

YouTube – die beliebteste Videoplattform der Welt

Ob unterwegs auf dem Smartphone oder zu Hause auf dem Flachbildfernseher: Immer mehr Menschen rund um die Welt werden Teil der YouTube-Community.

DER INTERNATIONALE ERFOLG VON YOUTUBE

Elf Jahre nach der Gründung von YouTube im Jahr 2005 hat die Videoplattform ihren festen Platz im Unterhaltungsbereich eingenommen.

In der Zielgruppe der 16- bis 34-Jährigen ist YouTube sehr beliebt und gewinnt immer mehr an Bedeutung.



54 %

der befragten 16- bis 34-Jährigen in Deutschland geben an, YouTube-Videos auf einem Fernsehgerät angeschaut zu haben.¹



40 %

der 16- bis 24-Jährigen in Deutschland entscheiden sich eher für YouTube als für Video-Abodienste, Streamingportale oder das Fernsehen, wenn sie sich auf eine einzige Plattform festlegen sollen. **Nur 15 % unter ihnen entscheiden sich für das Fernsehen.**¹

DER WELTWEITE EINFLUSS VON YOUTUBE

Millionen kreativer Köpfe arbeiten täglich daran, Videos für ihre treuen Fans auf YouTube zu produzieren.

Ihr Einfluss und ihre Reichweite sind hoch, denn mittlerweile prägen YouTuber viele Trends und Inhalte der heutigen Popkultur. Gleichzeitig bewahren sie die Nähe zu ihren Fans und sind mit ihrer Community in einem direkten Austausch. Die beständige Interaktion mit der Fangemeinde sorgt dafür, dass sich die Zuschauer heute eher mit YouTube-Stars identifizieren können als mit traditionellen Film- und Fernsehstars.



64 %

der 16- bis 34-Jährigen in Deutschland geben an, dass sie auf YouTube eher Inhalte finden, für die sie sich interessieren, als im Fernsehen.¹



Mehr als

60

deutsche YouTube-Kanäle haben eine Abonnentenzahl von **über einer Million.**²



Es gibt heute

80 %

mehr deutsche **YouTube-Kanäle mit einer Million Abonnenten** als noch vor 12 Monaten.²

DIE WACHSENDE BEDEUTUNG VON YOUTUBE FÜR MARKEN UND UNTERNEHMEN

Ein begeistertes Publikum ist offen für überzeugende Markenbotschaften und eine langfristige Kundenbindung.

Wie durch aktuelle Studien belegt werden konnte, bietet YouTube bei einem gleichbleibenden Niveau der Werbeausgaben einen höheren ROI als traditionelle TV-Werbekampagnen. Der Vorteil an YouTube ist, dass detaillierte Leistungsdaten nahezu in Echtzeit erhältlich sind, sodass eine YouTube-Kampagne fortlaufend optimiert werden kann.



Bei gleichbleibenden Werbeausgaben lag der ROI mit YouTube in

77 %

der Studien höher als mit einer TV-Werbekampagne.³

QUELLEN

- 1 Online-Omnibusumfrage von YouGov, Mai 2016, Deutschland.
- 2 Interne Daten von Google, April 2015 im Vergleich zu 2016, Deutschland.
- 3 Erhebungen von Google und Dritten in Europa, 2013–2016, Ergebnisse aus 56 Studien.