

Gronkh statt Sportschau: Die YouTube Channel-Studie

Fernsehsendungen sind bei Teenagern zwar bekannter, aber nicht unbedingt beliebter als YouTube-Kanäle. Zu diesem Ergebnis kommt eine von Google in Auftrag gegebene forsa-Studie. Im Rahmen der Studie wurden die bekanntesten YouTube-Kanäle wie DagiBee, BibisBeautyPalace oder LeFloid mit Fernsehsendungen wie der erfolgreichen Sitcom „The Big Bang Theory“ oder der Quizshow „Wer wird Millionär“ nach verschiedenen Aspekten aus der Sicht von 16- bis 21-Jährigen bewertet.



Aber: Die YouTube-Kanäle bei den 16- bis 21-Jährigen sind ähnlich beliebt wie bekannte TV-Formate.

Gronkh ist mit einem Beliebtheitsgrad von durchschnittlich

beliebter als die **Sportschau** mit

47%



43%

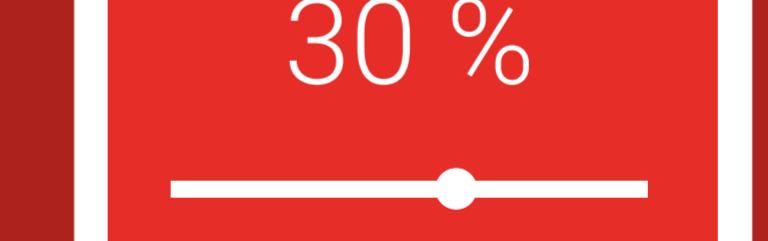


Und: Sind den Jugendlichen die Kanäle bekannt, liegt YouTube in den Kategorien Authentizität und

Glaubwürdigkeit sogar vor den klassischen Sendeformaten.



Durchschnittlich schätzen die 16- bis 21-Jährigen YouTube-Kanäle um 7 % authentischer ein als TV-Sendungen.



Ähnliches gilt für die Kategorie Glaubwürdigkeit.

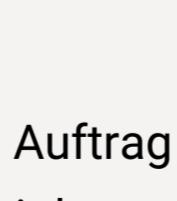


Über die Studie:

Die Grundlage der YouTube Channel-Studie von forsa im Auftrag von Google bildet eine repräsentative Online-Umfrage unter 309 Jugendlichen im Alter von 16 bis 21 Jahren, bei der zunächst 12 relevante YouTube-Kanäle und 14 TV-Sendungen identifiziert wurden. Hierzu zählen unter anderem Sendungen wie „Wer wird Millionär“, „Galileo“, „Big Bang Theory“, „Sportschau“ sowie „Game of Thrones“. Die 26 Formate, die in der Umfrage identifiziert wurden, wurden anschließend in Glaubwürdigkeit, Authentizität, Relevanz, Massentauglichkeit bewertet.

34 %

der Jugendlichen empfinden YouTube-Kanäle als ein gutes Werbeumfeld.



31 %

der Jugendlichen empfinden TV-Sendungen als ein gutes Werbeumfeld.