YouTube-Nutzung

Eine Analyse des Konsumverhaltens und der Einsatzmmöglichkeiten

Bachelorarbeit

Fakten zu YouTube:

YouTube wurde **15. Feb. 2005** gegründet

YouTube ist auf **Platz 2** der meistbesuchten Webseiten

Pro Minute werden **400 Stunden** Videomaterial hochgeladen

Pro Tag werden **eine Milliarde** Stunden konsumiert

Pro Monat **1,9 Mrd.** aktive Nutzer

Alternativen zu YouTube:

Twitch: 15 Millionen Nutzer pro Tag

Mixer*: 30 Millionen Nutzer im Monat

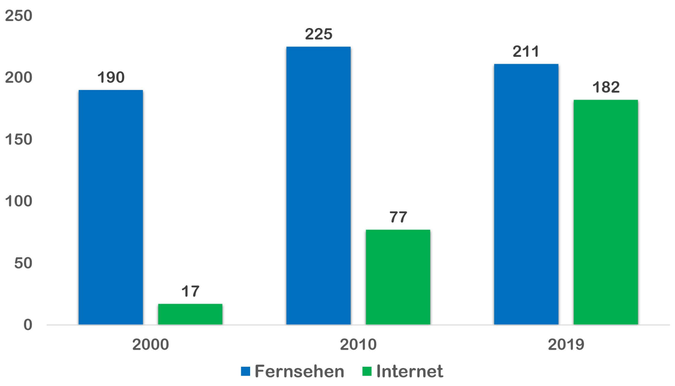
Facebook: 210 % Zuwachs der Watch Time

* wechselte zum 22.07.2020 zu Facebook Gaming

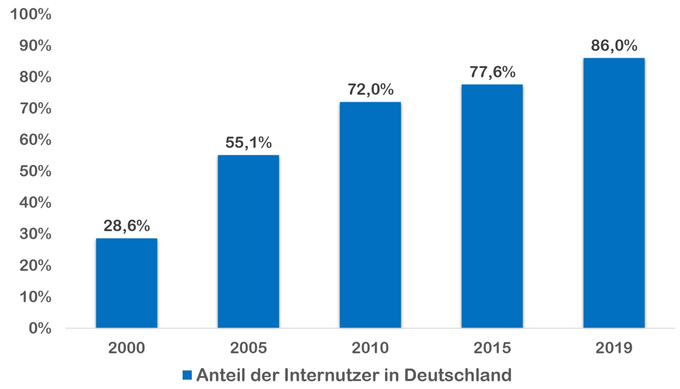
Funktionen von YouTube

- Partnerprogramm & Monetarisierung
- Kanalmitgliedschaft
- Merchandise-Bereich
- YouTube-Space
- Das Vorteilsprogramm
- One-Channel-Design
- Werbepartner
- Abo & Benachrichtigung
- YouTube-Premium & Spenden

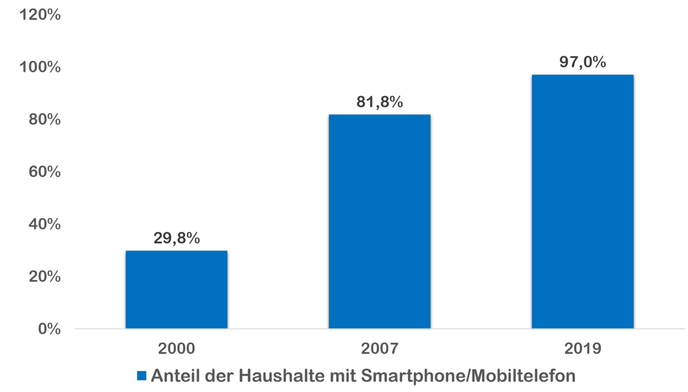
Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



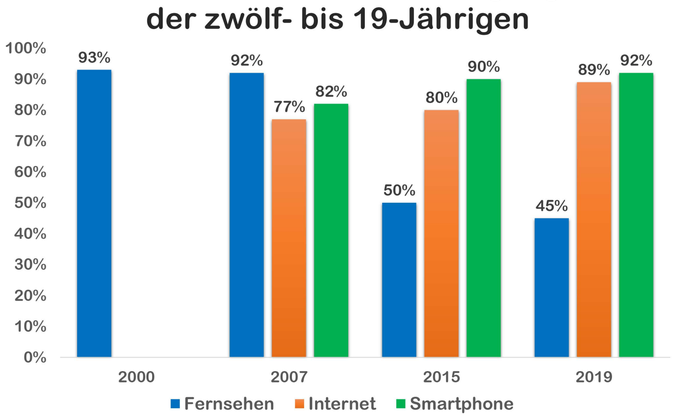
Internetnutzer in Deutschland



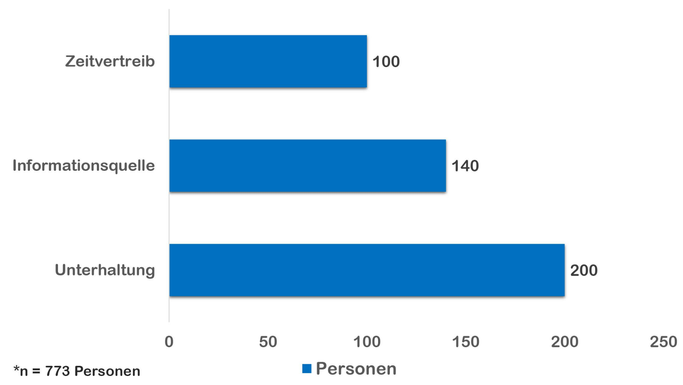
Haushalte mit Smartphone/Mobiltelefon



Mediale Freizeitbeschäftigung der zwölf- bis 19-Jährigen

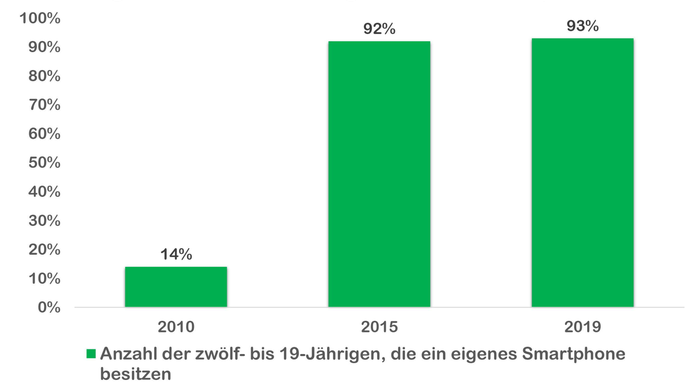


Gründe für die Nutzung von YouTube *



*n = 773 Personen

Jugendliche mit eigenem Smartphone



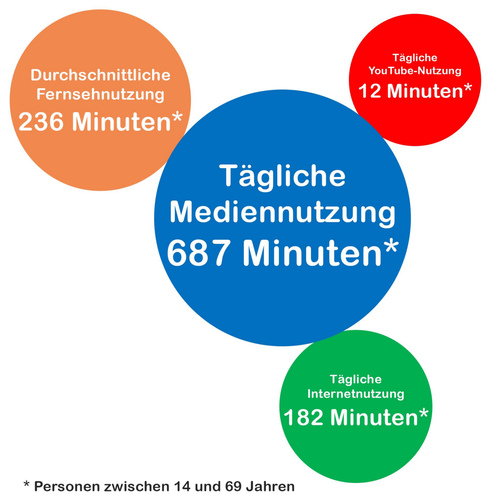
Endgeräte für die Nutzung von YouTube

	Personen ab 14 Jahren	zwölf- bis 19-Jährige
	54 %	70 %
	13 %	10 %
	6 %	3 %

Videonutzung im Internet - mindestens einmal die Woche

YouTube	Streaminganbieter*
40 % Personen ab 14 Jahren	37 % Personen ab 14 Jahren
82 % Personen unter 30 Jahren	67 % Personen unter 30 Jahren

*Netflix, Amazon Prime Video, etc.



* Personen zwischen 14 und 69 Jahren

Lieblingsformate im Fernsehen 2019

Bevölkerung ab 14 Jahren:

Nachrichten:	42,6 %
Krimis:	27,6 %
Tier-/Natursendungen:	27,1 %
Sport:	25,6 %
Serien/Filme:	19,5 %

Bevölkerung zwischen zwölf und 19 Jahren:

Sitcoms:	20 %
Zeichentrick/Anime:	18 %
Scripted Reality:	18 %
Krimis:	13,5 %
Nachrichten:	10 %

Lieblingsformate auf YouTube *

*n = 1.177 Personen,
Ergebnisse der Umfrage Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen

Prozess für einen YouTube Channel

Kanaldesign	Einheitliches Design, wiedererkennbar, passende Beschriftung
Aufbau eines Videos	Die ersten Sekunden zählen, interessanter Anfang, Neugier wecken, KEIN Clickbait
Nutzung des Algorithmus	Titel, Tags und Beschreibung optimieren, zur Interaktion mit dem Video motivieren
Social Media	Zum Promoten von Videos nutzen, besondere Momente mit den Followern teilen
Zuschauer-bindung	Auf Zuschauer eingehen, Ehrlichkeit, Offenheit, auf Augenhöhe begegnen

Arnold Möllmann
Medien und Informationswesen

Hochschule Offenburg
offenburg.university

Prof. Dr. Christopher Zerres
Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer