merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

André Golling: Unboxing YouTube

Beitrag aus Heft »2019/03 Digitalität. Religion. Pluralismus«

1,9 Milliarden. Zum Publikum zählen überwiegend junge Menschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren. Mit einer Internetnutzung von nahezu sechs Stunden pro Tag hebt sich diese Altersgruppe deutlich vom durchschnittlichen Konsumentenverhalten von rund drei Stunden ab. 86 Prozent dieser Kohorte besuchen täglich oder mehrmals pro Woche die Plattform.

Mit dem stetig wachsenden Nutzerkreis gewinnen seit 2013 ebenso einflussreiche Webvideomacherinnen und -macher an Bedeutung. Mittlerweile sind in Deutschland knapp 300.000 Influencer im Internet tätig. Beliebte Themen sind beispielsweise Beauty, Let's Plays sowie Lifestyle und Ernährung. Dabei herrscht mit einer Verteilung von 17 Prozent der weiblichen Influencern gegenüber 83 Prozent der männlichen Darsteller unter den 100 meistgesehenen YouTube-Kanäle eine deutliche Ungleichverteilung.

Aufgrund der hohen Anzahl der Webvideoclips und der großen Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten kann YouTube erfolgreich digitales Marketing betreiben. Dies spiegelt sich im erhöhten Aufkommen von Werbevideos, Reklamen und kleineren Anzeigen wider, die vor, während oder nach den Webvideoclips platziert werden. Auch ein Großteil der Influencerinnen und Influencer verfolgt mit ihren Webvideos eine kommerzielle Absicht. So verwenden 65 Prozent der Top 100 Produktplatzierungen oder Werbeinhalte in persönlichen Empfehlungen. Häufig kann eine Zusammenarbeit mit Unternehmen festgestellt werden. Auch eigene Produktlinien oder Modekollektionen werden direkt in den Webvideos vermarktet. Am YouTube-Partnerprogramm GoogleAds für Werbung und Vermarktung nehmen demnach 97 Prozent der Top-100-Webvideo-Betreibenden teil, lediglich drei Prozent enthalten sich dem.

Laut der OBS handelt es sich bei den meisten Inhalten von YouTubes Top 100 um banale und zum Teil anstößige Unterhaltung. Ausschließlich vier Kanäle hätten einen informierenden Charakter.

www.otto-brenner-stiftung.de

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de