

ONLINE-VIDEO- MONITOR 2023

MEDIA TASTING

STUTTGART, 22.06.2023

JULIANE MÜLLER

GESCHÄFTSFÜHRERIN GOLDMEDIA GMBH

GOLDMEDIA GMBH STRATEGY CONSULTING

Info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin | Tel. +49 (0)30 2462660

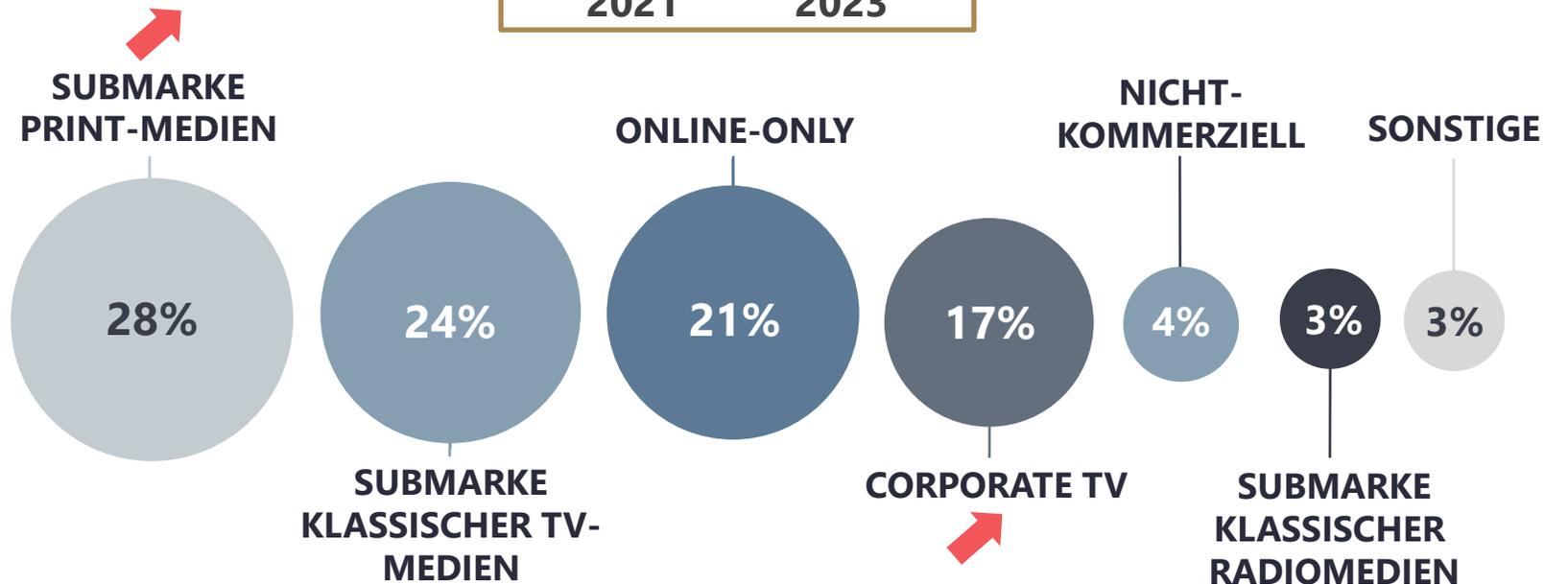
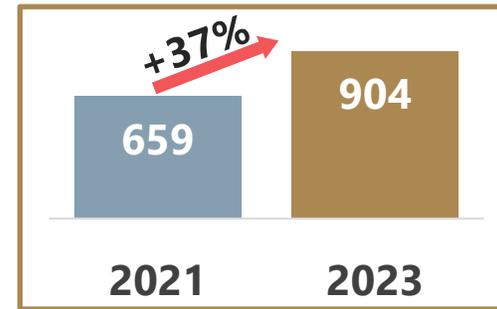
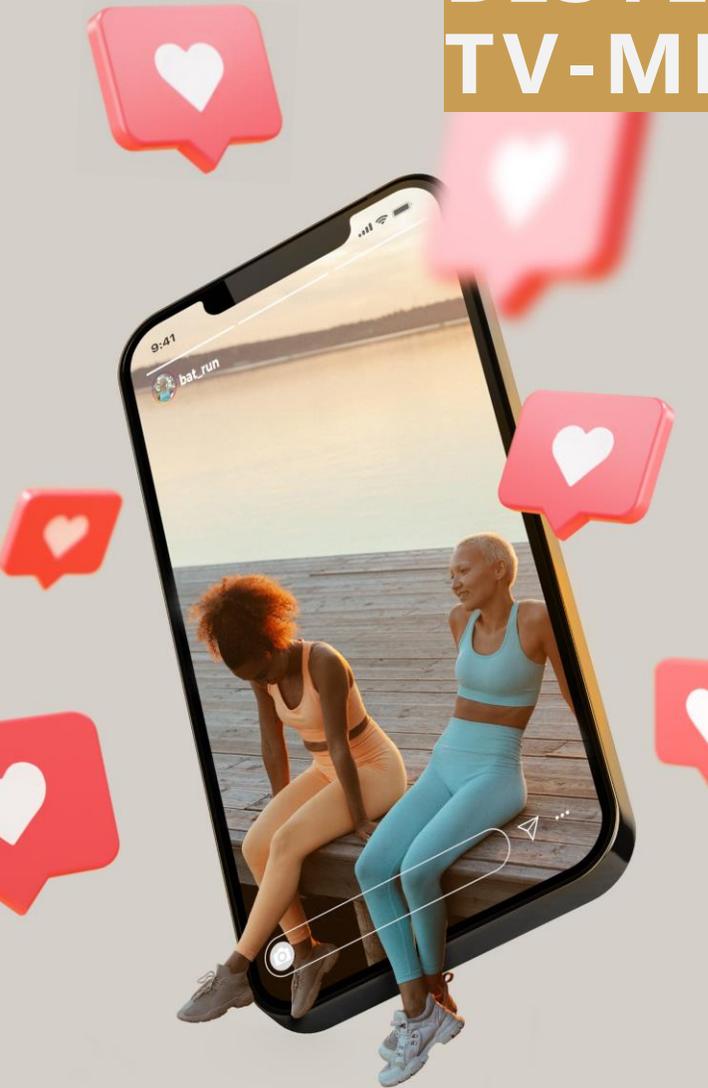
CORPORATE



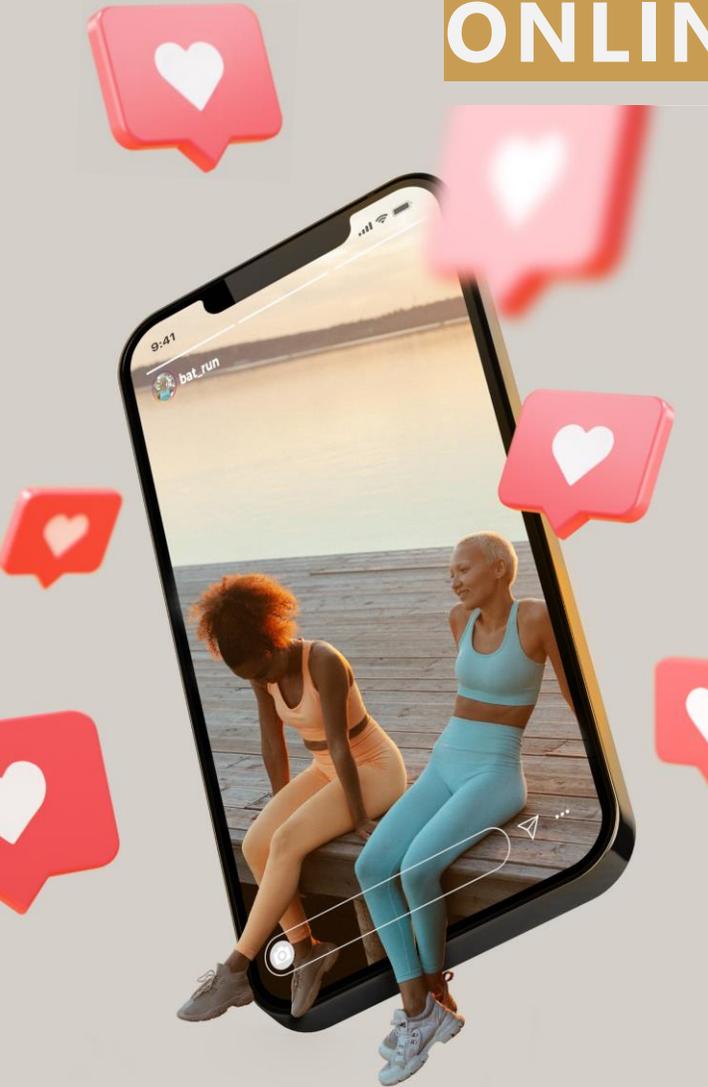
STRUKTURDATEN- ANALYSE

ANGEBOTE MIT EIGENER WEB- PRÄSENZ

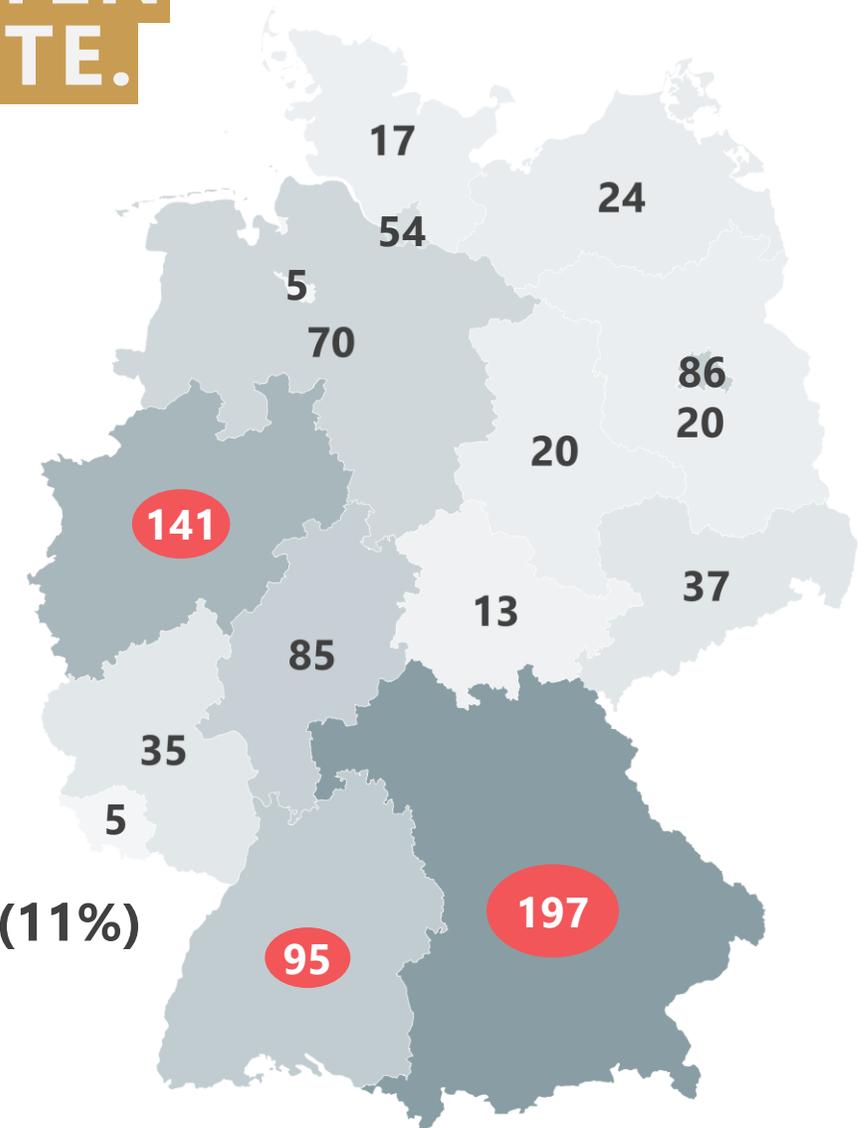
904 ANGEBOTE MIT EIGENER WEBPRÄSENZ BESTEHEN. SUBMARKEN VON PRINT- UND TV-MEDIEN SIND STARK VERTRETEN.



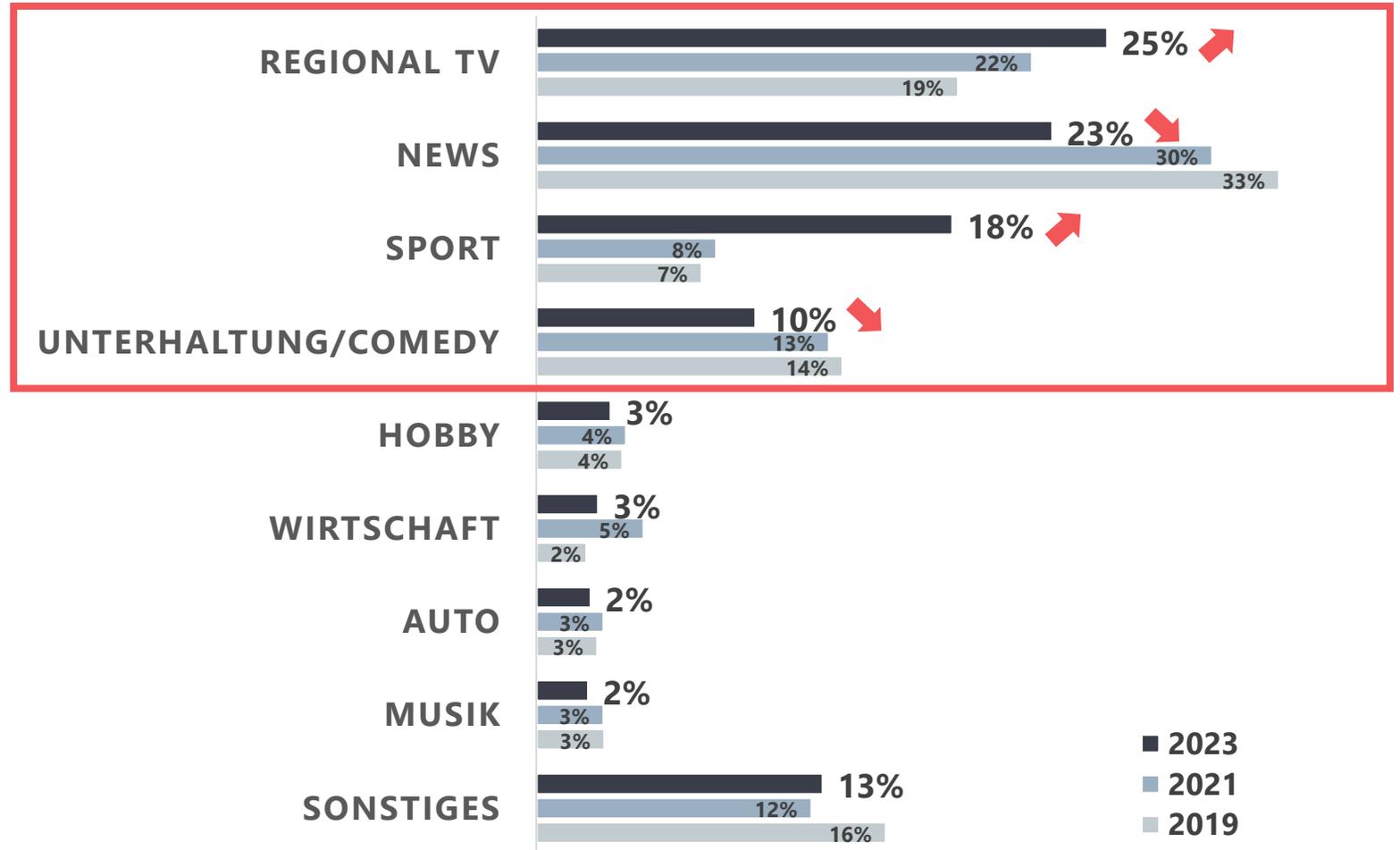
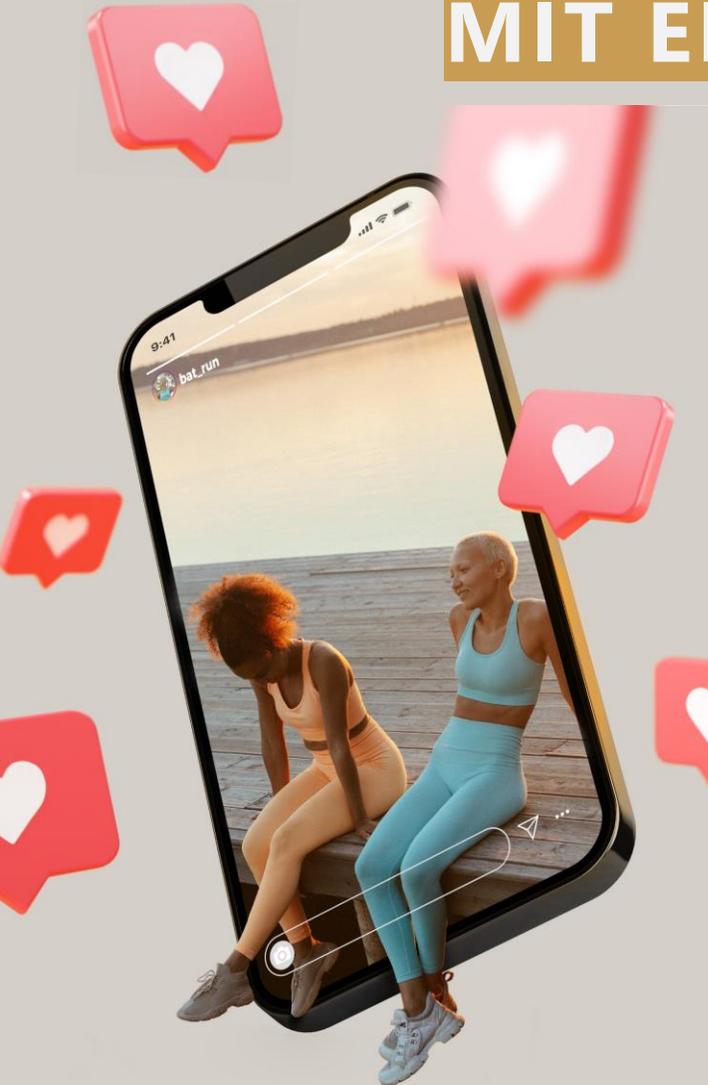
BAYERN, NRW UND BADEN-WÜRTTEMBERG PRODUZIEREN DIE MEISTEN ONLINE-VIDEO-ANGEBOTE.



1. BAYERN (22%)
2. NRW (16%)
3. BADEN-WÜRTTEMBERG (11%)

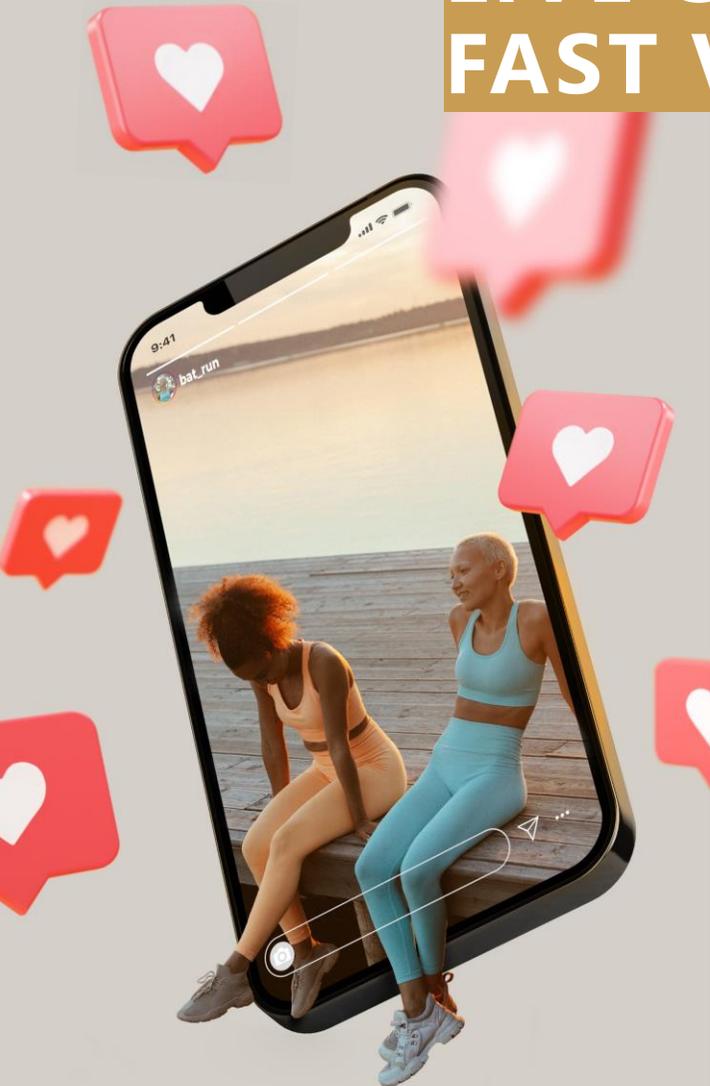


REGIONALE, NEWS- UND SPORT-INHALTE DOMINIEREN BEI DEN VIDEO-ANGEBOTEN MIT EIGENER WEB-PRÄSENZ.



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023 & 2021 sowie Web-TV-Monitor 2019 n=904/659/625 Online-Video-Angebote mit eigener Web-Präsenz.

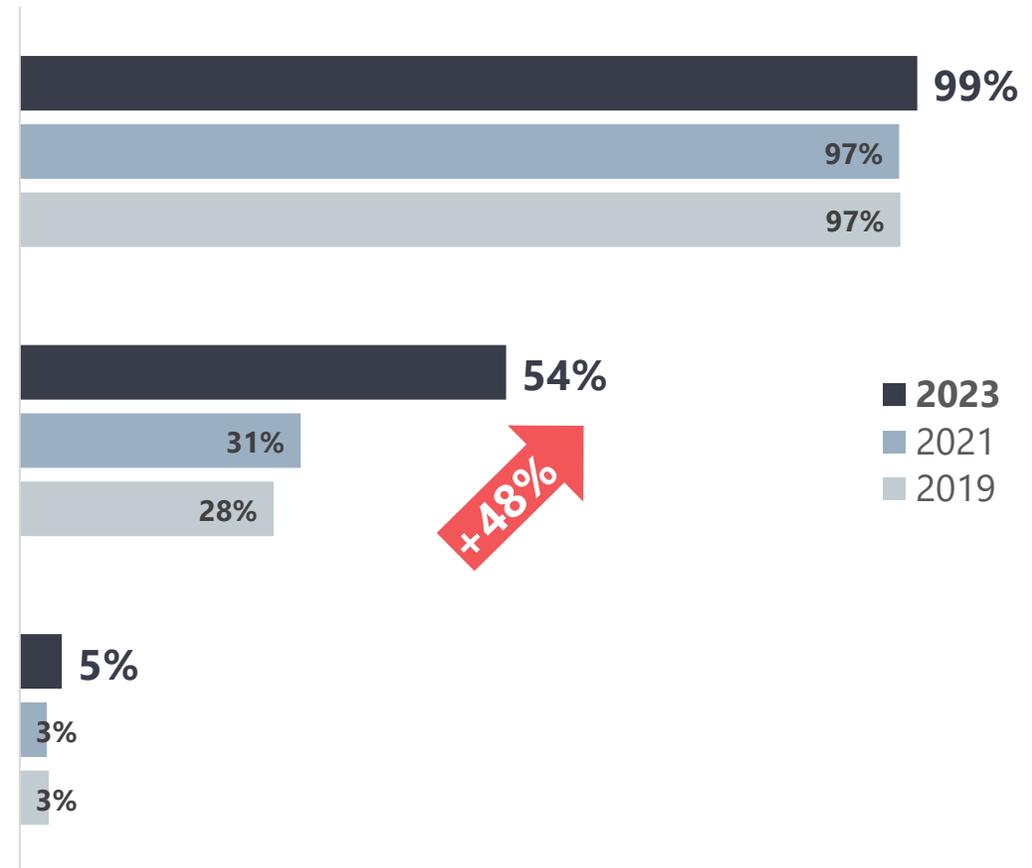
DER ANTEIL DER ANGEBOTE MIT LINEAREN LIVE-STREAMS HAT SICH GEGENÜBER 2019 FAST VERDOPPELT.



VIDEO-ON-DEMAND

LINEARER STREAM

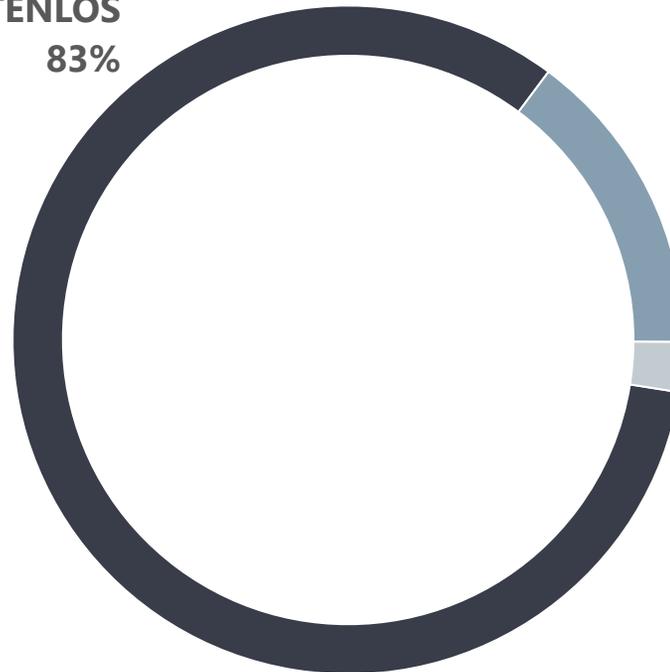
DOWNLOAD



DER GROSSTEIL DER ANGEBOTE IST KOSTEN-FREI ZUGÄNGLICH, ABER DER ANTEIL DER (TEILS) KOSTENPFLICHTIGEN STEIGT.



KOSTENLOS
83%

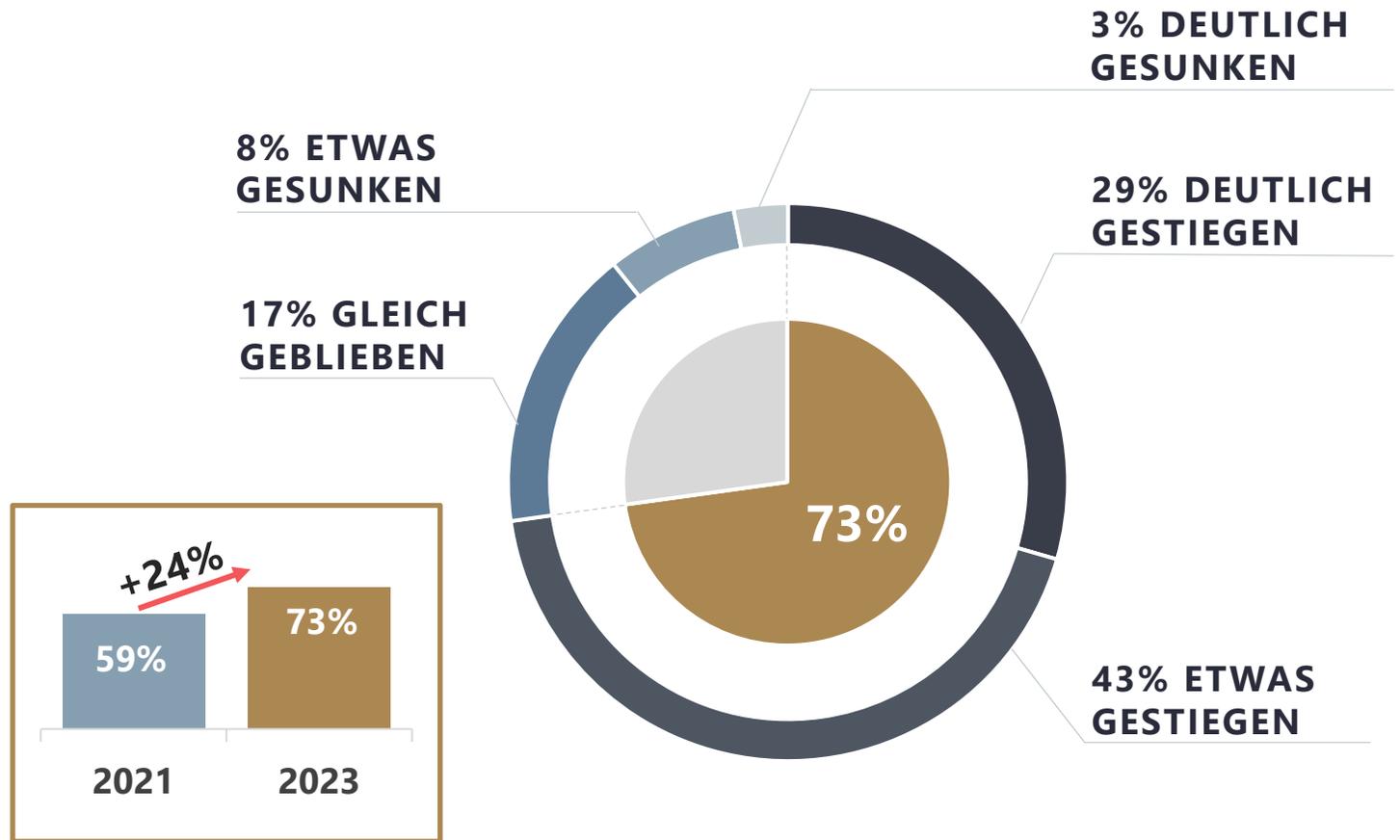


**TEILWEISE
KOSTENPFLICHTIG**
15%

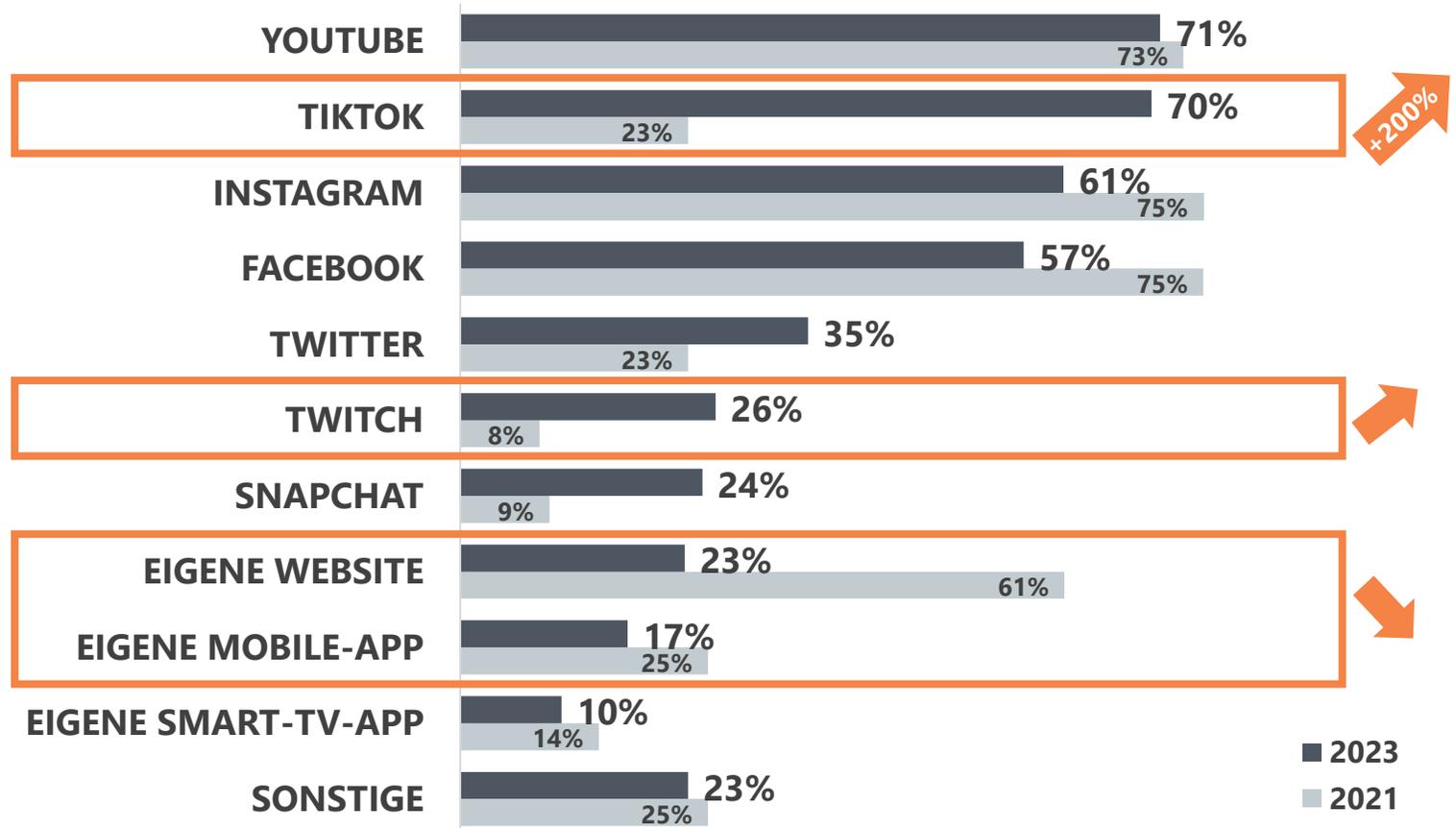
**KOSTENPFLICHTIG
(ABO UND/ODER
TRANSAKTION)**
2%

17%
2021: 8%

DAS JÄHRLICHE PUBLIKATIONSVOLUMEN DEUTSCHER ONLINE-VIDEO-ANBIETER NIMMT WEITER ZU.

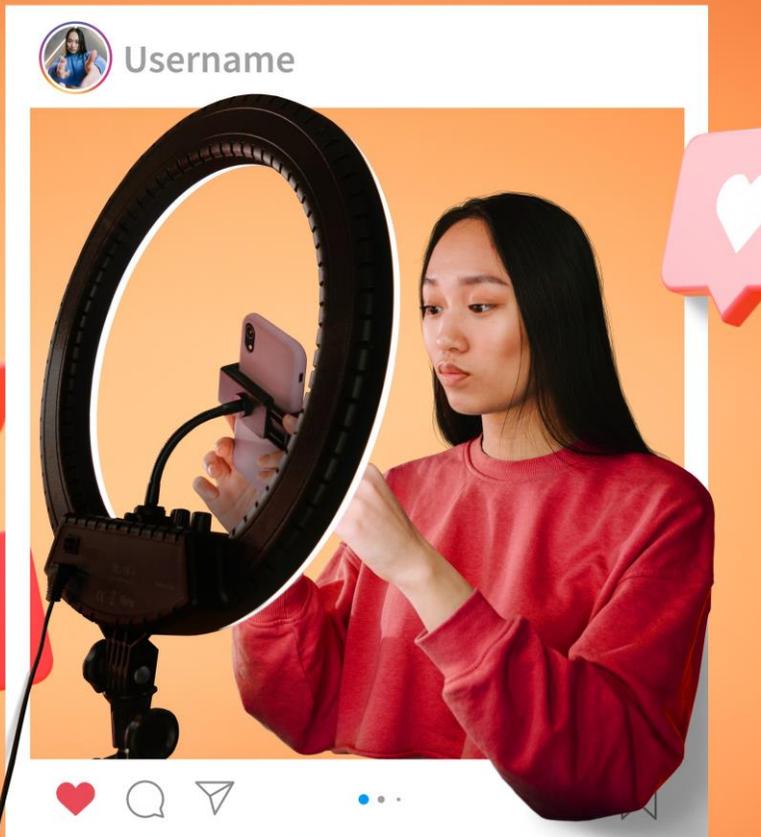


INSTAGRAM UND FACEBOOK WERDEN VON YOUTUBE UND TIKTOK ALS WICHTIGSTE VERBREITUNGSKANÄLE ÜBERHOLT.



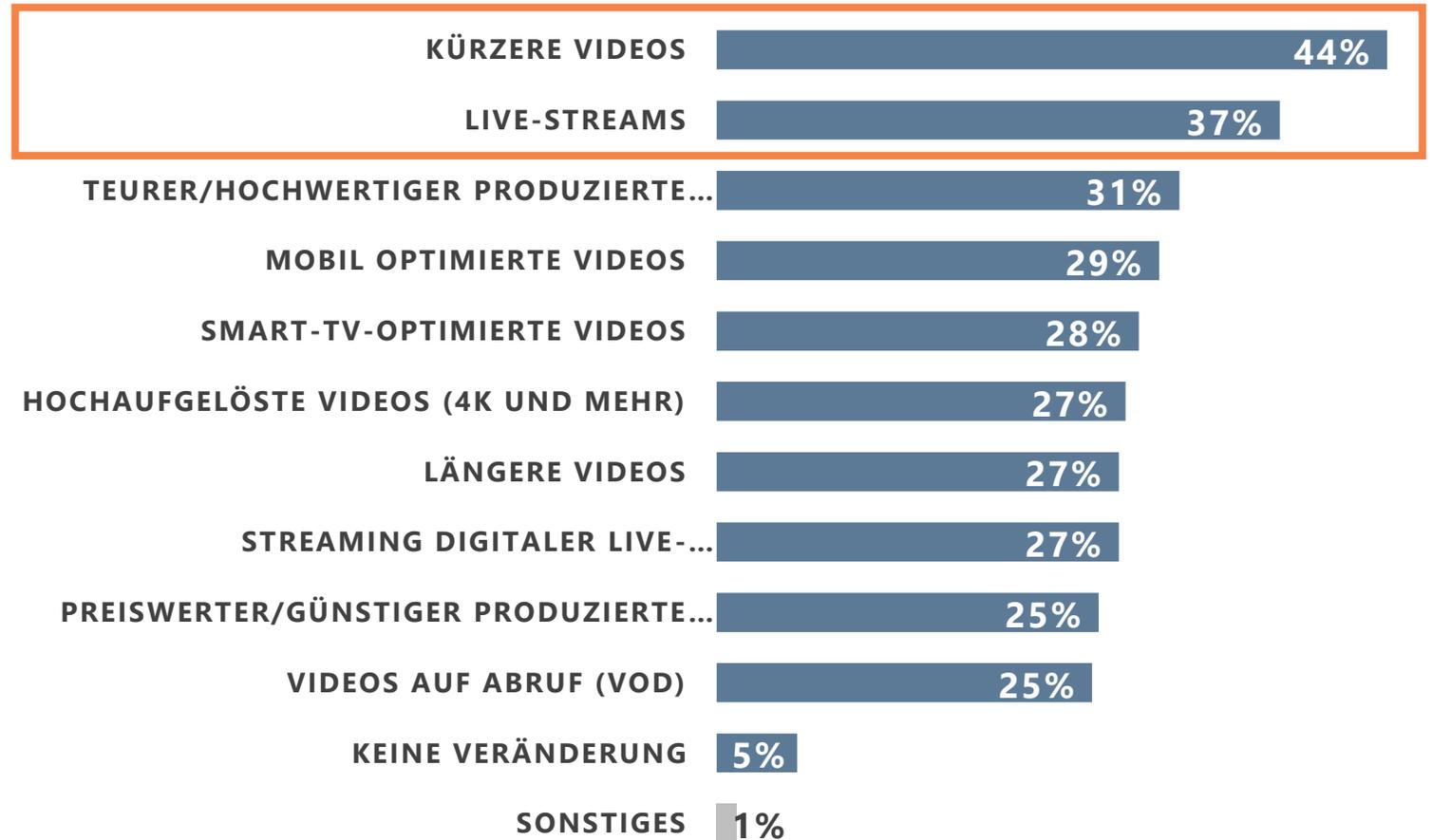
Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023; n=225 gesamt; n=72 Online-Video-Anbieter mit eigener Website/App; n=153 Online-Video-Anbieter ohne eigene Website/App. Frage: Über welche Kanäle bzw. Plattformen verbreiten Sie Ihre Online-Video-Inhalte? (Mehrfachnennungen möglich)

DEUTSCHE NUTZER:INNEN KONSUMIEREN TIKTOK DURCHSCHNITTLICH 23,5 STUNDEN/MONAT (46 MINUTEN/TAG).



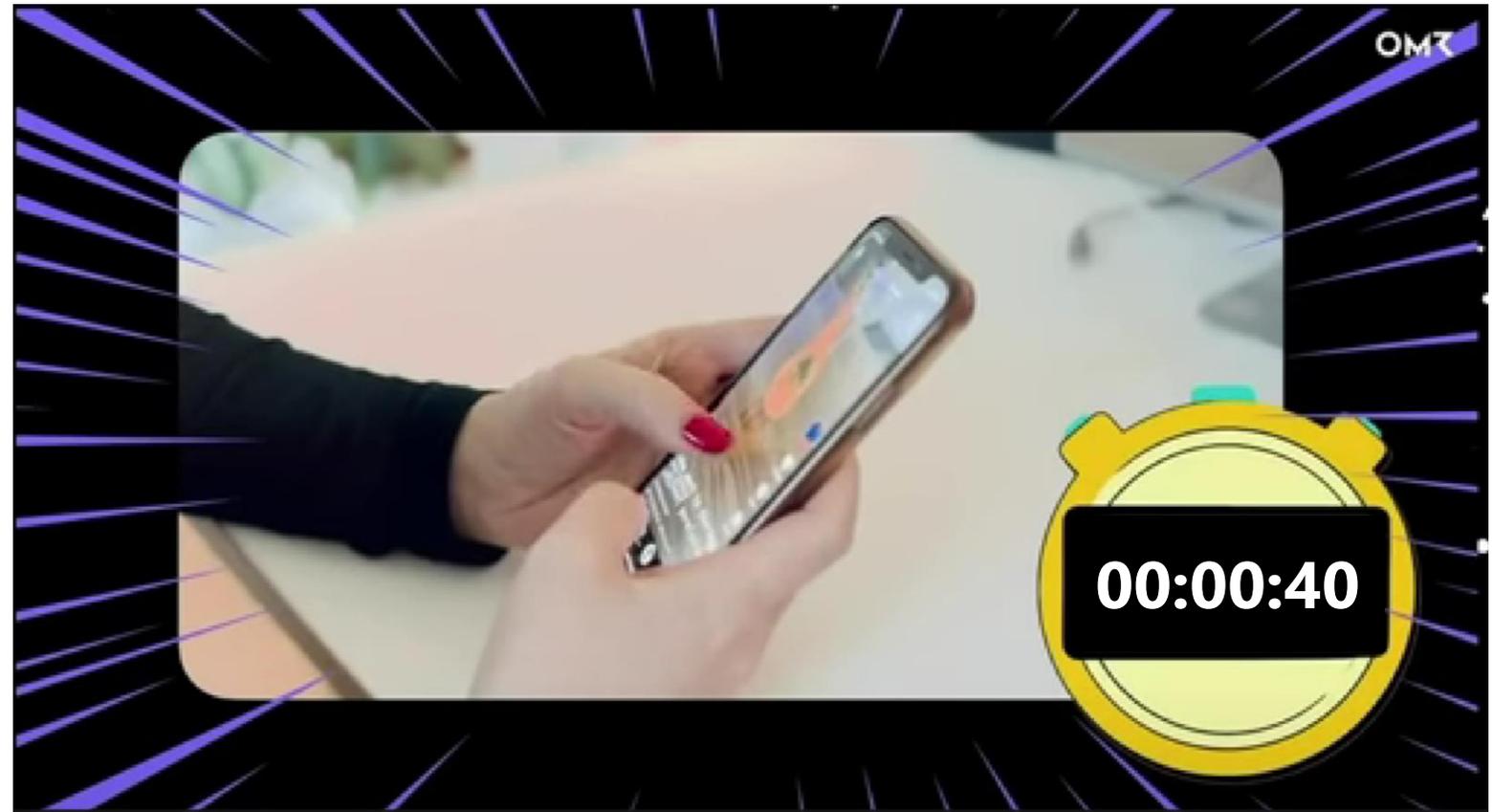
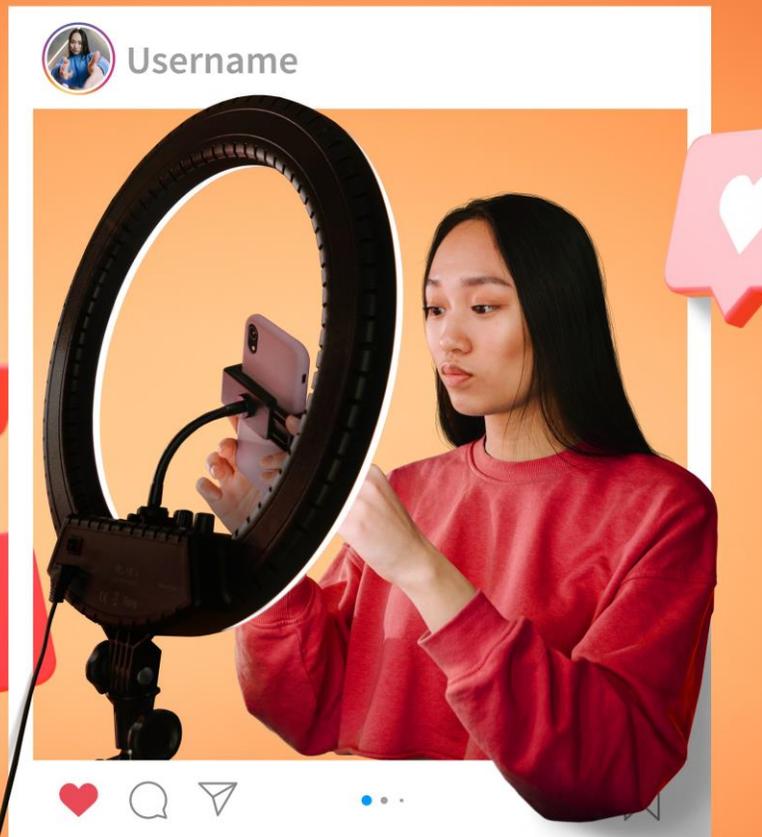
Quelle: OMR: State of the German Internet 2023 (<https://omr.com/de/daily/omr-keynote-state-of-the-german-internet-2023/>).

DER TREND GEHT ZU SHORT-VIDEOS. LIVE-CONTENT UND TEURERE/HOCHWERTIGERE PRODUKTIONEN NEHMEN EBENFALLS ZU.



Quelle: Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=225. Frage: Wie haben sich Ihre Online-Video-Inhalte in den letzten 12 Monaten verändert? „Ich/Wir produziere(n) heute zunehmend...“ (Mehrfachnennungen möglich).

**CONTENT AUF TIKTOK HAT NUR NOCH
0,4 SEKUNDEN, UM DIE AUFMERKSAMKEIT
DER NUTZER:INNEN ZU GEWINNEN.**



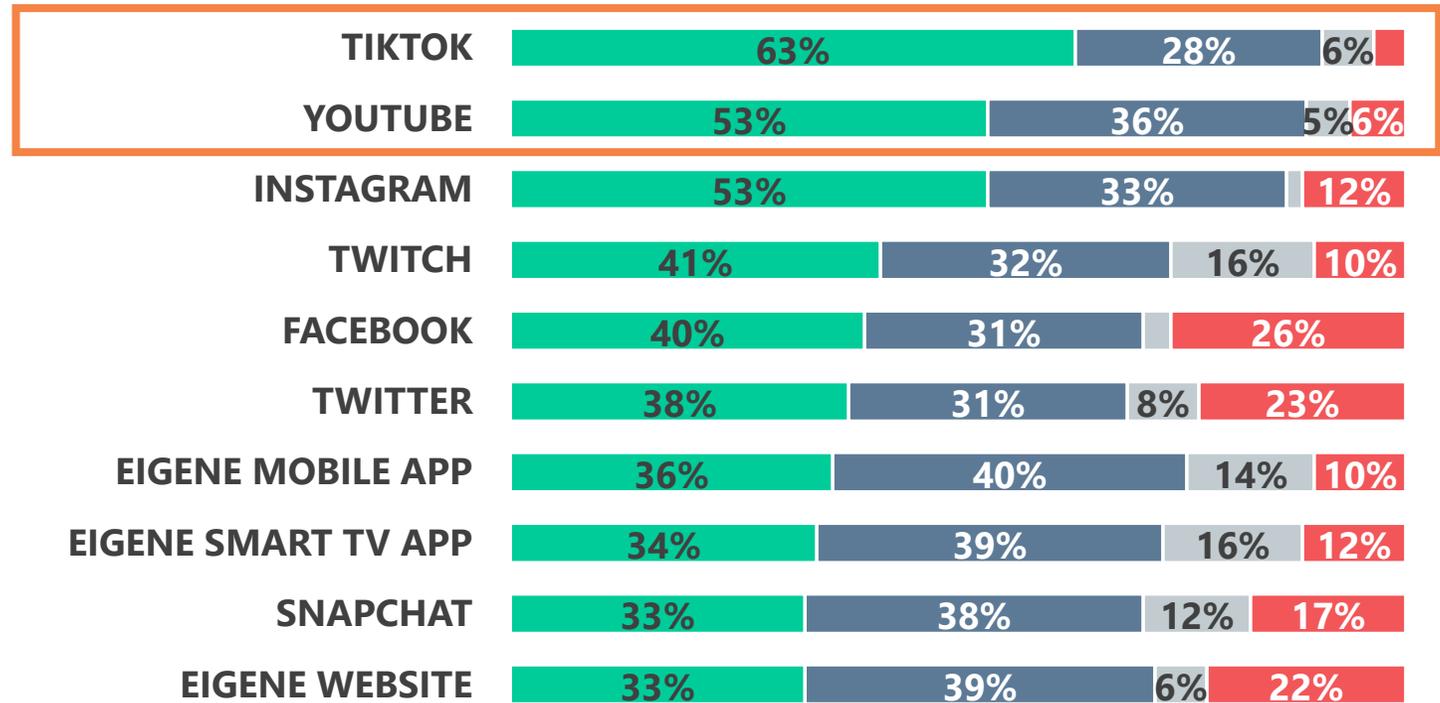
Quelle: OMR: State of the German Internet 2023 (<https://omr.com/de/daily/omr-keynote-state-of-the-german-internet-2023/>).

DAS GRÖßTE POTENZIAL SEHEN ANBIETER IN TIKTOK UND YOUTUBE. FACEBOOK UND TWITTER WERDEN AN BEDEUTUNG VERLIEREN.



DIE BEDEUTUNG DER VIDEO-PLATTFORMEN WIRD 2023 BIS 2026...

■ ZUNEHMEN ■ GLEICH BLEIBEN ■ KEINE RELEVANZ ■ VERLIEREN



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023; n=225 bzw. n=72 Online-Video-Anbieter mit eigener Website/App bzw. n=153 Online-Video-Anbieter ohne eigene Website/App. Frage: Welche Kanäle bzw. Plattformen werden Ihrer Meinung nach in den nächsten drei Jahren an Bedeutung gewinnen oder verlieren?



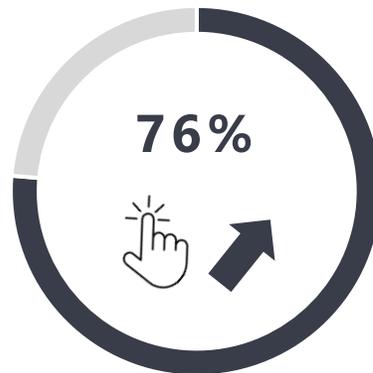
ANBIETERBEFRAGUNG ONLINE-VIDEO 2023

PRODUKTION UND VERBREITUNG –
NUTZUNG – ERTRAGSSITUATION –
MARKTENTWICKLUNG

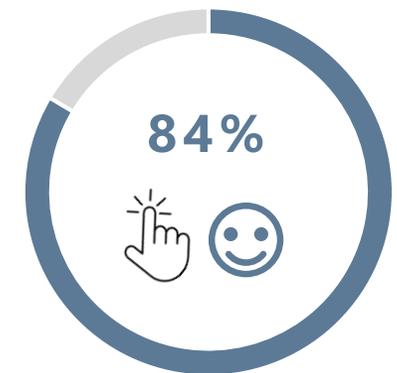
DREI VIERTEL DER ANBIETER VERZEICHNEN STEIGENDE ABRUFZAHLEN. 84% SIND MIT DER ERTRAGSSITUATION ZUFRIEDEN.



STEIGENDE ABRUFZAHLEN



ZUFRIEDENHEIT MIT DER ANGEBOTSNUTZUNG



ZUFRIEDENHEIT MIT DER WIRTSCHAFTLICHEN SITUATION

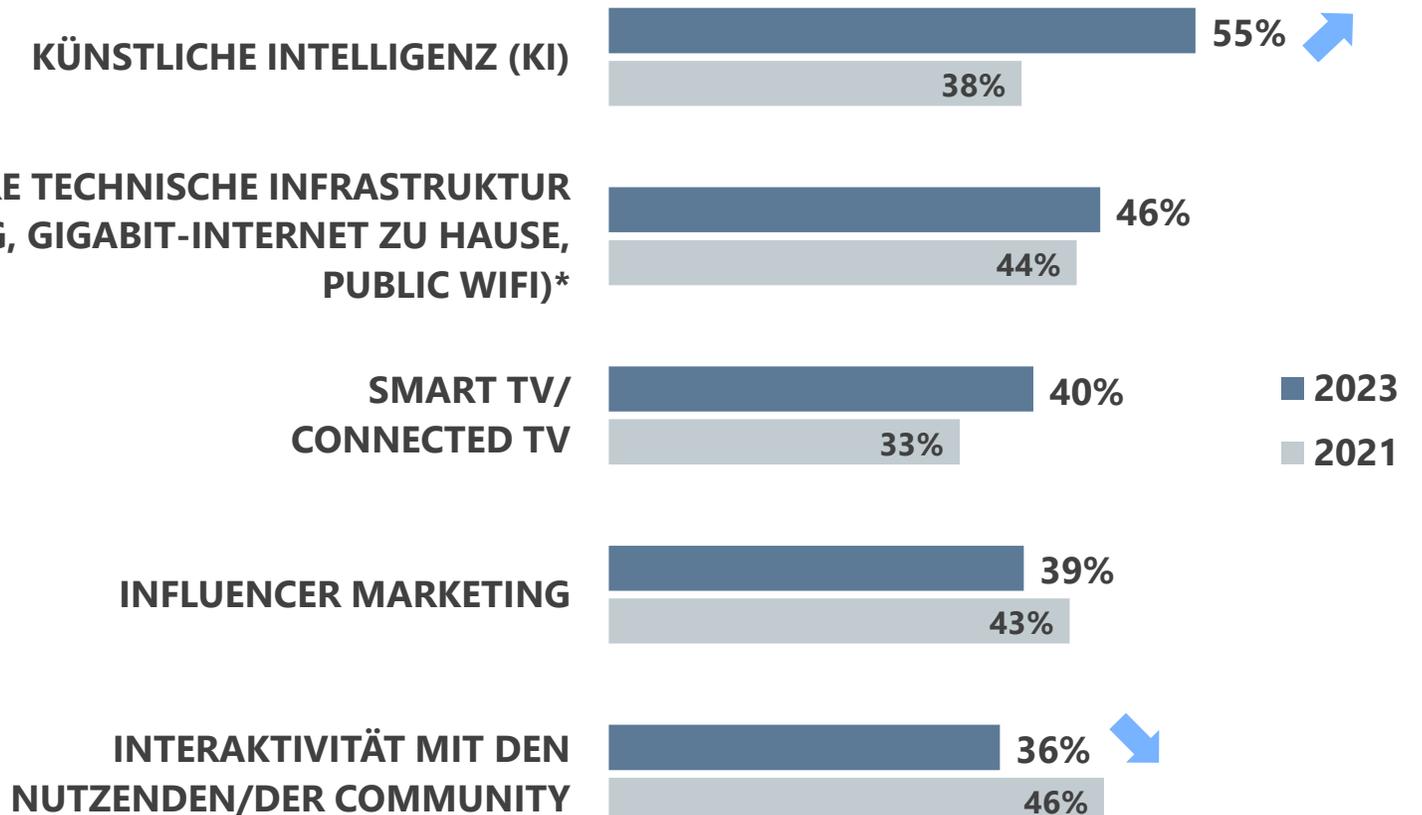
2021:
62%



2023-2026:
86%

Quelle: Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023; n=225 bzw. 169. Fragen: Wie haben sich die Abrufzahlen Ihres Online-Video-Angebots insgesamt entwickelt? „Meine/unsere Online-Video-Abrufzahlen sind in den letzten 12 Monaten...“; Frage: Wie zufrieden sind Sie generell mit der Nutzung Ihres Online-Video-Angebotes?; Und wie zufrieden sind Sie generell mit der wirtschaftlichen Situation Ihres Online-Video-Angebotes?

ZENTRALER MARKTTREIBER AUS SICHT DER ANBIETER IST DAS THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ.



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023/2021; n=225/158. Frage: Welche der folgenden Themen werden für den Online-Video-Markt zukünftig an Bedeutung gewinnen? (Mehrfachnennungen möglich); *Technische Infrastruktur wurde 2021 getrennt abgefragt, der Wert für 5G sowie Gigabit-Internet zu Hause lag jeweils bei 44%.

HOHE PRODUKTIONSKOSTEN STELLEN DAS GRÖßTE MARKTHEMMNIS DAR GEFOLGT VON EINER ZU HOHEN ANGEBOTSZAHL.



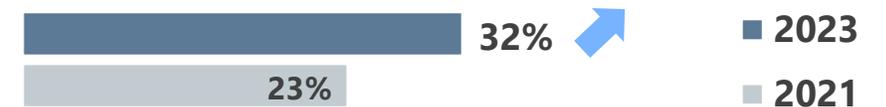
**HOHE KOSTEN FÜR DIE PRODUKTION
VON INHALTEN**



ZU VIELE ANDERE ANGEBOTE



**EINSCHRÄNKUNGEN DURCH
NUTZUNGSBEDINGUNGEN DER
PLATTFORMEN**



**UNKLARE RECHTLICHE
RAHMENBEDINGUNGEN**



**VERFÜGBARKEIT/ LEISTUNGSFÄHIGKEIT
VON BREITBANDANSCHLÜSSEN**



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023/2021; n=225/158. Frage: Welche Faktoren hemmen aus Ihrer Sicht die Entwicklung von Online-Video-Angeboten? (Mehrfachnennungen möglich).

76% DER ANBIETER HABEN IM LETZTEN JAHR POLITISCHE VIDEOS PRODUZIERT; 10% HABEN DIES AUSNAHMSWEISE GETAN.



JA, ICH SPRECHE SOLCHE THEMEN
GENERELL IN MEINEN VIDEOS AN.

32%

JA, ICH POSTE AB UND ZU
(ANLASSBEZOGEN) VIDEOS ZU
SOLCHEN THEMEN.

34%

JA, ICH HABE IM VERGANGENEN
JAHR AUSNAHMSWEISE ZU DIESEN
THEMEN VIDEOS PRODUZIERT.

10%

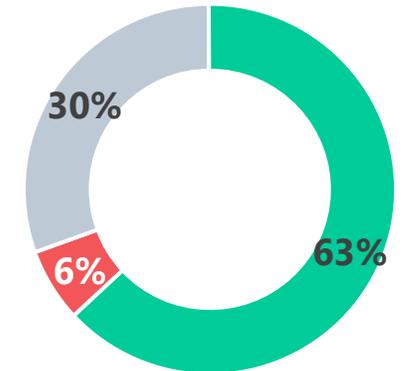
JA:
76 %

NEIN, ICH HALTE MICH AUS DIESEN
THEMEN HERAUS.

24%

WEIß NICHT/KANN ICH NICHT
BEURTEILEN

1%



- ÜBERWIEGEND NEGATIV
- TEILS/TEILS
- ÜBERWIEGEND POSITIV

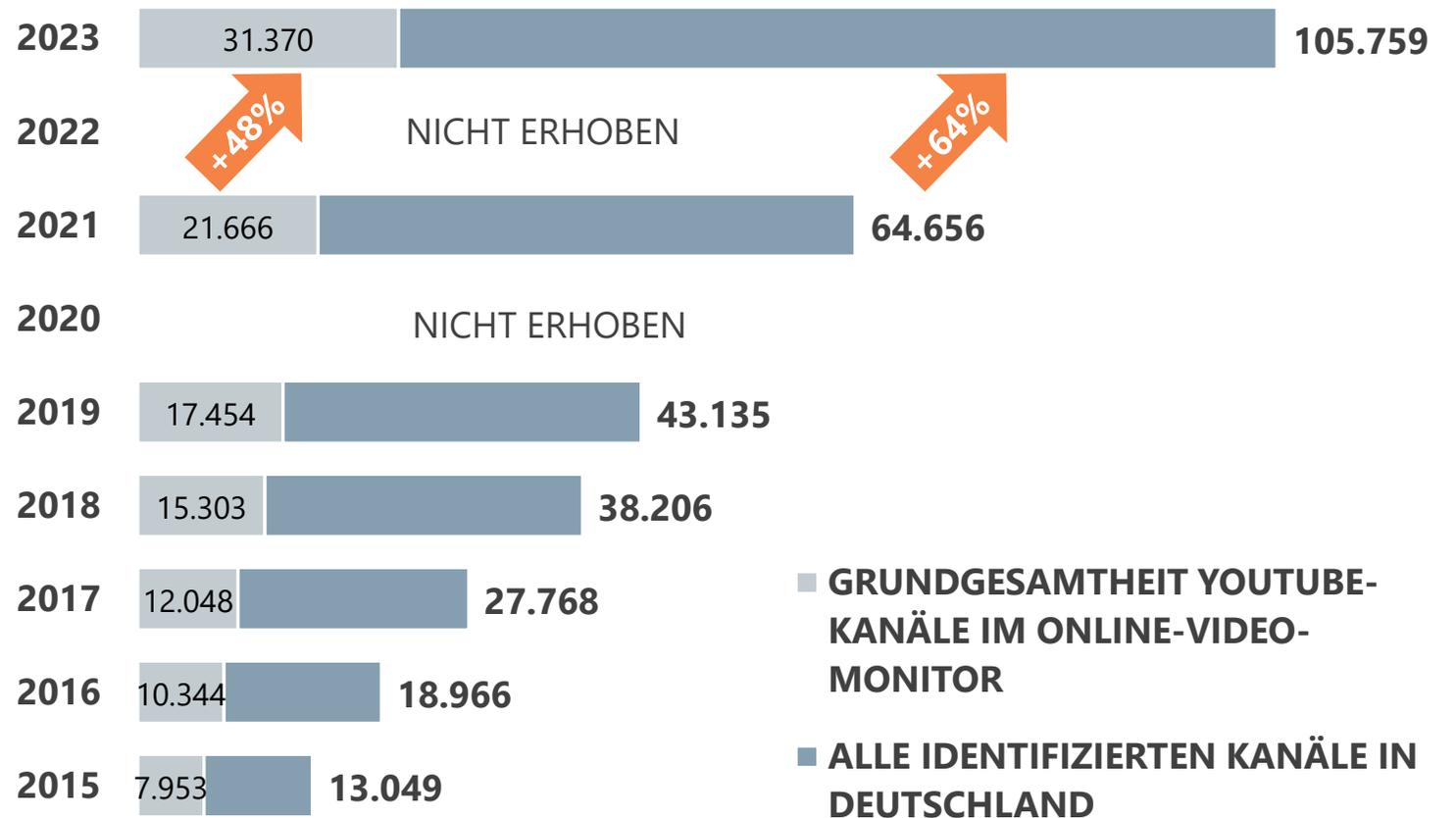
Quelle: Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023; n=225. Frage: Haben Sie im vergangenen Jahr auch Videos zum politischen oder gesellschaftspolitischen Geschehen produziert?; n=171 Anbieter, die solche Videos produziert haben. Frage: Wie waren die Reaktionen auf diese Videos?



PLATTFORM-ANALYSE

YOUTUBE – FACEBOOK –
INSTAGRAM – TIKTOK – TWITCH

DIE ZAHL DEUTSCHER YOUTUBE-KANÄLE STIEG ALLEIN IN DEN LETZTEN ZWEI JAHREN UM ÜBER 60%.



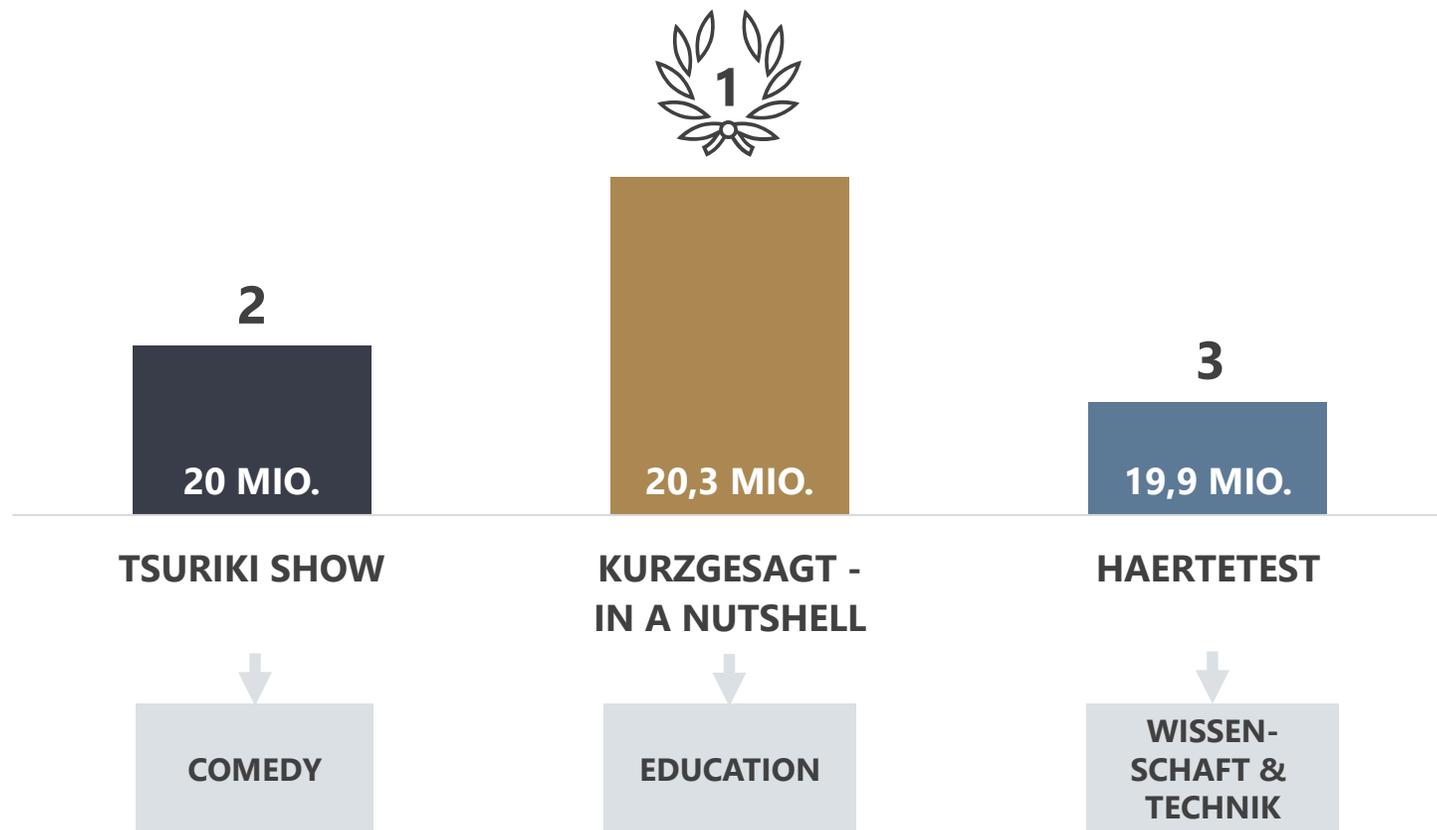
Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023; Datenerfassung: 2015-2019 Bertram Gugel, seit 2021: Goldmedia.

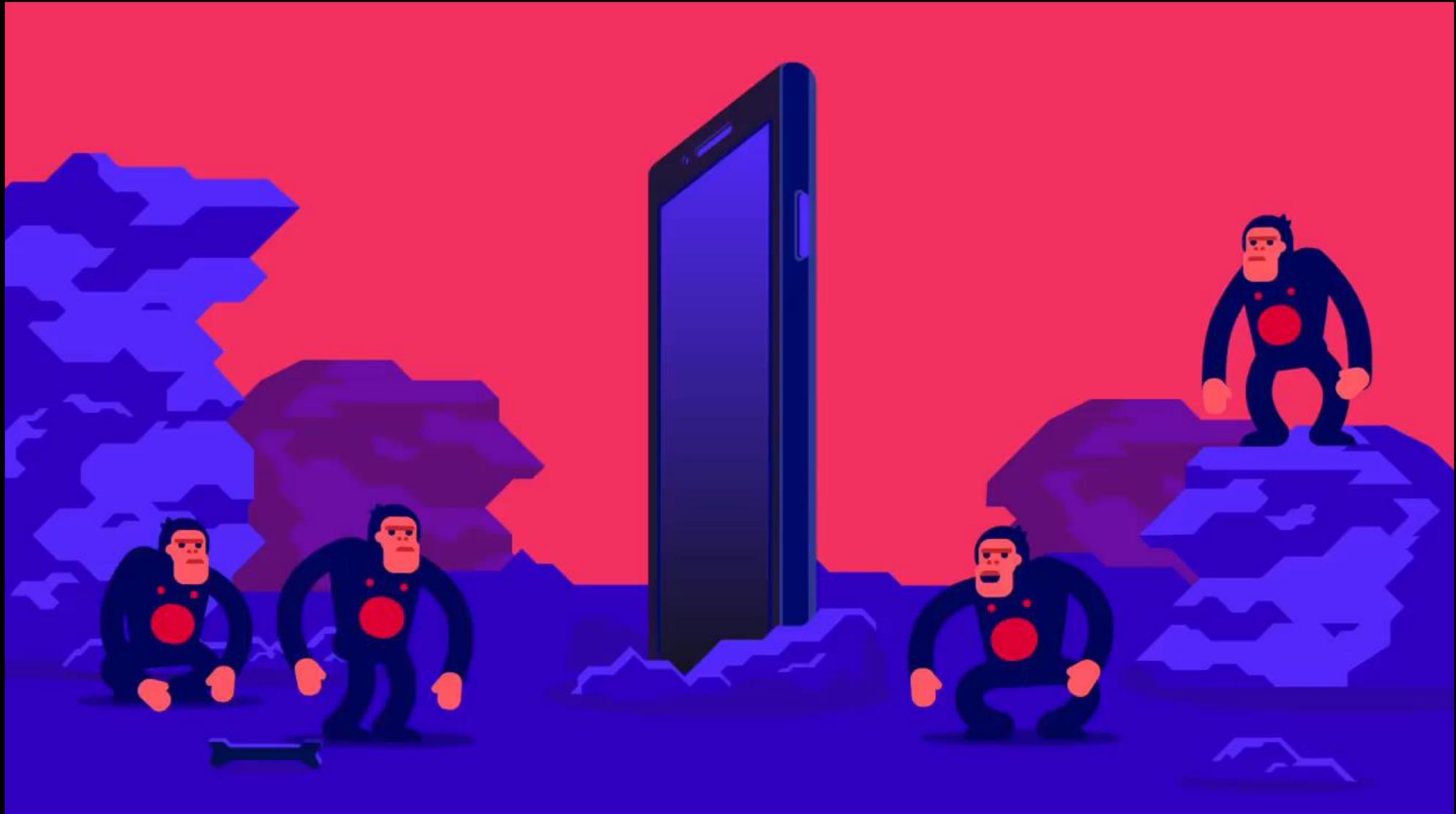
HAERTETEST



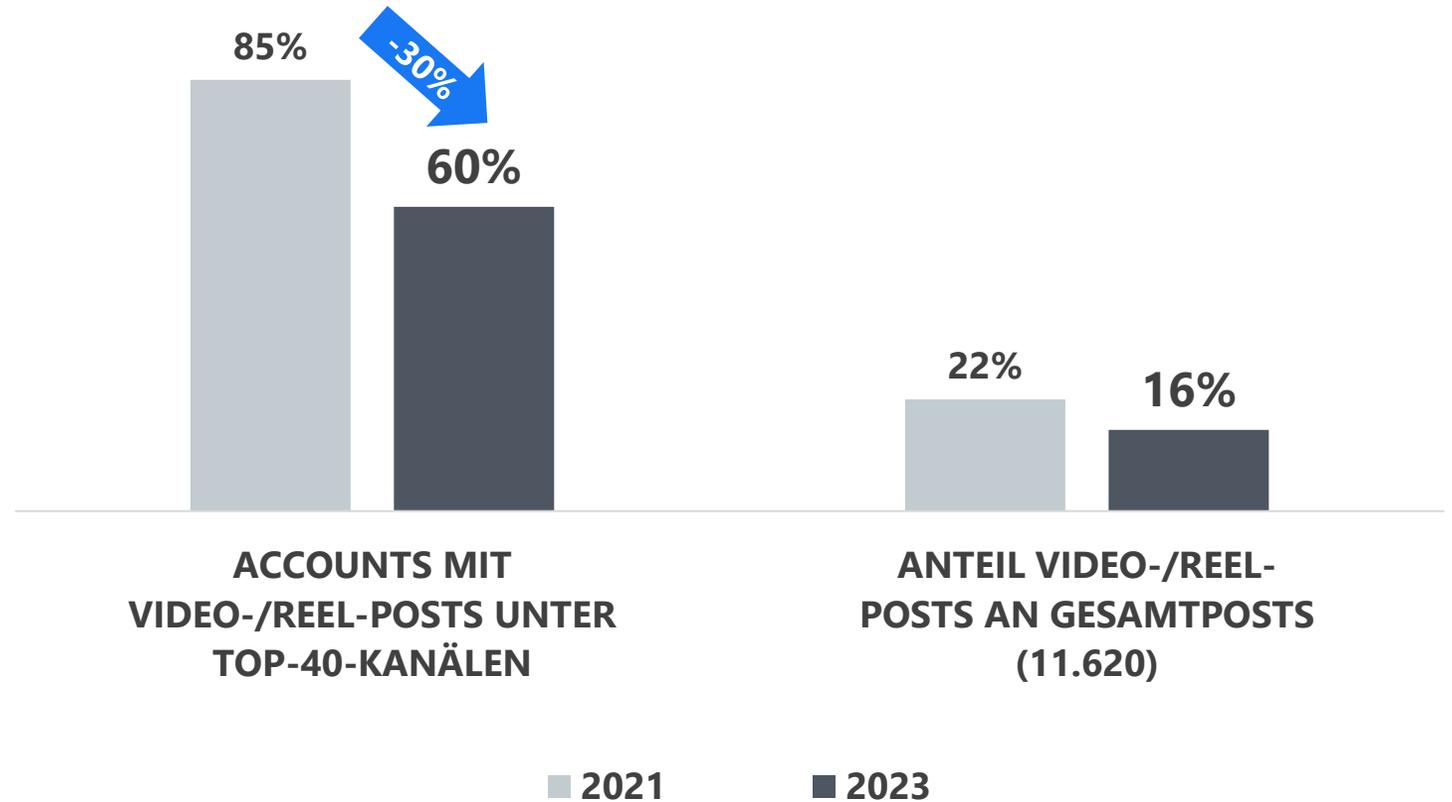
TSURIKI SHOW

TOP 3 DER YOUTUBE-KANÄLE IN DEUTSCHLAND NACH ABONNENT:INNEN (04/2023)





FACEBOOK WIRD IN GERINGEREM MAßE ZUR VIDEOVERBREITUNG GENUTZT ALS NOCH VOR EINIGEN JAHREN.



TOP 3 DER FACEBOOK-ACCOUNTS VON PERSONEN IN DEUTSCHLAND NACH ABONNENT:INNEN (05/2023)



MESUT ÖZIL (38 MIO. ABONNENT:INNEN)



0:18

Let's keep praying for peace in the world 🌍🕊️ - not just in Ukraine UA, b...

a year ago · 370K views

👍👍 237.906



0:47

Unity performance lab

2 years ago · 195.4K views

👍👍 37.336

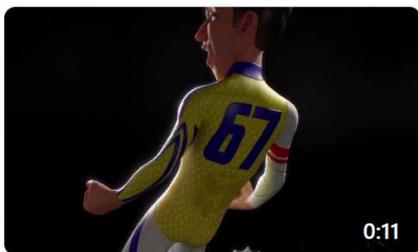


0:11

Mesut Özils Video

2 years ago · 49.1K views

👍👍 7.189



0:11

Mesut Özils Video

2 years ago · 17.6K views

👍👍 1.301



0:11

Mesut Özils Video

2 years ago · 48.3K views

👍👍 3.131



0:11

Mesut Özils Video

2 years ago · 97.5K views

👍👍 1.033



0:21

Mesut Özils Video

2 years ago · 175.2K views

👍👍 1.125



0:08

A new chapter

2 years ago · 359.1K views

👍👍 83.998



0:20

Hayirli Cumalar

2 years ago · 1.4M views

👍👍 382.964

TONI KROOS (26 MIO. ABONNENT:INNEN)



0:31

Bock auf Training mit mir? Dann seid ihr
hübscher richtig! Die Toni Kroos...

2 weeks ago · 5.4K views

👍👍 2.717



0:18

Toni Kroos Video

27 weeks ago · 1.2M views

👍👍 94.179

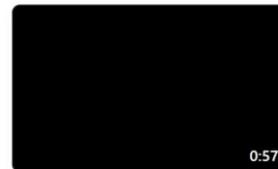


1:29

Luppen-TV zur WM 🍷🍷🍷

30 weeks ago · 367.9K views

👍👍 62.096



0:57

Ganz sicher das wichtigste Interview
meiner Karriere. 90+ tolle...

41 weeks ago · 166.6K views

👍👍 20.609



0:20

He still got it! Und niemand hatte je in
Frage gestellt das Felix es noch drauf...

48 weeks ago · 346.1K views

👍👍 49.367



0:31

Toni Kroos Video

a year ago · 358.8K views

👍👍 18.440

MARCO REUS (20 MIO. ABONNENT:INNEN)



0:31

TCL DisplayGreatness

2 years ago · 360.1K views

👍👍 4.952



2:48

Marco Reus Video

2 years ago · 291.9K views

👍👍 30.386



2:50

DKMS

2 years ago · 202.1K views

👍👍 12.534



0:08

Home Kit 20/21 🚩

2 years ago · 339.7K views

👍👍 18.200



1:01

#HelpYourHometown

3 years ago · 174.9K views

👍👍 15.642



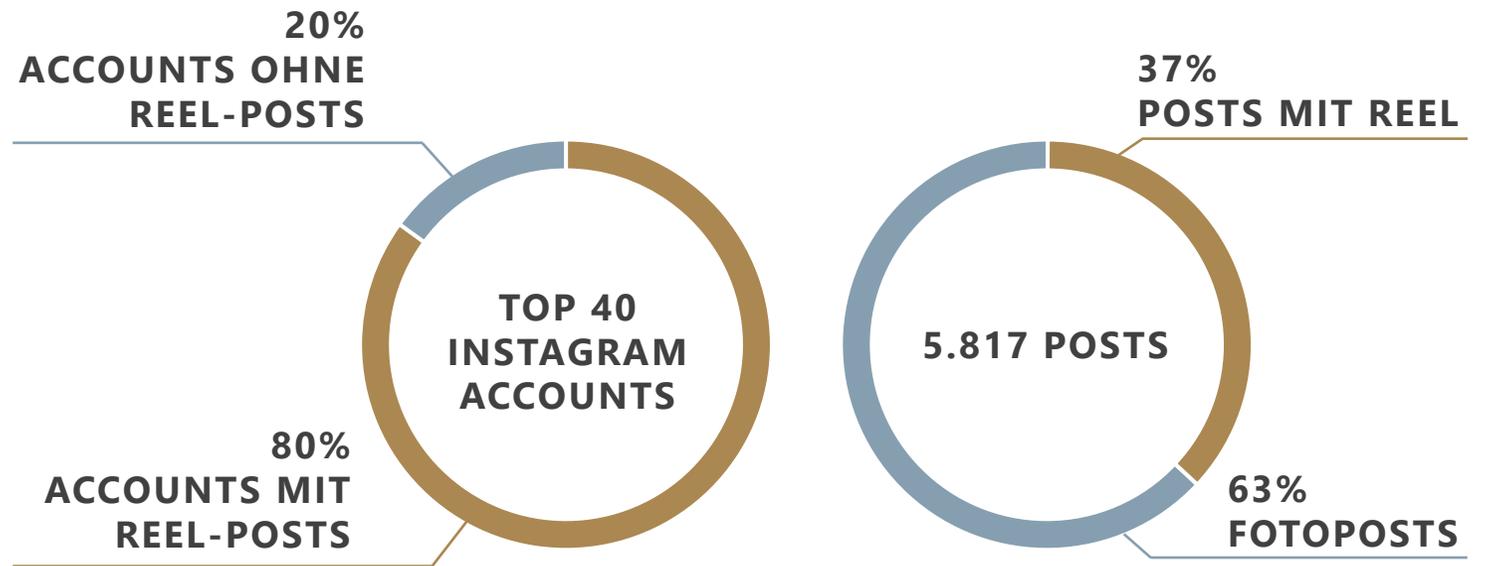
0:59

Mashup-Competition Wildcard: VIPrize

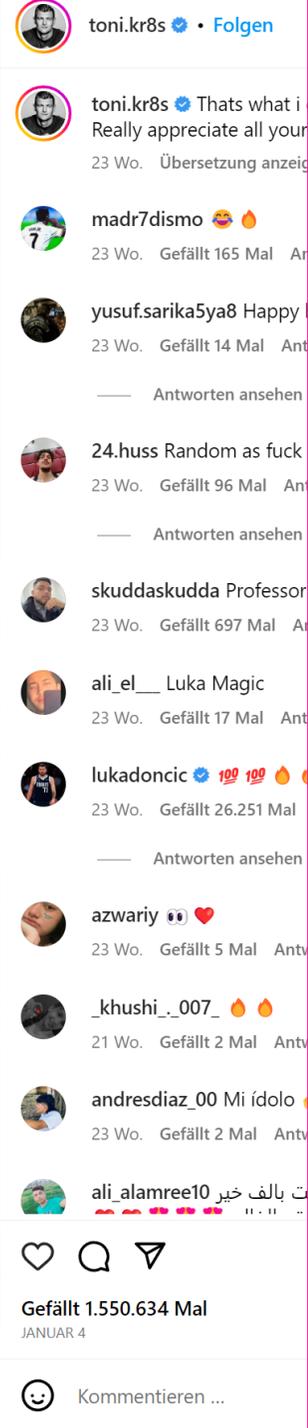
3 years ago · 137.2K views

👍👍 6.332

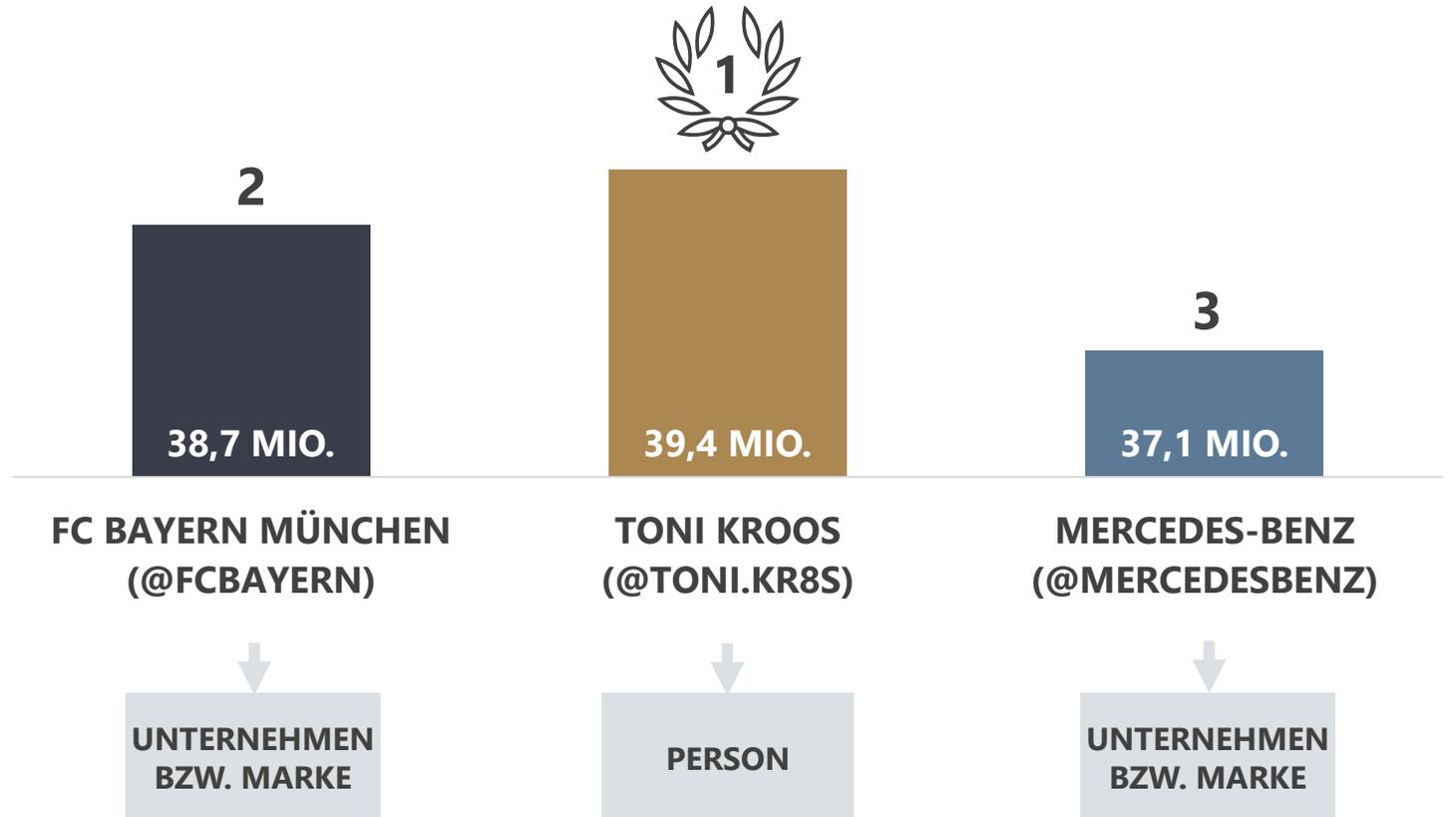
REELS SIND BEI DEN MEISTEN GROßEN ACCOUNTS MITTLERWEILE SELBST-VERSTÄNDLICHER TEIL DER INHALTE.



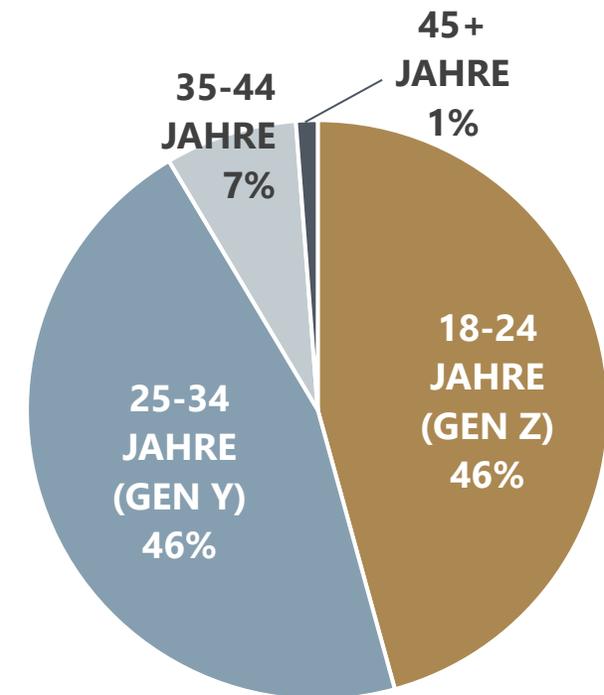
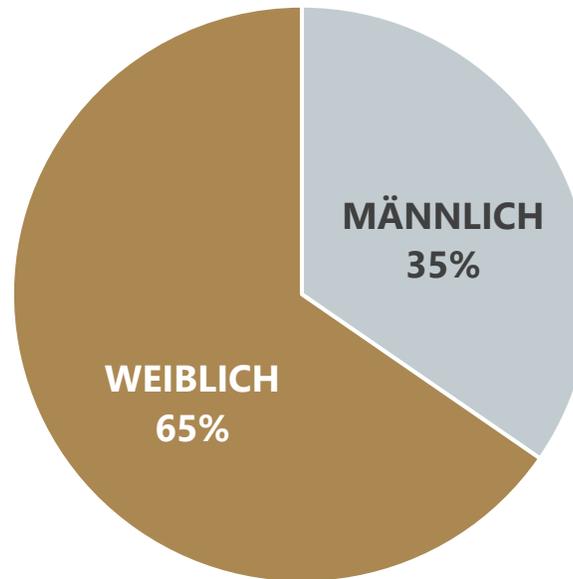
► DIE BEDEUTUNG VON VIDEO-FEATURES WIRD IN DEN NÄCHSTEN 3 JAHREN WACHSEN.



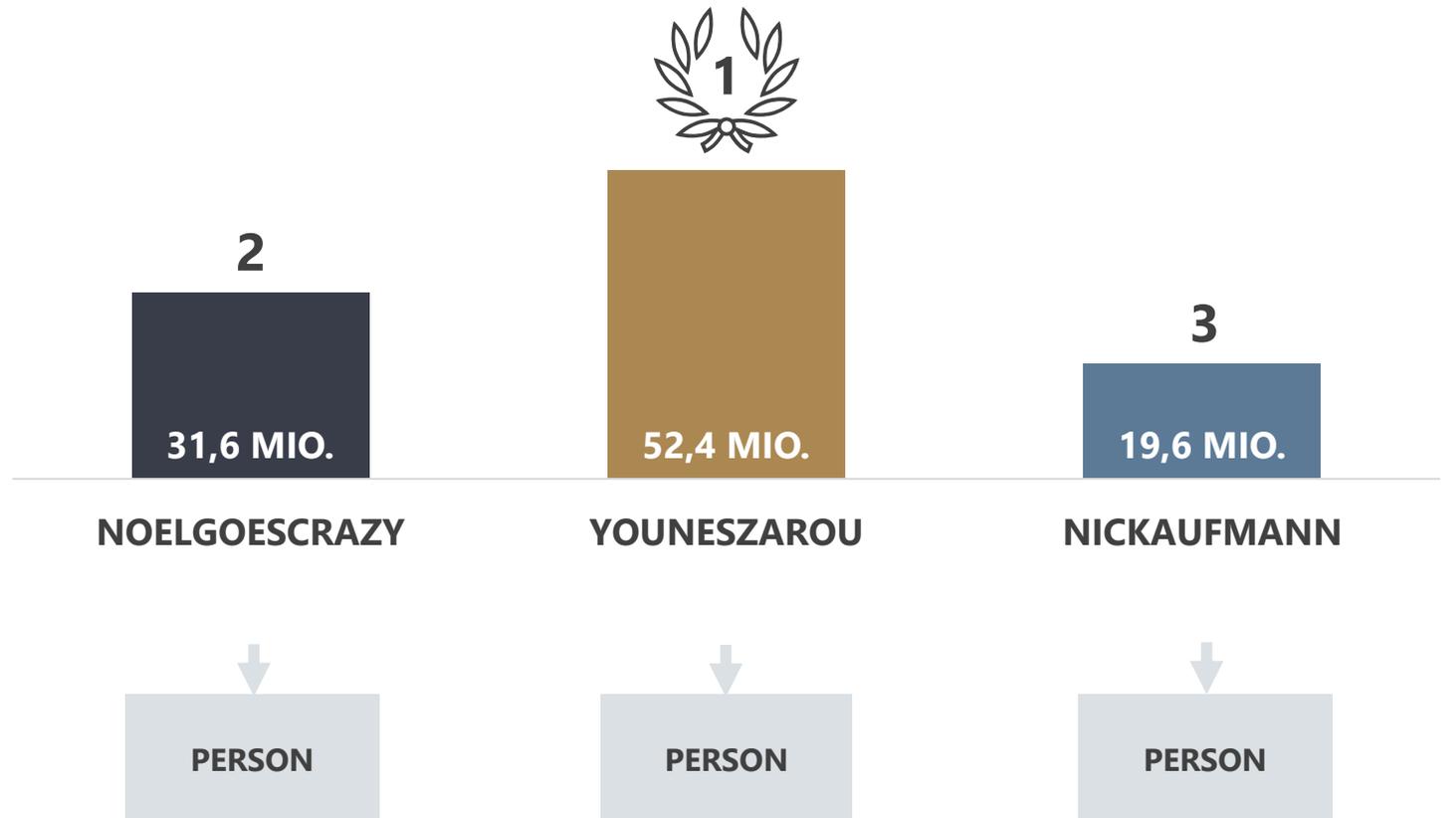
TOP 3 DER INSTAGRAM-ACCOUNTS IN DEUTSCHLAND NACH ABONNENT:INNEN (05/2023)



DIE VERMARKTBAREN TIKTOK-PROFILE IN DEUTSCHLAND* RICHTEN SICH VOR ALLEM AN EINE JUNGE, WEIBLICHE ZIELGRUPPE.



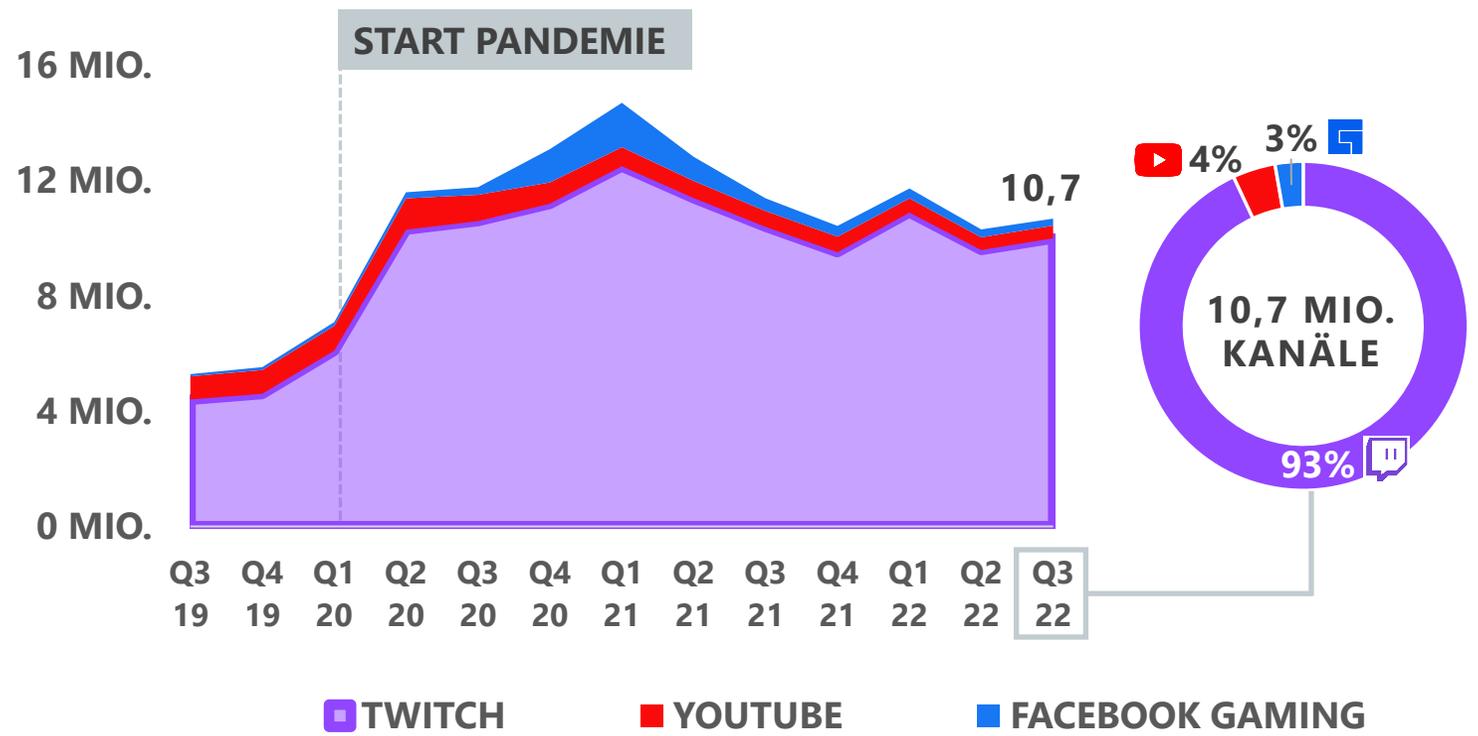
TOP 3 DER TIKTOK-ACCOUNTS IN DEUTSCHLAND NACH ABONNENT:INNEN (05/2023)



DIE PANDEMIE HAT FÜR EIN STARKES WACHSTUM DES LIVE-STREAMING-MARKTS GESORGT, DEN TWITCH DOMINIERT.



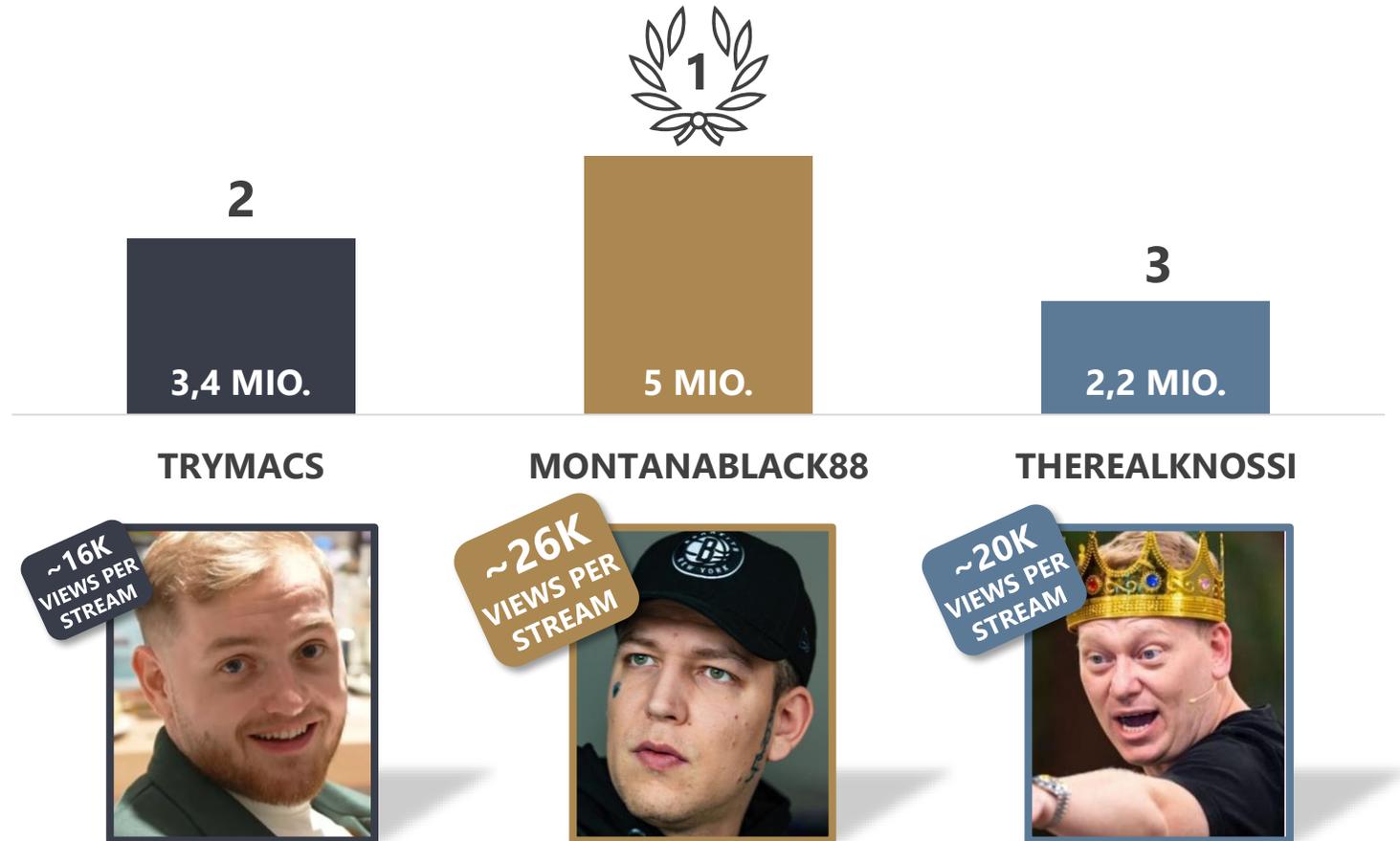
LIVE-STREAMING-KANÄLE WELTWEIT



Quelle: Goldmedia Analyse (2022) auf Basis von Streamlabs (2021) und Streamlabs (2022).

TOP 3 DER TWITCH-STREAMENDEN IN DEUTSCHLAND NACH FOLLOWER:INNEN

(05/2023)



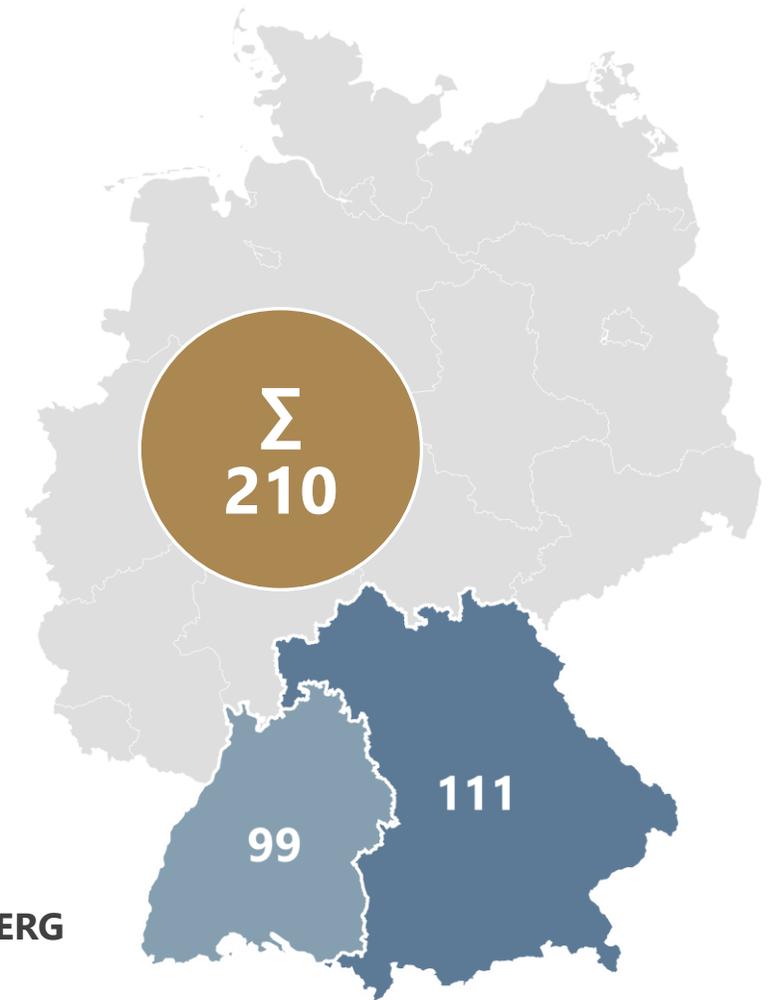
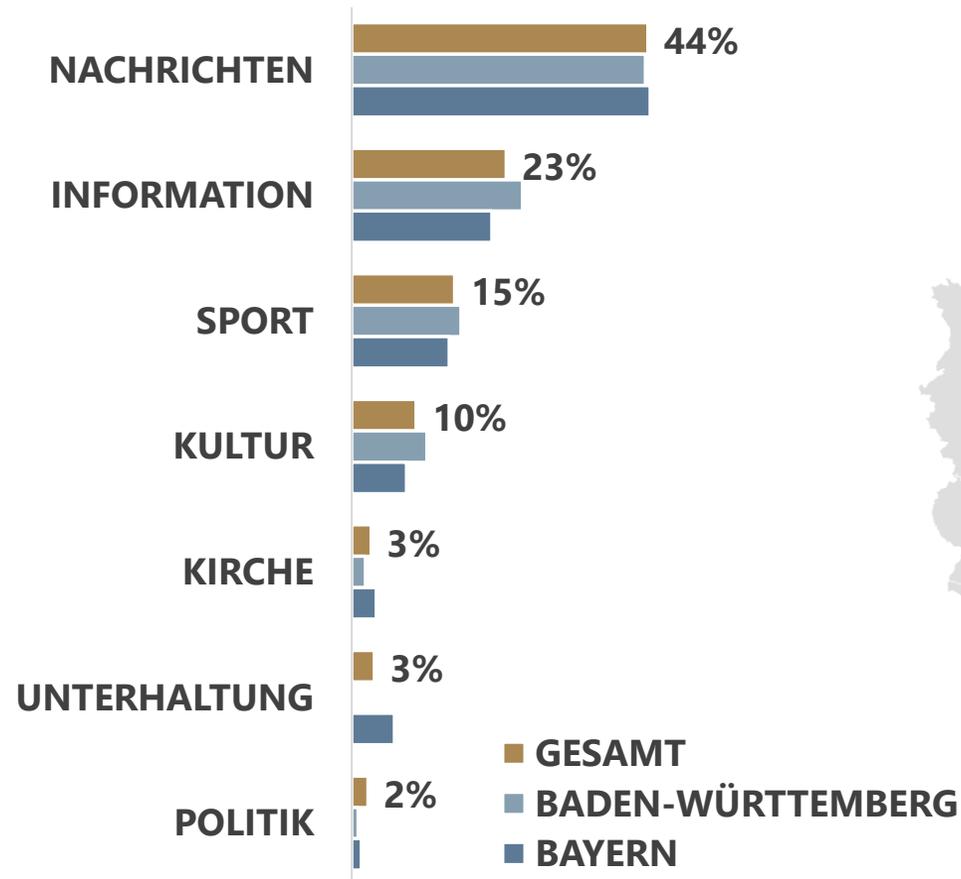
Quelle: Goldmedia Analyse (2023) auf Basis von Nindo, Social Blade, Sullygnome, Twitchtracker, Twitch und eigener Recherche. Anmerkung: Die Spalten Watchtime (Std.) Stream time (Std.), Peak viewers und Views per Stream beziehen sich auf einen Zeitraum von 180 Tagen.



REGIONALE VIDEO- ANGEBOTE

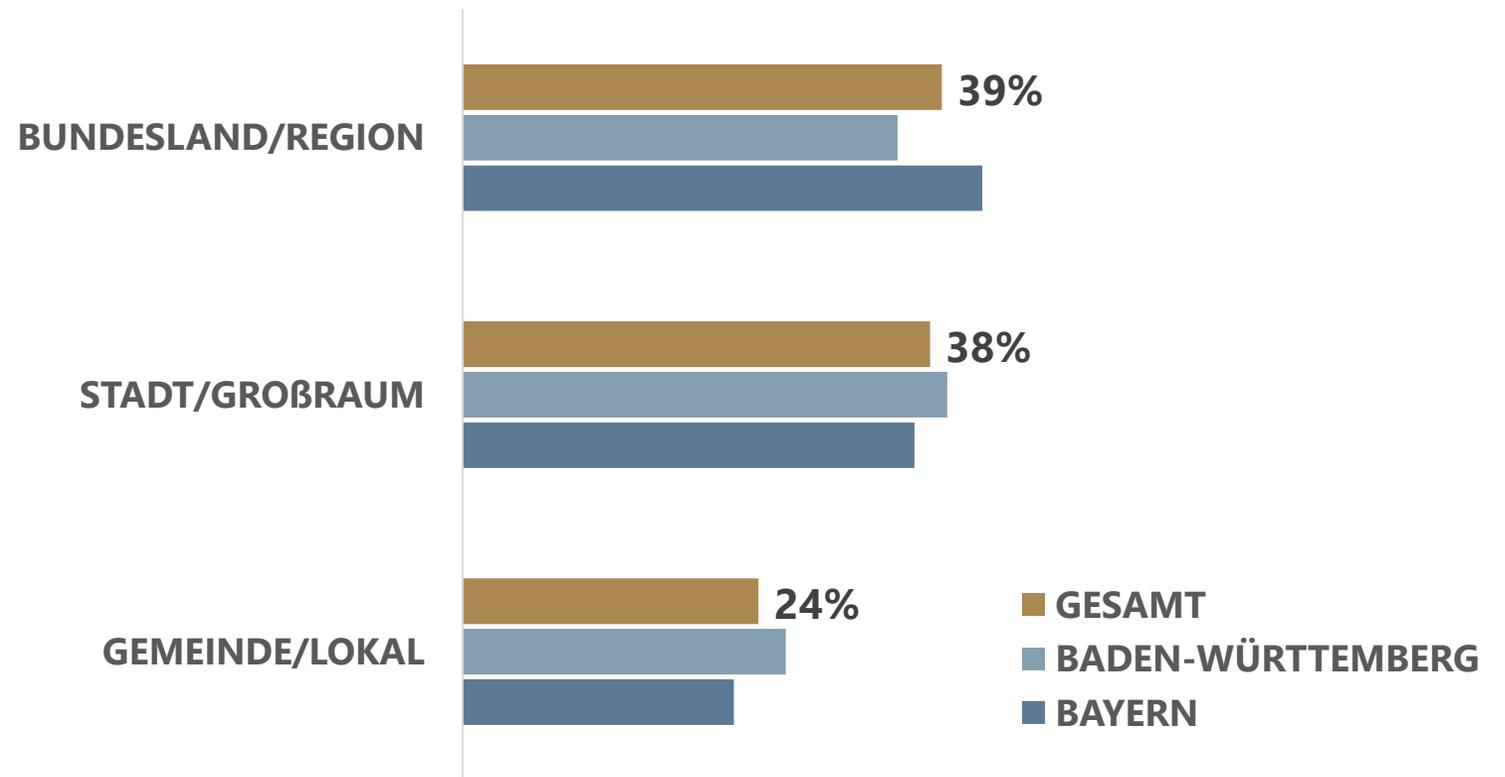
JOURNALISTISCHE REGIONALE VIDEO-
ANGEBOTE IN BADEN-WÜRTTEMBERG
UND BAYERN

IN BAYERN UND BADEN-WÜRTTEMBERG GIBT ES 210 JOURNALISTISCHE REGIONALE ONLINE-VIDEO-ANGEBOTE.



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023, n=210 regionale, journalistische Online-Video-Angebote davon n=99 in Baden-Württemberg und n=111 in Bayern.

DIE INHALTE DER ANGEBOTE BILDEN NICHT NUR DIE STÄDTE AB, SONDERN AUCH REGIONALES UND LOKALES.



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023, n=210 regionale, journalistische Online-Video-Angebote.

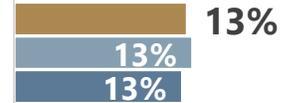
DIE MEISTEN VIDEOS DER REGIONALEN ANGEBOTE HABEN EINE SEHR KURZE BEITRAGSLÄNGE VON MAXIMAL 5 MINUTEN.



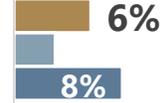
**SEHR KURZE BEITRÄGE
(1-5 MIN.)**



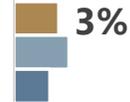
**KURZE BEITRÄGE
(5-15 MIN.)**



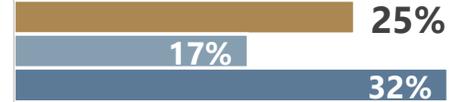
**LANGE BEITRÄGE
(15-30 MIN.)**



**SEHR LANGE BEITRÄGE
(30 MIN- 1H+)**



**GEMISCHTE
BEITRAGSLÄNGE**



■ **GESAMT**
■ **BADEN-WÜRTTEMBERG**
■ **BAYERN**

TOP 3 DER REGIONALEN YOUTUBE- UND TIKTOK-KANÄLE IN BADEN-WÜRTTEMBERG NACH ABONNENT:INNEN (05/2023)



YOUTUBE: ABONNENT:INNEN VON REINEN YOUTUBER:INNEN (IN TDS.)

SHOOTER-MEDIA-TV	75
EISENBAHN.TV	40
STUGGI TV	24
GOSPELFORUM	24
FCBINSIDE	12
AFM - VFB	7
NUMMER EINS	4
BADENKANAL	3
TV-CLIP-CENTER	3
SCHAUSPIEL STUTTGART	2

TIKTOK: FOLLOWER:INNEN VON TIKTOKER:INNEN (IN TDS.)

MARCOXART	259
SPATZEMITSOOS	127
VIVA STUTTGART	21
UNIKLINIK FREIBURG	21
DAISY	20
STADTPALAIS...	15
EMILY	11
EIERHÖFE	7
CI CAMBIO INSTITUT	6
KG POLIZEI HEIDELBERG	5

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023, Basis: YouTube Channels mit Sitz in BW oder BY und journalistischen Inhalten; es wurden die Zahlen des jeweiligen Hauptkanals ausgewertet, n=204 (6 Angebote ohne YouTube- oder TikTok-Kanal).

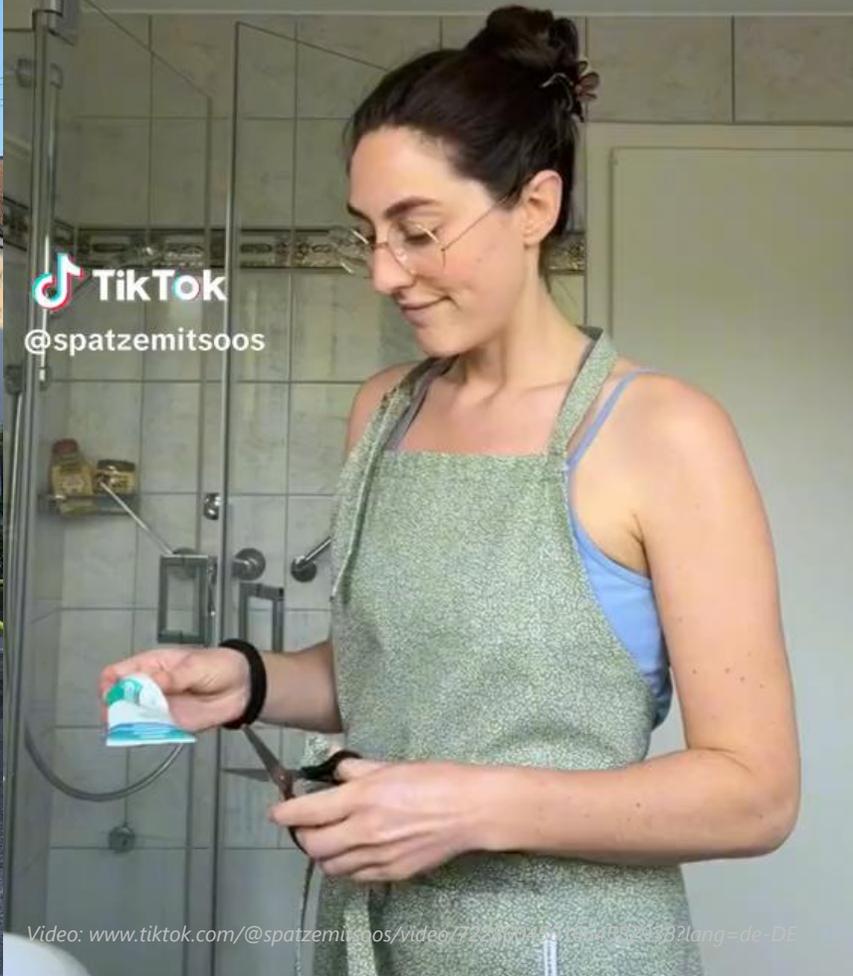
Foto: Luca J on Unsplash, Wikipedia

Shooter-Media.TV

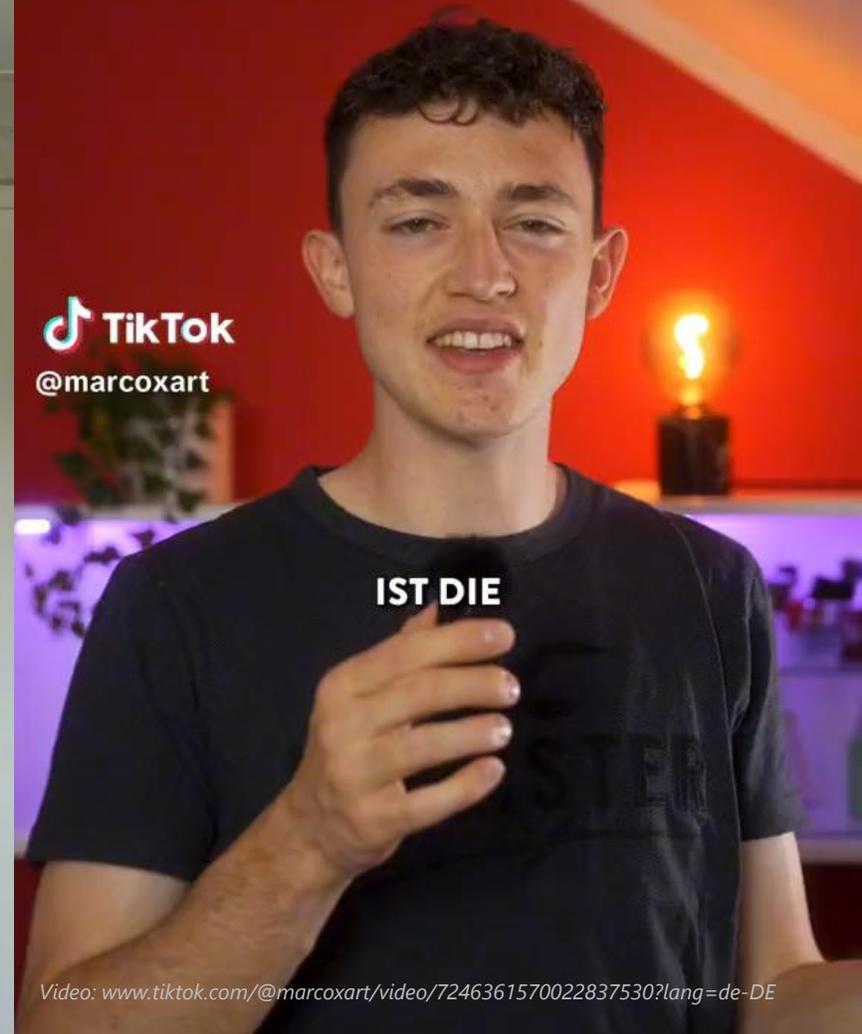


Mudder ausm
✨ Schwobaländle ✨

TikTok
@spatzemitsoos



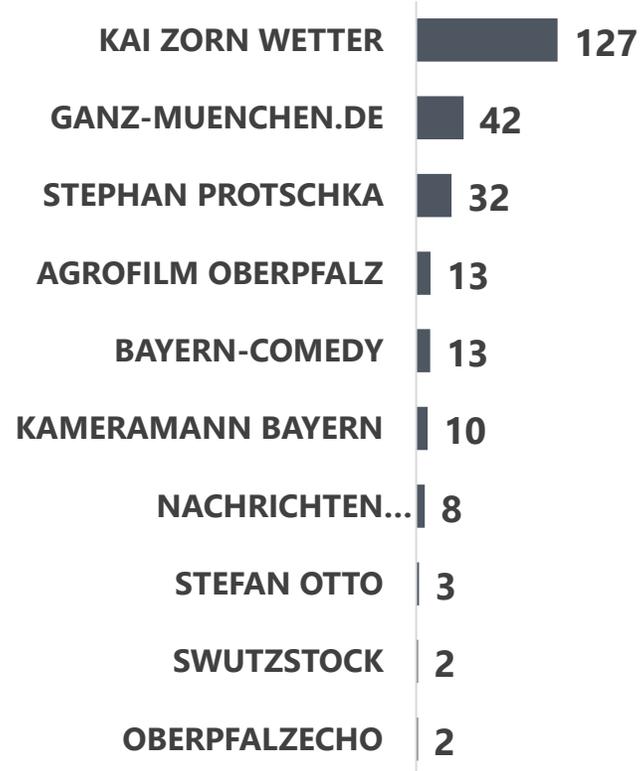
TikTok
@marcoxart



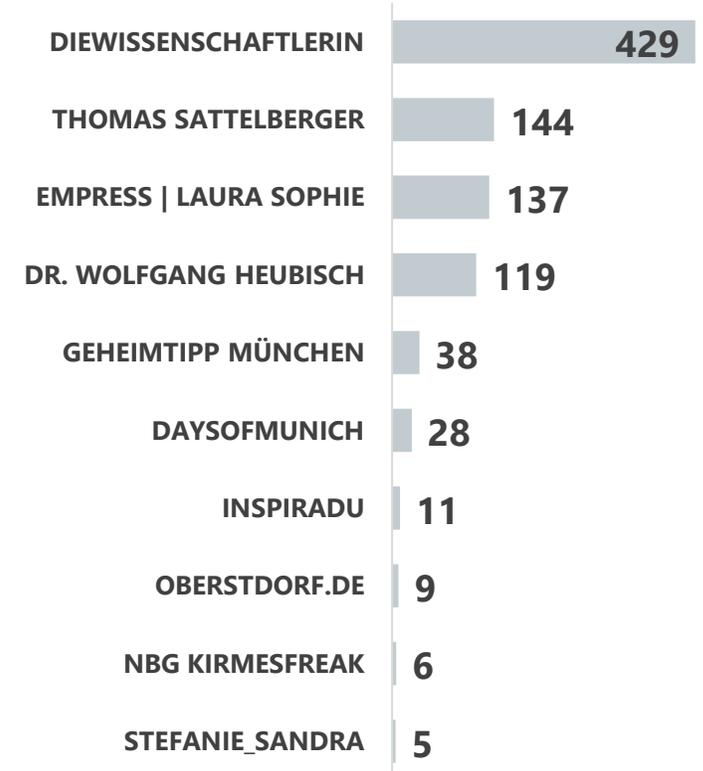
IST DIE

TOP 10 DER REGIONALEN YOUTUBE- UND TIKTOK-KANÄLE IN BAYERN NACH ABONNENT:INNEN (05/2023)

ABONNENT:INNEN VON REINEN YOUTUBER:INNEN (IN TSD.)



FOLLOWER:INNEN VON TIKTOKER:INNEN (IN TSD.)



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2023, Basis: YouTube Channels mit Sitz in BW oder BY und journalistischen Inhalten; es wurden die Zahlen des jeweiligen Hauptkanals ausgewertet, n=204 (6 Angebote ohne YouTube- oder TikTok-Kanal).



Video: www.youtube.com/shorts/zf9Js1k4QTg



TikTok

@diewissenschaftlerin

Video: www.tiktok.com/@diewissenschaftlerin/video/6887148796266941698?lang=de-DE&q=die%20wissenschaftlerin&t=1687186658415



TikTok

@thomas_sattelberger

Mein Alltag als
Parlamentarischer
Staatssekretär...

Video: www.tiktok.com/@thomas_sattelberger/video/7076459494816926982?lang=de-DE



ZUSAMMENFASSUNG

KEY TAKEAWAYS AUS DEM ONLINE-VIDEO-MONITOR

GIF: <https://media.tenor.com/CdT8va33WaMAAAAC/lisaandlena-lisa-lea.a.gif>

KEY FACTS: MARKTSTRUKTUREN UND -ENTWICKLUNG, PRODUKTION, VERBREITUNG UND NUTZUNG



/1
DREI VIERTEL DER ANBIETER
VERZEICHNEN STEIGENDE
ABRUFZAHLEN.

/2
44% DER ANBIETER
RICHTEN IHR ANGEBOT AUF
DIE NUTZUNG KURZER
VIDEOS AUS. AUCH LIVE-
STREAMING GEWINNT.

/3
YOUTUBE (71%) UND TIKTOK
(70%) SIND DIE WICHTIGSTEN
PLATTFORMEN.

/4
TIKTOK WIRD IN DEN
NÄCHSTEN JAHREN WEITER
AN BEDEUTUNG GEWINNEN.

/5
84% DER KOMMERZIELLEN
ANBIETER SIND MIT IHRER
WIRTSCHAFTLICHEN
SITUATION ZUFRIEDEN.

/6
KI WIRD 2023 AM
HÄUFIGSTEN ALS MARKT-
TREIBER ANGEGEBEN.

KEY FACTS: REGIONALE JOURNALISTISCHE ONLINE-VIDEO-ANGEBOTE IN BADEN-WÜRTTEMBERG UND BAYERN



/1
210 REGIONALE JOURNALISTISCHE ANGEBOTE WURDEN IN BADEN-WÜRTTEMBERG UND BAYERN IDENTIFIZIERT.

/2
DIE MEISTEN ANGEBOTE SIND DEM GENRE „NACHRICHTEN“ ZUZUORDNEN GEFOLGT VON „INFORMATION“ UND „SPORT“.

/3
DIE ANGEBOTSIHALTER BEZIEHEN SICH NICHT NUR AUF STÄDTE. AUCH REGIONALES UND LOKALES WIRD ABGEBILDET.

/4
TIKTOK UND YOUTUBE BIETEN AUCH KLEINEREN, WENIGER BEKANNTEN CREATOR:INNEN EINE PLATTFORM.

ONLINE-VIDEO- MONITOR 2023

JULIANE MÜLLER

Juliane.Mueller@Goldmedia.de | +49 (0)30 246266-15

**PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER | MATHIAS BIRKEL
CHRISTINE LINK | DANIEL KOMMA
LENA MACKUTH | HALIL GAGAM**

GOLDMEDIA GMBH STRATEGY CONSULTING

Info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin | Tel. +49 (0)30 246266-0