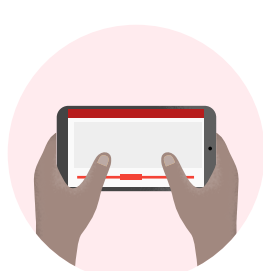


Die Nutzer lieben YouTube

Ob auf Mobilgeräten oder den großen Bildschirmen im Wohnzimmer: YouTube wird immer beliebter.

YOUTUBE – EINE GLOBALE PLATTFORM

Elf Jahre nach dem Start im Jahr 2005 ist YouTube eine fest etablierte Größe. Bei der demografischen Schlüsselgruppe der 16- bis 34-Jährigen gehört YouTube geräteübergreifend zu den beliebtesten Plattformen. Und ein Ende des Wachstums ist weder auf großen noch auf kleinen Bildschirmen abzusehen.



Im ersten Quartal 2016 lag die durchschnittliche Reichweite von YouTube in Großbritannien bei den 18- bis 34-Jährigen pro Monat höher als bei allen anderen kommerziellen Fernsehsendern, und das allein auf Mobilgeräten. Dies belegen entsprechende Daten von comScore und BARB.¹



Fast die Hälfte aller 16- bis 34-jährigen Befragten in Großbritannien gab an, YouTube schon einmal auf dem Fernseher verwendet zu haben.²



Vor die Wahl gestellt, **41%** entschieden sich die 16- bis 24-Jährigen in Großbritannien für YouTube. Fernsehen, Abodienste und Streamingwebsites hatten das Nachsehen. Lediglich 27 % entschieden sich für das Fernsehen.²

YOUTUBE – EIN GLOBALER TRENDSETTER

Jeden Tag stellen Millionen begeisterter YouTuber Inhalte für ihre treuen Fans bereit. Der Einfluss dieser YouTuber ist enorm. Sie bestimmen, was angesagt und was Kult ist. Doch der Welt entrückt wie viele Stars der Vergangenheit sind sie keineswegs. Dank der zweigleisigen Kommunikation zwischen YouTubern und Publikum können sich die Zuschauer nach eigener Auskunft viel besser mit YouTubern als mit traditionellen Promis identifizieren.



59%

59 % der 16- bis 34-Jährigen in Großbritannien glauben, dass sie die wirklich interessanten Inhalte eher auf YouTube als im Fernsehen finden.²



Mehr als

190

YouTube-Kanäle aus Großbritannien haben mehr als **1 Million Abonnenten**.³



Es gibt mittlerweile

50%

mehr britische Kanäle mit mehr als **1 Million Abonnenten**, als dies noch vor 12 Monaten der Fall war.³

YOUTUBE – EIN SPRUNGBRETT FÜR IHR UNTERNEHMEN

Begeisterte Zuschauer sind interaktive Zuschauer, die Chancen auf ein intensives Verhältnis zwischen Nutzern und Unternehmen sind riesig. Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass YouTube mit dem derzeitigen Investitionsvolumen einen höheren ROI erzielt als das traditionelle Fernsehen. Geräteübergreifende Messungen, die nahezu in Echtzeit erfolgen, liefern darüber hinaus praktische und detaillierte Kampagnendaten.



Mit dem aktuellen Investitionsvolumen erreichte YouTube in

77%

der Studien einen höheren ROI als das Fernsehen.⁴

QUELLEN

- 1 comScore und BARB, 1. Quartal 2016, GB
- 2 Von Google in Auftrag gegebene YouGov-Omnibus-Onlineumfrage, Mai 2016, GB
- 3 Google-Daten, GB, 15. April 2016 im Vergleich zum 15. April 2015
- 4 Europäische Studien von Google und Dritten, 2013–2016, 56 Studien insgesamt