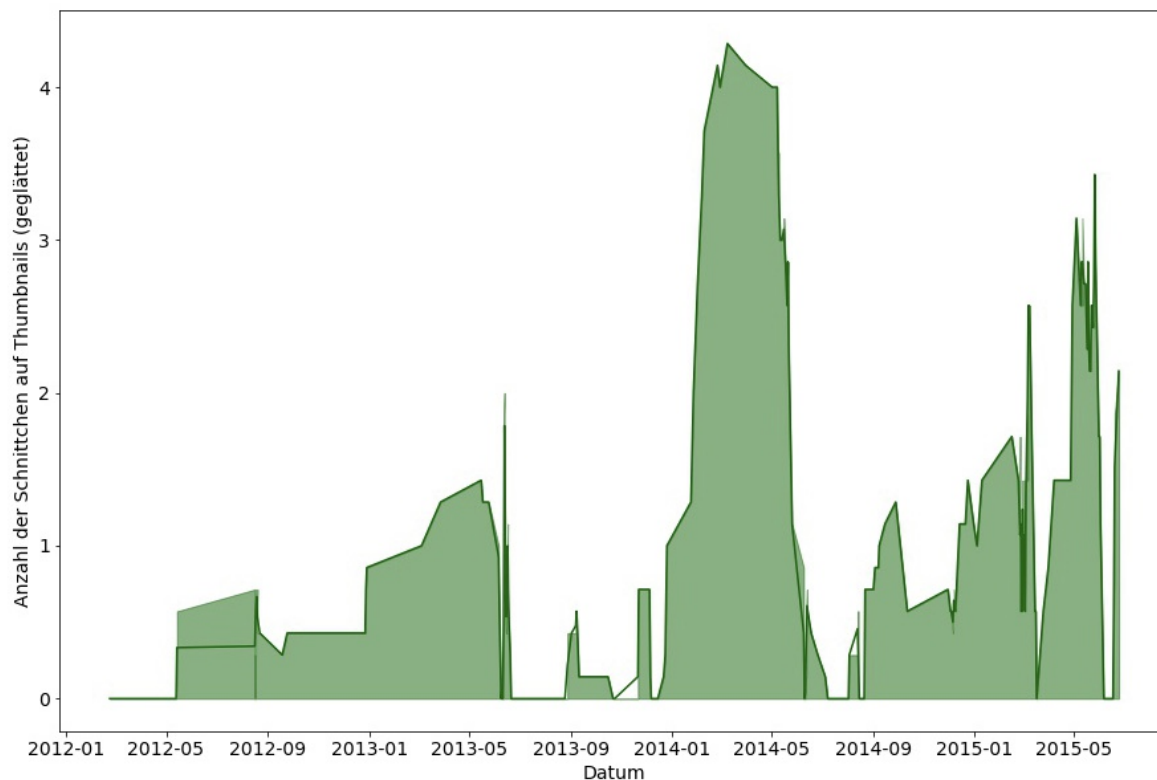
Hierbei handelt es sich um einen 7-Tage gleitenden Durchschnitt. #Aufbruch am 07.10.2015 ist durch die rote Linie gekennzeichnet.

## Vor der Pause

Wie man anhand der Graphik erkennen kann, war die Anfangszeit von PietSmietTV noch sehr unregelmäßig. Die Videos kamen, wenn sie kamen. Einen Uploadplan wie heute gab es damals vermutlich noch nicht. Die Videos bestanden damals zu einem großen Teil aus E3 und Gamescom Berichten, Reacts auf Spieltrailern (PietSmiet war auch im Thema Reacts der Zeit vorraus) und Vlogs von luxuriösen Reisen wie zB in die USA.

Wenn wir uns die Graphik nun etwas genauer anschauen fällt die Phase in der ersten Hälfte von 2014 auf. Zu dieser Zeit waren durchschnittlich 4 von 5 Jungs (Hardi nicht mitgerechnet) auf den Thumbnails zu sehen. Das lag hauptsächlich an einem Format welches zu dieser Zeit auf PietSmietTV lief und zwar das

DSA-LetsPlay mit allen außer Sep, für das immer das selbe Thumbnail herangezogen wurde, auf dem auch die Gesichter aller Mitspieler zu sehen waren. Es wurde nur die Nummer des Parts gewechselt. Effizienz wurde auch damals schon groß geschrieben.



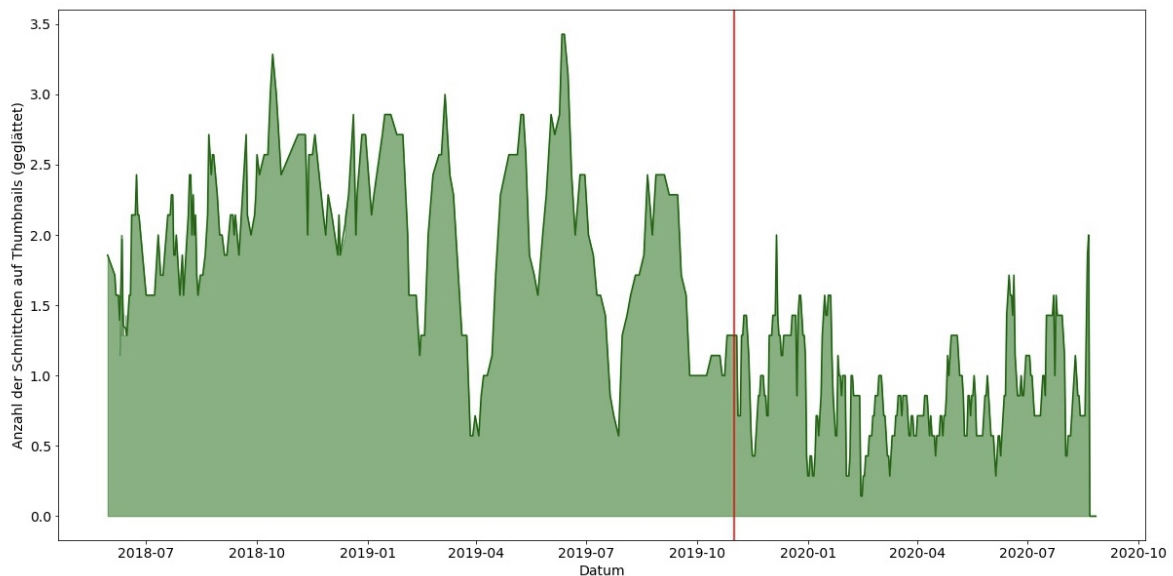
Deutlich zu sehen ist der Peak im Jahr 2014, was auf Monats-BestOfs und ein DSA LetsPlay zurückzuführen ist. Die Thumbnails zu beiden Formaten enthielten immer die Jungs in dem jeweiligen Video.

## Nach der Pause

Nach der langen Pause und der Reanimation des Kanals PietSmietTV kamen deutlich regelmäßiger Videos als noch vor der Pause. Ebenso wird nun viel mehr auf Thumbnails gesetzt die mindestens eins der 5 Schnittchen zeigen. So enthalten nach der Pause 79,45% aller Thumbnails mindestens einen der Jungs, während es vor der Pause nur 31% waren.

Generell gleicht die Graphik in der Zeit nach der Pause einer Achterbahnfahrt. Mal sind mehr Gesichter auf dem Thumbnail, mal weniger. Die Jungs scheinen nun in diesem Bereich mehr auf Abwechslung zu setzen. Was auffällt ist, dass

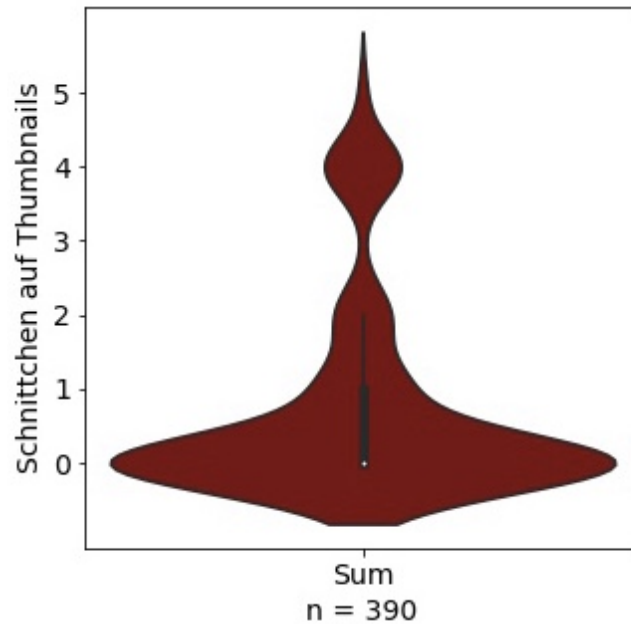
seit dem Start der Daily Reacts im November 2019 eher weniger Jungs auf den Thumbnails zu sehen sind. Das liegt daran, dass auf den Thumbnails der Daily Reacts sehr oft entweder keiner (104 Mal) oder nur einer der Jungs (223 Mal) zu sehen ist. Alle 5 sind meist nur bei den absoluten Fan-Favorites zu sehen, den BestOf Reacts und PietSmiet-kocht Reacts.



Hier in Rot eingezeichnet ist der 1. November 2019, der Beginn der Daily Reacts.

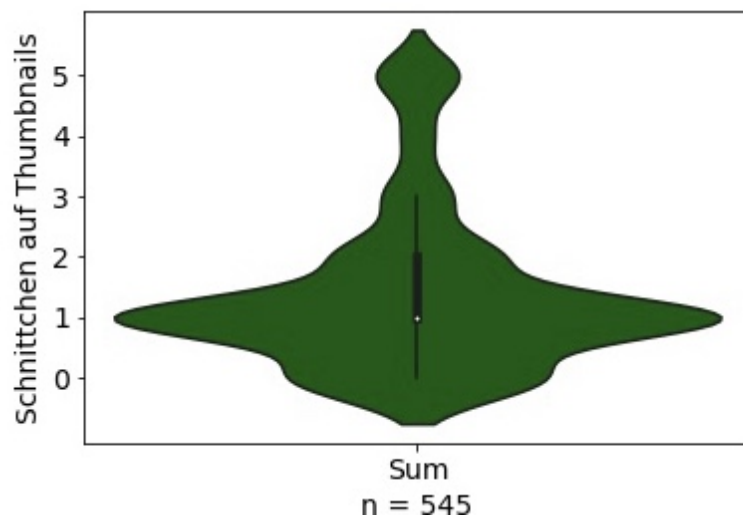
## Vergleich der 3 Phasen

In der Zeit vor #Aufbruch und der langen Pause, zeigte die große Mehrheit der Thumbnails keinen einzigen der Jungs. Was außerdem ins Auge sticht ist, dass wenn Gesichter der Jungs auf dem Thumbnail sind, es sehr selten 3 oder alle 5 waren. Meistens fand sich nur ein oder 2 Gesichter auf den Thumbnails. Die erhöhte Menge von Thumbnails mit 4 Gesichtern lag wie schon erwähnt an dem langen DSA Let's Play mit allen außer Sep.



Vor der langen Pause zeigte die große Mehrheit der Thumbnails keinen einzigen der Jungs

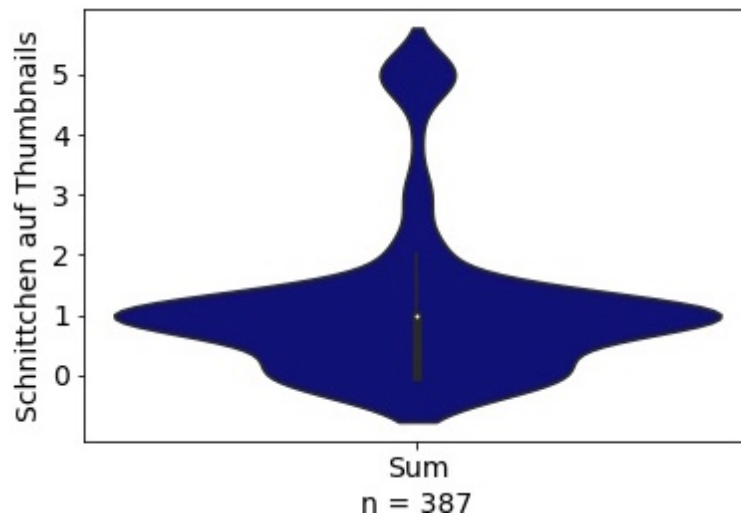
Die Verteilung nach der langen Pause könnte sich fast nicht stärker von der Verteilung vor der Pause unterscheiden. Die große Mehrheit der Thumbnails zeigt nun meist exakt einen der Jungs. Viele Thumbnails zeigen auch keinen oder auch 2 Schnittchen. Fast garnicht mehr vertreten sind Thumbnails mit 4 Gesichtern. Ob das wohl daran liegt, dass kein DSA mehr kommt?



Mittlerweile zeigen die meisten Thumbnails mindestens einen der Jungs.

Schaut man sich im Vergleich die Zeit seit dem Beginn der Daily Reacts an, sehen die Graphiken erst einmal sehr ähnlich aus. Jedoch zeigt sich ein ganz interessantes Detail. Der ‚Hals‘ des Violinen-Plots, so nennt sich diese Art

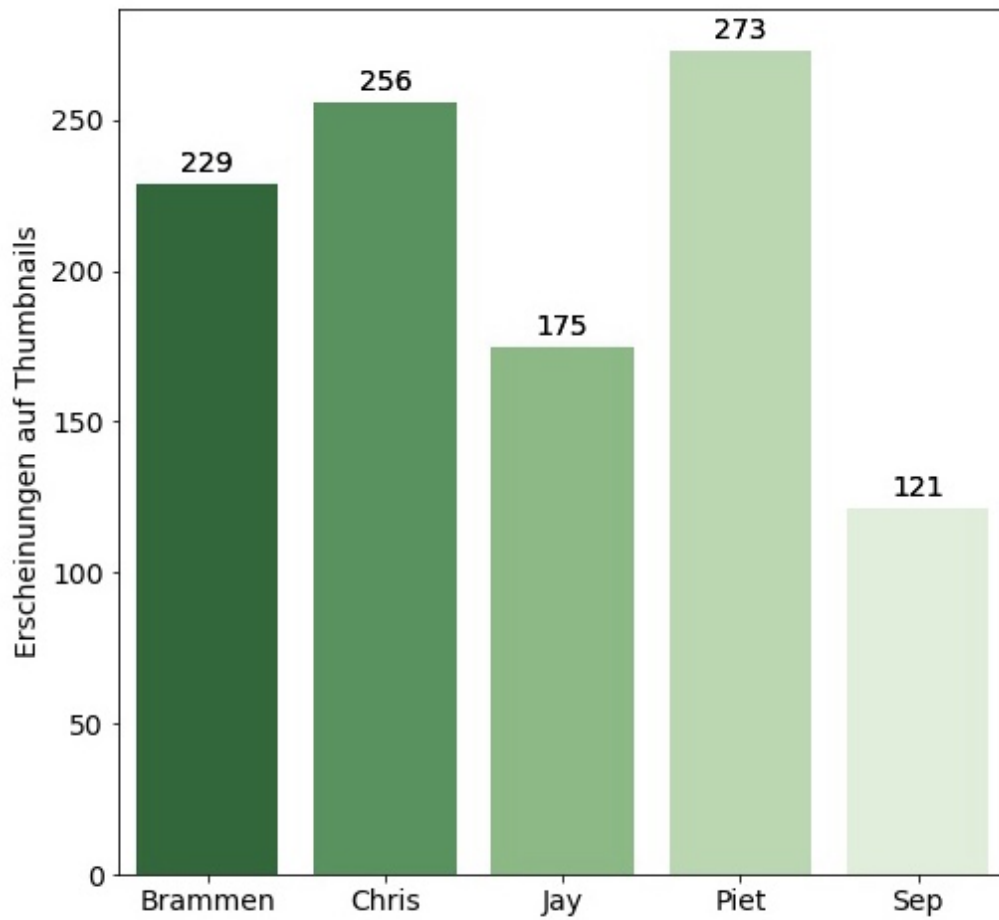
Graphik, ist deutlich schlanker als zuvor. Offensichtlich haben sich bei den Thumbnail-Verantwortlichen eindeutige Präferenzen eingestellt. So sind auf den meisten Thumbnails heutzutage entweder keiner, einer oder gleich alle 5 der Jungs zu sehen. 3 und 4 sind mittlerweile eine echte Seltenheit.



Dass 3 oder 4 Jungs auf Thumbnails zu sehen sind, ist seit den Daily Reacts seltener geworden.

## Wer ist meistens auf den Thumbnails zu sehen?

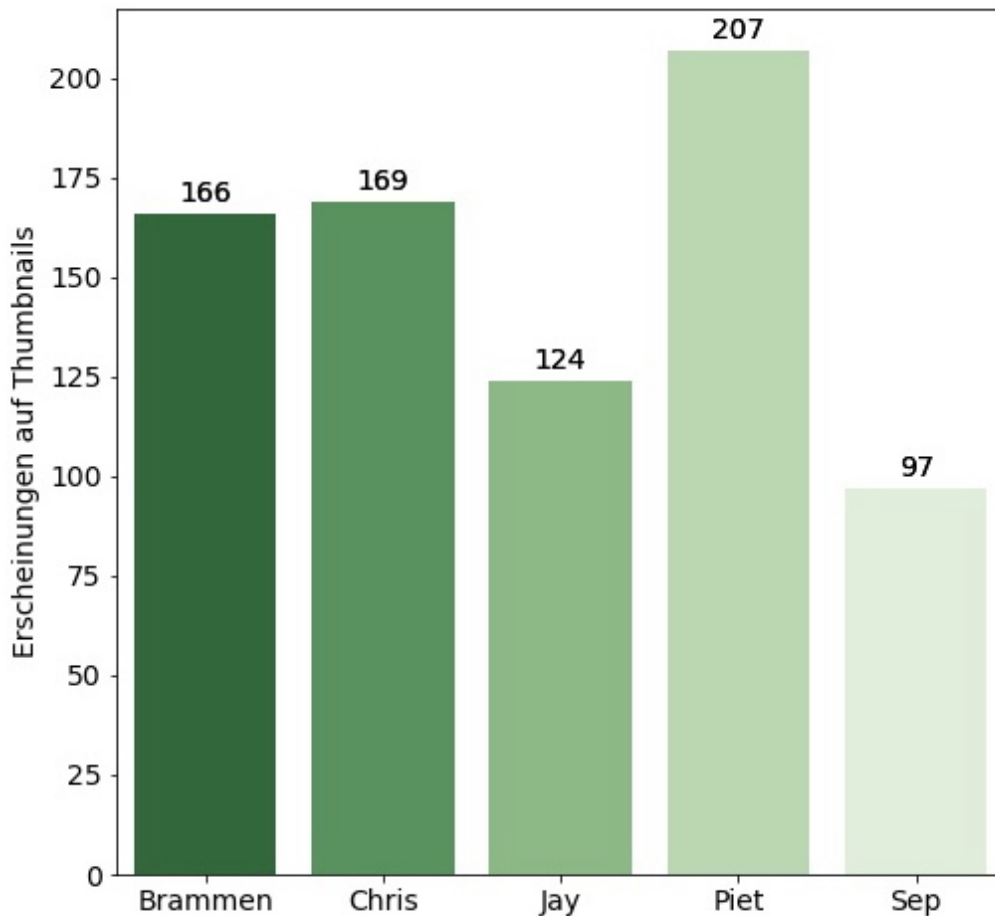
Nachdem wir nun wissen wie viele Teilzeit-Bekloppte im Laufe der Zeit auf den Thumbnails waren, ist es nun an der Zeit zu schauen wie oft die einzelnen Jungs auf Thumbnails zu sehen waren. Hier gibt es eine Dinge die mich persönlich überrascht haben. Ich hatte das Gefühl das Brammen derjenige wäre der am meisten auf den Thumbnails war, doch das ist nicht der Fall. Es ist Peter der mit 273 Erscheinungen am meisten auf Thumbnails gepackt wurde. Jay ist erstaunlicherweise mit 175 Erscheinungen nur auf Platz 4. Die wenigsten Thumbnails durfte Sebastian zieren, der mit 121 Erscheinungen nicht einmal halb so viele hat wie Peter.



Piet war in der Geschichte PietSmietTVs am häufigsten auf Thumbnails. Sep war mit Abstand am wenigsten zu sehen.

## Nach der Pause

Betrachtet man nur die Zeit nach der langen Pause, also nur die Zeit in der regelmäßig Videos kamen, so zeigt sich ähnliches Bild. Auch hier führt der Snob die Statistik an. Sep ist immer noch abgeschlagen auf dem letzten Platz.

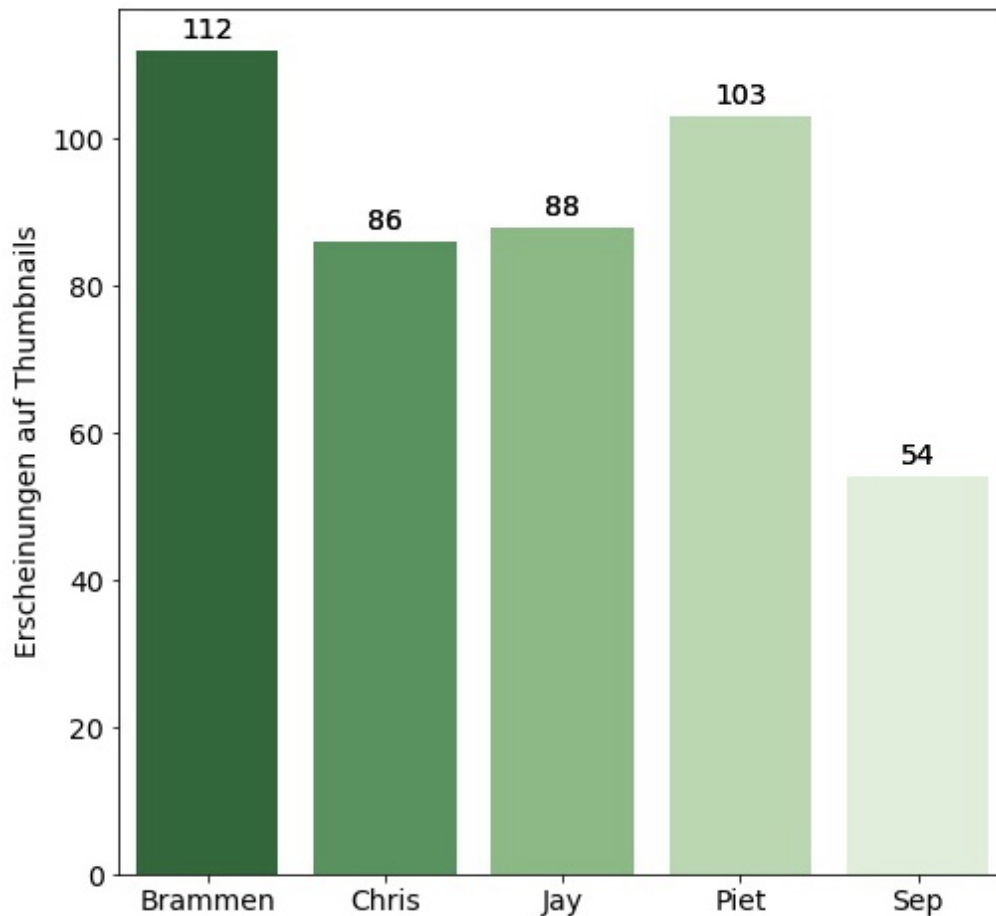


Im Vergleich zu dem gesamten Zeitraum lassen sich keine großen Veränderungen erkennen.

## Seit dem Beginn der Daily Reacts

Etwas anders sieht die Sache aus, wenn man sich die Zeit seit dem 1. November 2019 anschaut. Hier führt auf einmal Brammen die Statistik an, mein Gefühl war also zumindest für diesen Zeitraum korrekt. Jay hat sich außerdem an Chris vorbei auf Platz 3 geschoben. Ob es an den Running Gags von Jay liegt, wie zB die innere Leere bei Try not to Laugh Challenges oder auch der Vorschlag Politiker zu tasern, dass er nun öfter auf Thumbnails zu sehen ist, sei einmal dahin gestellt. Nicht besser sieht es aber immer noch nicht für Sep aus. Seit dem Beginn der Daily Reacts war er nur 97 Mal auf Thumbnails zu sehen und befindet sich somit abermals auf dem abgeschlagenen letzten Platz.





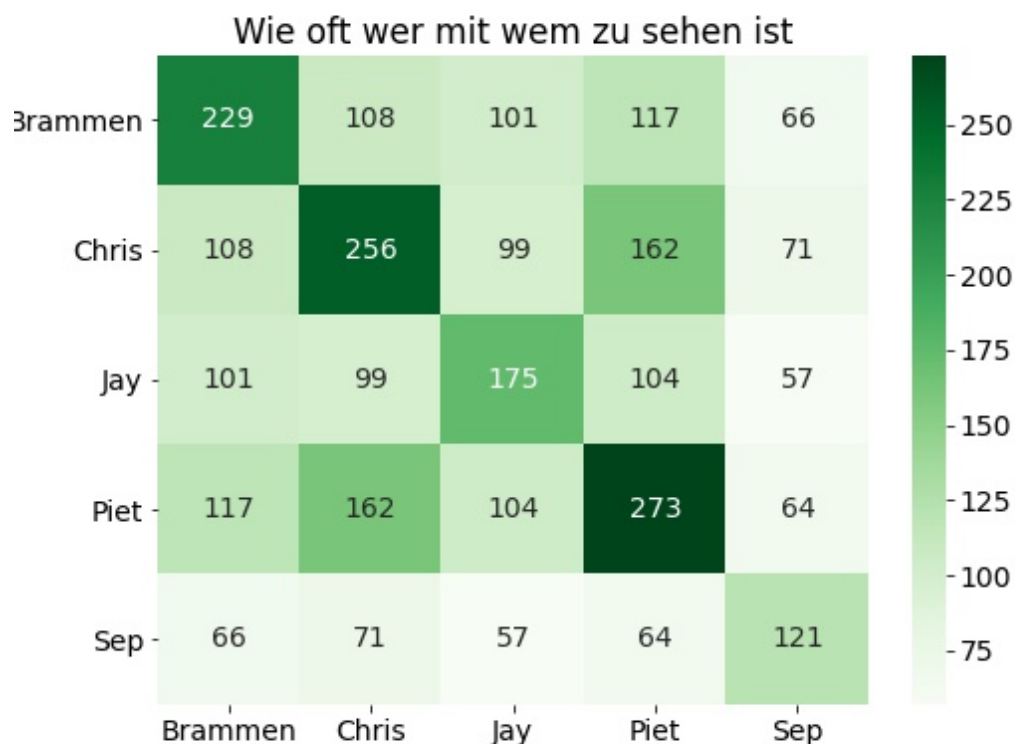
Brammen hat in der Ära der Daily Reacts Peter von Platz 1 verdrängt. Jay konnte sich auf Platz 3 vorkämpfen.

## Wer ist mit Wem auf den Thumbnails zu sehen?

Wir wissen nun, dass Piet und Brammen die Lieblinge der Thumbnail-Ersteller sind, während es Jay und vor allem Sep öfter nicht aufs Thumbnail schaffen. Interessant fand ich aber auch, mit wem die Jungs auf Thumbnails zu sehen sind. Ist die Lage von Sep vielleicht sogar noch trauriger, weil er wenn überhaupt nur auf den Thumbnail ist, wenn einfach alle drauf sind? Spiegelt sich die Busenfreundschaft von Brammen und Piet auch in den Thumbnails wieder, indem sie dort oft zusammen erscheinen?

Betrachtet man die komplette Geschichte des Kanals fällt auf, dass besonders Piet und Chris oft gemeinsam auf Thumbnails sind, erkennbar an dem dunkleren

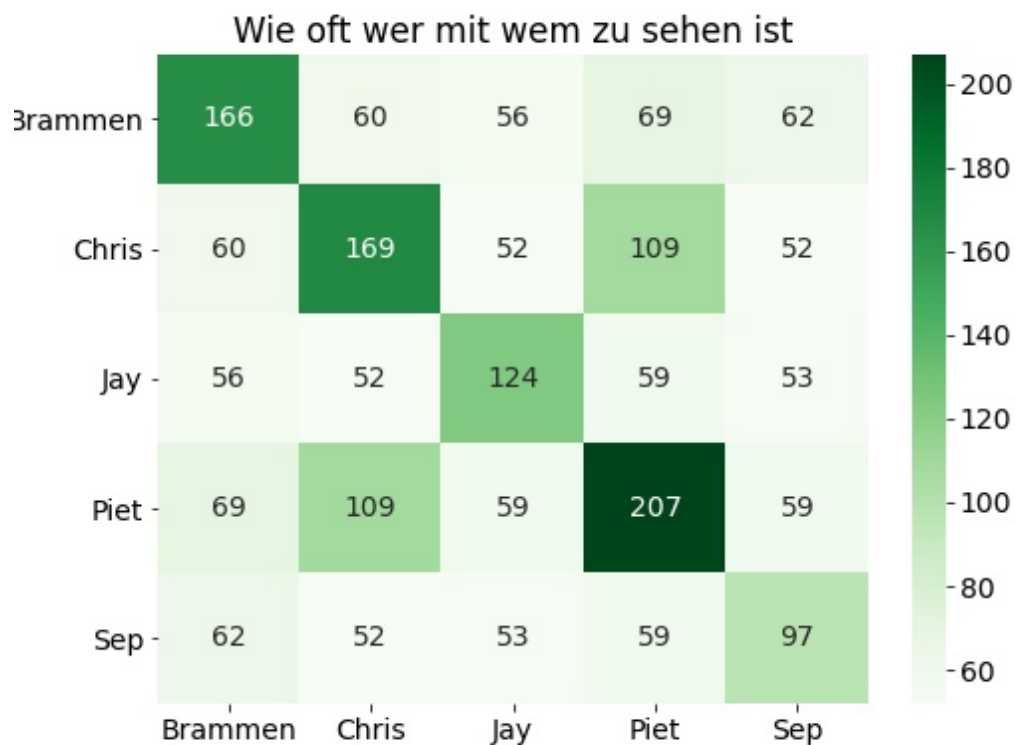
Grün. Das dürfte unter anderem an den zahlreichen E3 Videos im Jahr 2018 liegen. Dort lächelten uns auf jedem Thumbnail der Snob und der Gott an. Brammen und Piet hingegen sind zwar oft gemeinsam auf Thumbnails, jedoch im Vergleich zu anderen Konstellationen nicht unbedingt mehr. Ein weiteres F in den Chat hat auch hier Sep verdient, dessen Kästchen alle fast weiß sind, außer natürlich sein eigenes.



Die Zahlen in den Kästchen stehen für die Anzahl der Thumbnails auf denen beide Personen zu sehen sind. So waren Brammen und Jay bspw. auf 101 Thumbnails gemeinsam zu sehen.

## Nach der Pause

Zieht man nur die Zeit nach der langen Pause in Betracht entspannt sich die Situation Seps wieder etwas. Jetzt sind alle Kästchen relativ hell, mit Ausnahme des E3-2018 Duos Chris und Piet.



Nun sind alle Kästchen relativ hell. Nur Chris und Piet sind überproportional häufig gemeinsam auf Thumbnails

## Seit dem Beginn der Daily Reacts

Verkleinert man den Zeitraum weiter fällt auch die E3 2018 weg, sodass nun das Bild sehr gleichmäßig aussieht. Die Situation von Sep bleibt jedoch prekär. Sep war seit dem Beginn der Daily Reacts im November 2019 91 Mal auf Thumbnails zu sehen. Auf diesen 91 Thumbnails war jedoch bspw. 61 Mal Brammen zu sehen, was mehr als 2/3 der Thumbnails entspricht.

Wenn Sep auf einem Thumbnail zu sehen war, waren zu 51,85% alle 5 Jungs zu sehen! Nur auf 29,63% seiner Thumbnails war Sep alleine. (Zahlen stammen nicht aus diesem Schaubild)

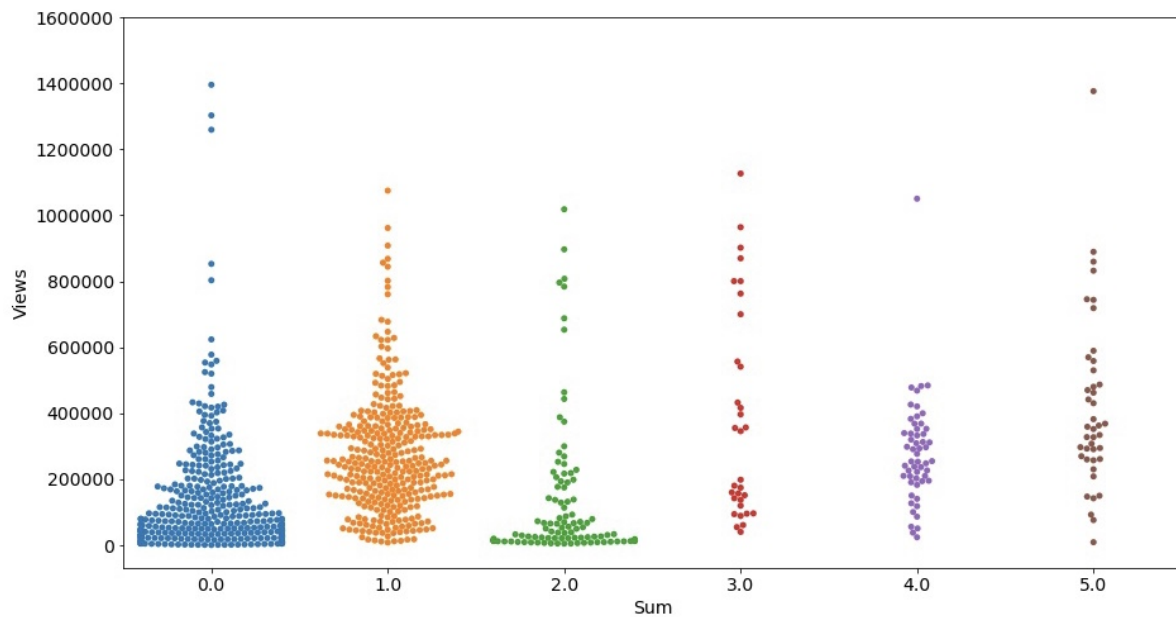


Seit den Daily Reacts ist das Schaubild deutlich ausgeglichener geworden.

## Hat die Anzahl der Jungs auf den Thumbnails Auswirkungen auf die Klicks?

Schaut man sich alle Thumbnails von PietSmietTV an, lassen sich ein paar interessante Dinge beobachten. So ist die Spannweite der Klickzahlen überall hoch. Jede Gruppe hat Videos um die 1 Million Klicks. Auffällig ist, dass die Videos mit keinem und mit 2 Schnittchen im Thumbnail häufig weniger als 100.000 Klicks haben. Haben die Videos ein Thumbnail mit einer Person drauf, sind sie im Schnitt deutlich erfolgreicher und haben oft über 200.000 Klicks.

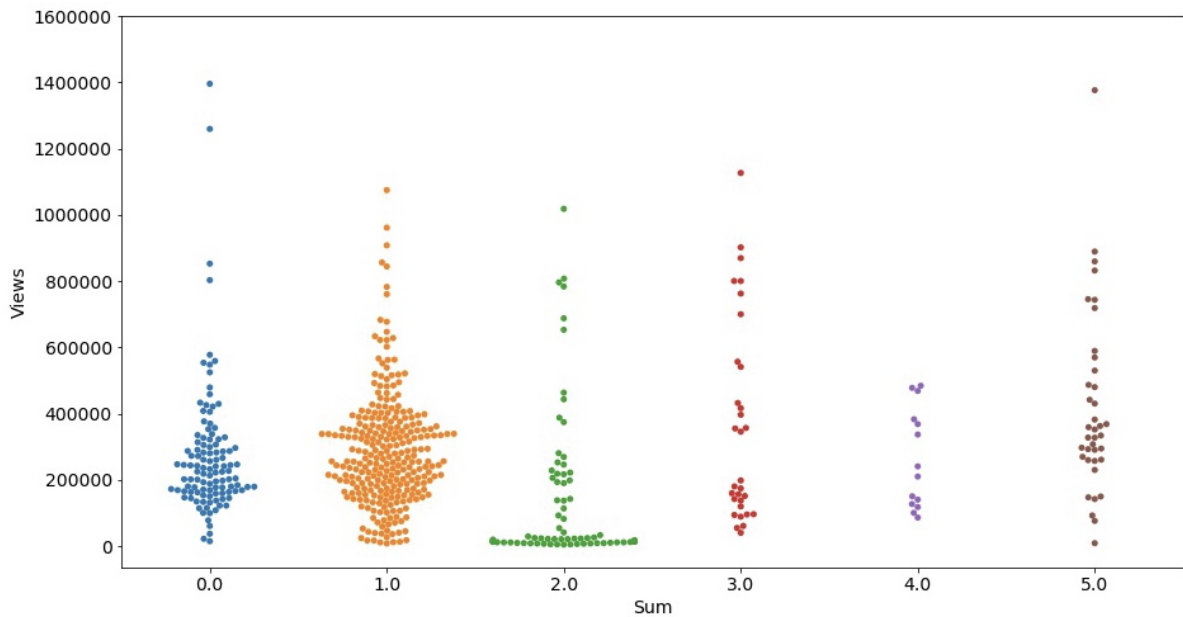
Diese Zahlen sind jedoch nicht viel Wert, da Äpfel mit Birnen verglichen werden. Die Videos vor #Aufbruch und der langen Pause waren andere, als heutzutage. Mittlerweile gab es zum Beispiel die große Qualitätsoffensive, wodurch die Videos qualitativ hochwertiger wurden und bspw. so gut wie nie Facecams asynchron waren oder mal ein Cut vergessen wurde.



Auffällig sind die vielen Videos mit keinem Gesicht der Jungs auf den Thumbnails und sehr wenigen Klicks.

## Nach der Pause

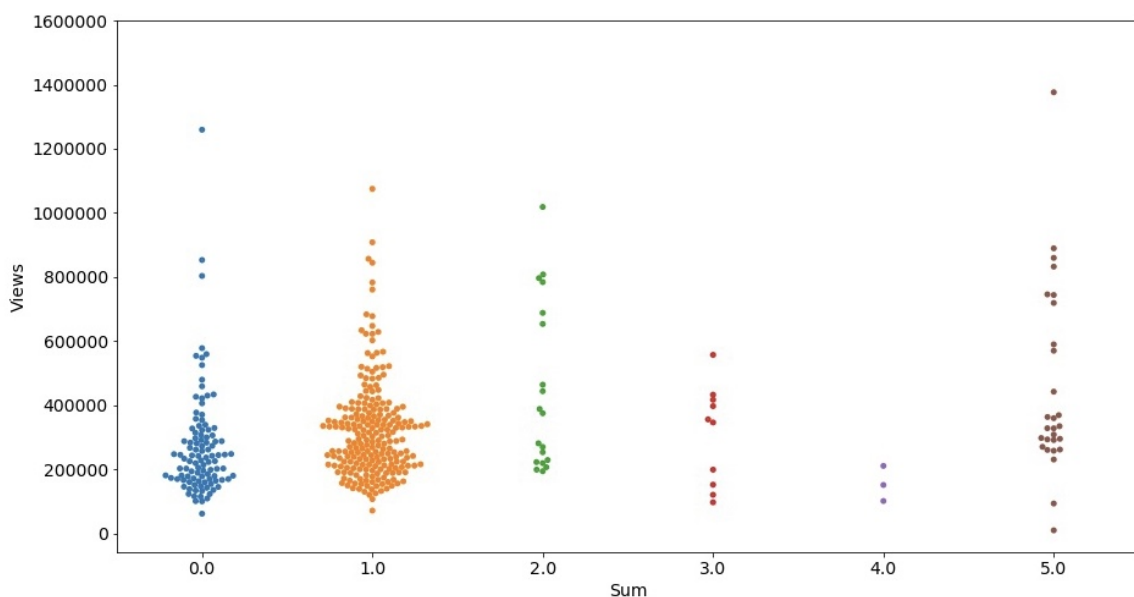
Betrachtet man nur noch die Zeit nach der vorläufigen Schließung der Kanals, fallen die vielen Videos mit wenig Klicks in der ‚Gruppe 0‘ weg. Auffällig sind nun die Videos mit 2 Jungs auf den Thumbnails, welche oft wenige Klicks haben. Das ist wieder auf die E3 2018 zurückzuführen, von der Piet und Chris direkt vor Ort in den USA berichteten. Diese GameStar ähnlichen Videos kamen damals wohl vergleichsweise schlecht bei der Community an.



Die E3-2018 Videos schlagen sich deutlich in der Graphik nieder. Sie sind durch die unteren Punkte der ‚Gruppe 2‘ dargestellt.

## Seit dem Beginn der Daily Reacts

Die Einführung von täglichen Reacts scheint Klick-technisch die richtige Entscheidung gewesen zu sein. Jedes Video performt sehr gut unabhängig von der Zahl der Jungs auf den Thumbnails. Bemerkenswert ist, dass es augenscheinlich seit der Einführung der Daily Reacts erst 3 Videos gab, mit 4 Jungs auf dem Thumbnail.



# Hängen die Klicks davon ab wer auf dem Thumbnail ist?

Die Antwort auf diese Frage ist auf den ersten Blick ziemlich unspektakulär. Die Videos werden unabhängig davon wer auf dem Thumbnail ist sehr gut geklickt. Wenn zum Beispiel Brammen auf dem Thumbnail zu sehen ist, haben die Videos im Schnitt 361.530 Views. In diesem Rahmen bewegen sich auch die Zahlen der Anderen.

Das Überraschende ist, dass Sebastian „Tittenfick“ Lenßen die besten Klickzahlen vorweisen kann. Videos mit ihm auf dem Thumbnail haben im Schnitt 386.131 Klicks und damit knapp 30.000 mehr als die Videos mit Piet auf dem Thumbnail (354.955). Vielleicht sollte man also die Thumbnail-Politik nochmal überdenken und Sep das Licht an der Sonne gönnen, das er verdient.

Das erfolgreichste PietSmietTV Video hatte übrigens gar keinen der Jungs auf dem Thumbnail. Das React auf „MemeSmiet #2“ ist momentan (noch) erfolgreicher als das React auf das Jahres-BestOf 2019, mit allen 5 auf dem Thumbnail. An dieser Stelle sollte man einfach mal das kleine Gürkchen loben, für den tollen React-Stoff. Das beste Solo-Thumbnail geht auf das Konto von Brammen und dem React auf MemeSmiet #3.



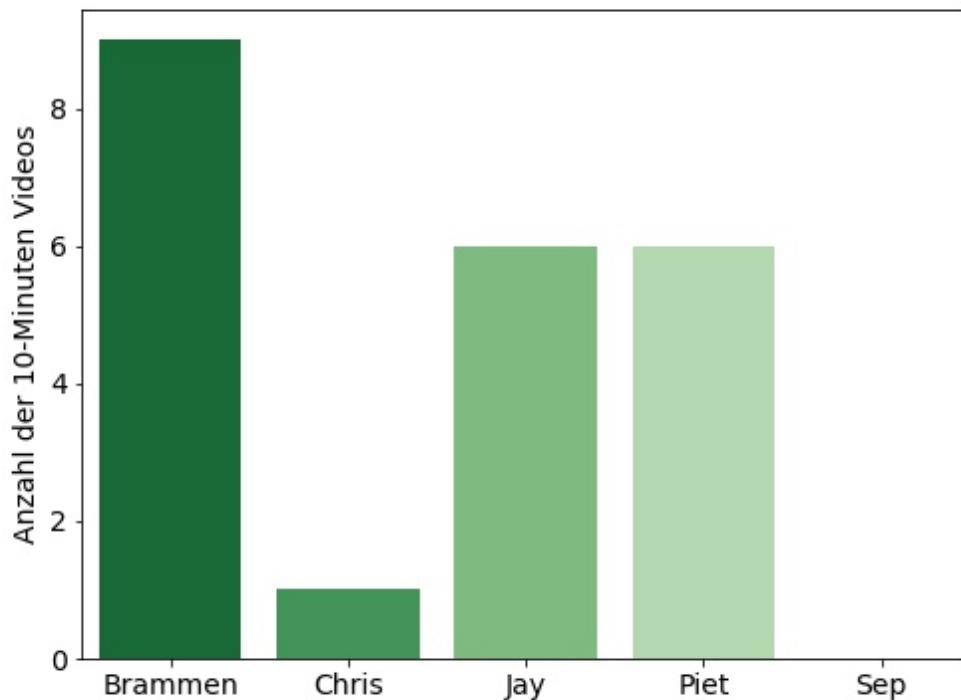
Das Klick-technisch erfolgreichste Thumbnail von PietSmietTV

# Wer ist am meisten auf Videos die auf 10 Minuten gestreckt sind?

Ein Kritikpunkt der immer wieder von der Community gebracht wird ist, dass immer wieder Videos auf 10 Minuten gestreckt werden, um die Werbung schalten zu können. So zum Beispiel die Scotland Yard Video auf dem Hauptkanal. Auf dem Kanal PietSmietTV sind relativ wenige Videos auf 10 Minuten gestreckt, dh. genau 10 Minuten lang. Wenn man sich die Graphik anschaut wird aber deutlich, dass es einen Hauptverdächtigen gibt, der für die Streckung verantwortlich sein könnte: Der B43 Bomber.

Wer die Twitch-Streams von Brammen verfolgt, weiß bestimmt auch von seiner Affinität zu hoch riskanten Wertpapier-Geschäften, die jedoch laut seiner Aussage „bisher immer hoch rentabel“ waren. Die Streckung der Videos auf 10 Minuten um so den Werbeumsatz zu erhöhen, würde gut ins Muster passen, da er so am Schluss mehr Kapital für den Wertpapierhandel hätte. Mit Sicherheit wissen werden wir wohl nie wer für die Streckungen verantwortlich ist. Es bleibt spannend.





Die beiden Geschäftsführer Piet und Dennis sind häufig auf Thumbnails gestreckter Videos. Auch Jay ist oft auf Thumbnails solcher Videos zu sehen.

## Schlusswort

Ich hoffe ihr hattet etwas Spaß beim Lesen meiner kleinen Analyse und fandet den einen oder anderen Punkt genauso interessant wie ich. Ich hoffe es war jederzeit klar, dass meine Kommentare zu manchen Schaubildern nicht ganz ernst gemeint waren. Sep wird zB natürlich nicht benachteiligt und es wird auch sicher kein böses Blut zwischen den Jungs geben, nur wegen ein paar Thumbnails.

Um die Daten zu bekommen die diesen Bericht hier zugrunde liegen, habe ich verschiedene Tools benutzt. Zuerst einmal den YouTube Downloader mit dem ich die Titel aller Videos in eine Liste gepackt habe. Leider wurden dabei manche Videos nicht berücksichtigt (warum auch immer), jedoch fehlen dadurch nur sehr wenige. Die Aussagekraft der Statistiken sollte dadurch keineswegs beeinträchtigt sein. Als ich dann die Liste hatte, habe ich in einer Excel-Datei von Hand die Thumbnails ‚gelabelt‘. Für die Datenanalyse habe ich Python und Pandas benutzt, sowie Matplotlib bzw Seaborn für die Visualisierungen.

Das ist mein erstes ‚Data-Science‘ Projekt dieser Art und auch das erste Mal, dass ich Graphiken in dieser Form erstellt habe. Wenn ihr euch in diesem Gebiet auskennt und Tipps oder Vorschläge habt, würde ich mich riesig über euer Feedback freuen. Aber auch wenn ihr keine Ahnung von dem Background habt, würde ich mich sehr freuen, wenn ihr mir sagen könntet wie ihr diesen Artikel/Bericht/wie auch immer, fandet. Feedback jeglicher Art bedeutet mir wirklich viel. Seid aber lieb. ^^

Dieser Bericht ist ein Work-in-Progress wird also immer wieder aktualisiert, sodass auch die neuen Videos immer wieder mit einbezogen werden. Erwartet aber nicht, dass alles hier tagesaktuell ist :).

Als nächstes würde ich gerne die Thumbnails des Hauptkanals PietSmiet analysieren. Da der Kanal jedoch mittlerweile an die 23.000 Videos hat und bald das neue Semester an der Uni losgeht, könnte das noch ein wenig dauern. Wenn jemand Bock hat mir beim Labeln der Thumbnails zu helfen, kann er oder sie mich gerne anschreiben. Wäre wirklich mega. Credits für die Arbeit würde es natürlich auf jeden Fall auch geben.

## Links

- [GitHub Repository](#)
  - Hier findet ihr die Exceltabelle mit allen Daten die ich für die Analyse benutzt habe. Prüft meine Zahlen gerne nach und verbessert mich, wenn ihr einen Fehler finden solltet :)
- [Kaggle Notebook](#)
  - Hier habe ich die ganze Analyse programmiert und mit verschiedenen Zahlen und Tabellen herumgespielt. Die Seite ist kostenlos, kann ich wirklich jedem empfehlen der mit Programmieren/Data Analysis anfangen will.
  - Übrigens nicht erschrecken: Das Notebook ist nicht wirklich ordentlich. Das muss es auch nicht sein, da es nur ein Platz ist zum Ausprobieren.
- [Twitter](#)
  - Hier könnt ihr mir gerne schreiben wenn ihr wollt.
- [Facebook](#)

- Natürlich habe ich kein Facebook. Wie würde Jay sagen? Facebook ist der größte Much! Tasern!