



Bildquelle: joey-huang-jg3NTQilepo-unsplash

ONLINE-VIDEO-MONITOR 2021

PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER

10. DEUTSCHER SOCIAL TV SUMMIT, 17. JUNI 2021

GOLDMEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

ONLINE-VIDEO-MONITOR 2021

ENTHÄLT VIER MODULE



MODUL 1 MARKT- STRUKTUR

Strukturdatenanalyse
Online-Video-Angebote in
Deutschland mit eigener
Webpräsenz (n=659)

MODUL 2 ANBIETER- BEFRAGUNG

Primärdatenerhebung
durch Online-Befragung
(n=158)

MODUL 3 PLATTFORM- ANALYSE

Logfile-Analysen für
YouTube, Facebook Video
und Instagram

MODUL 4 SONDERANALYSE TIKTOK

Analyse u. a. auf Basis des
TikTok Creator Marketplace
(n=3.493)

GOLD MEDIA



Bildquelle: gian cescon unsplash

(1) MARKTSTRUKTUR

ONLINE-VIDEO-ANGEBOTE MIT EIGENER WEBPRÄSENZ

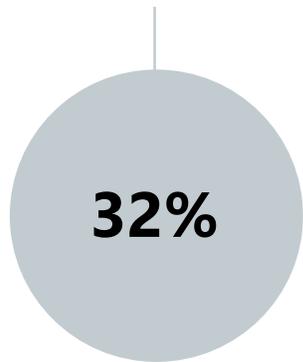
GOLD MEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

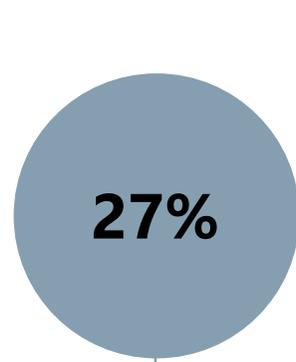
ANGEBOTS-STRUKTUR: SUBMARKEN KLASSISCHER MEDIEN STARK VERTRETEN

**SUBMARKE
TV-MEDIEN**



32%

**SUBMARKE
PRINT/RADIO**



27%

**ONLINE-
ONLY**

**CORPORATE
TV**

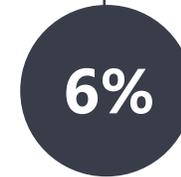


25%

**NICHT-
KOMMER-
ZIELLE**



6%



6%

**VIDEO-
CENTER/
VOD-
PORTALE**



2%

SONSTIGE



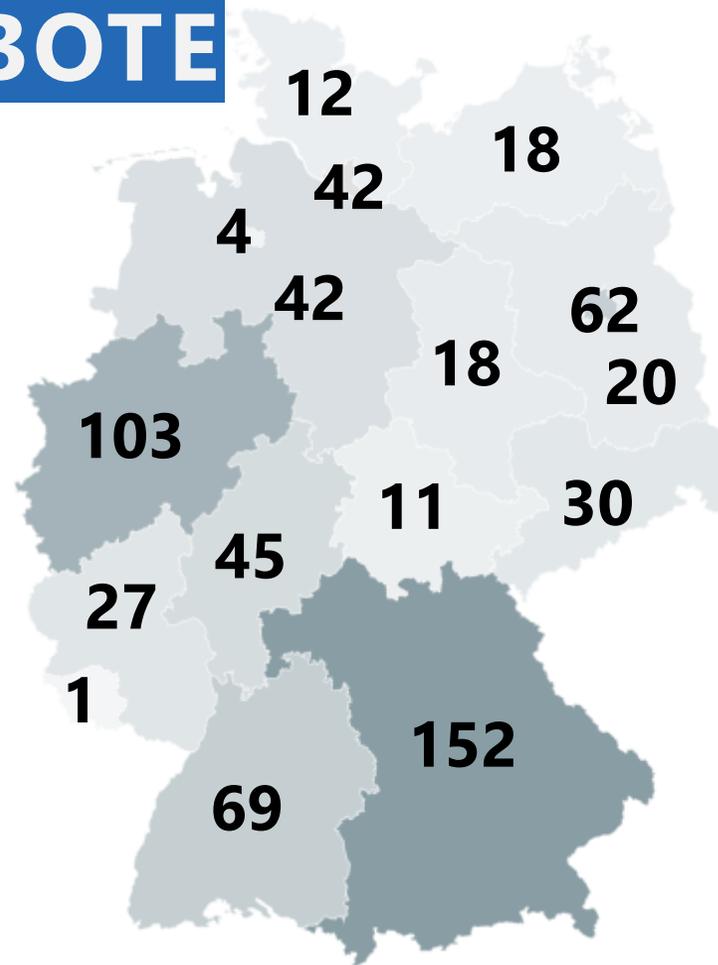
1%

GOLDMEDIA

BLM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

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



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021,
n=658 Online-Video-Angebote mit eigener Webpräsenz

GOLDMEDIA

TOP ONLINE-VIDEO-INHALTE:

NEWS (30%) -3%PT. GGÜ. 2019

REGIONALES (22%) +3%PT. GGÜ. 2019

UNTERHALTUNG/COMEDY (13%) -1%PT. GGÜ. 2019

& SPORT (8%) +1%PT. GGÜ. 2019

ON-DEMAND-VIDEO-ANGEBOTE SIND DER STANDARD (97%), LINEAR KOMMT DAZU!

ANTEIL DER ANGEBOTE MIT LINEAREN LIVE-STREAMS WÄCHST DEUTLICH AUF 31% (+ 10% PT. GGÜ. 2017)



Bildquelle: jakob owens unsplash

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021, n=659 Online-Video-Angebote mit eigener Webpräsenz



Bildquelle: pexels-teono-no

(2) ERGEBNISSE DER ANBIETER-BEFRAGUNG

ONLINE-VIDEO-ANBIETER INKL. VIDEO-INFLUENCER:INNEN

GOLDMEDIA

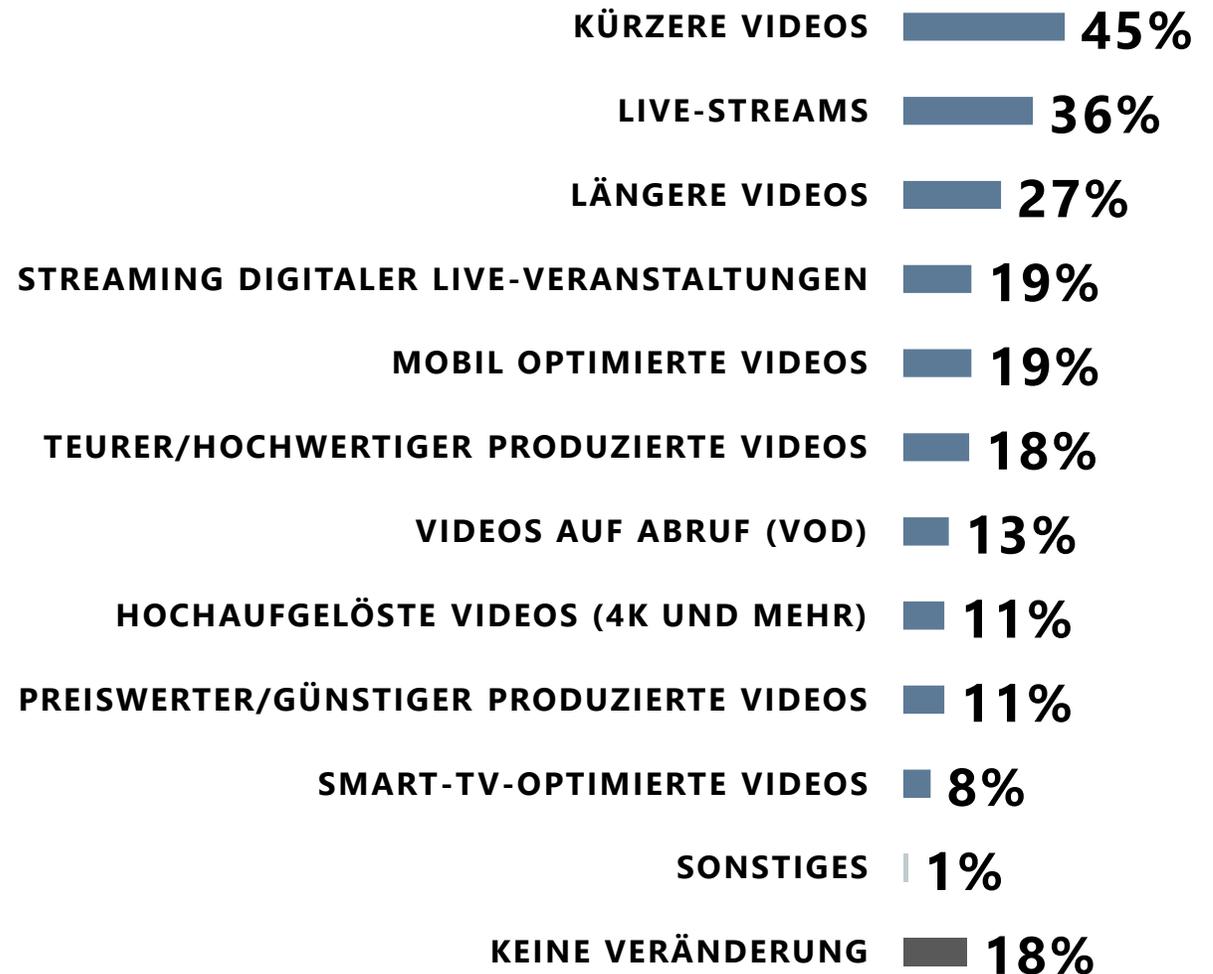
B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

VIDEOS WERDEN EHER KÜRZER ALS LÄNGER UND IMMER HÄUFIGER LIVE PRODUZIERT



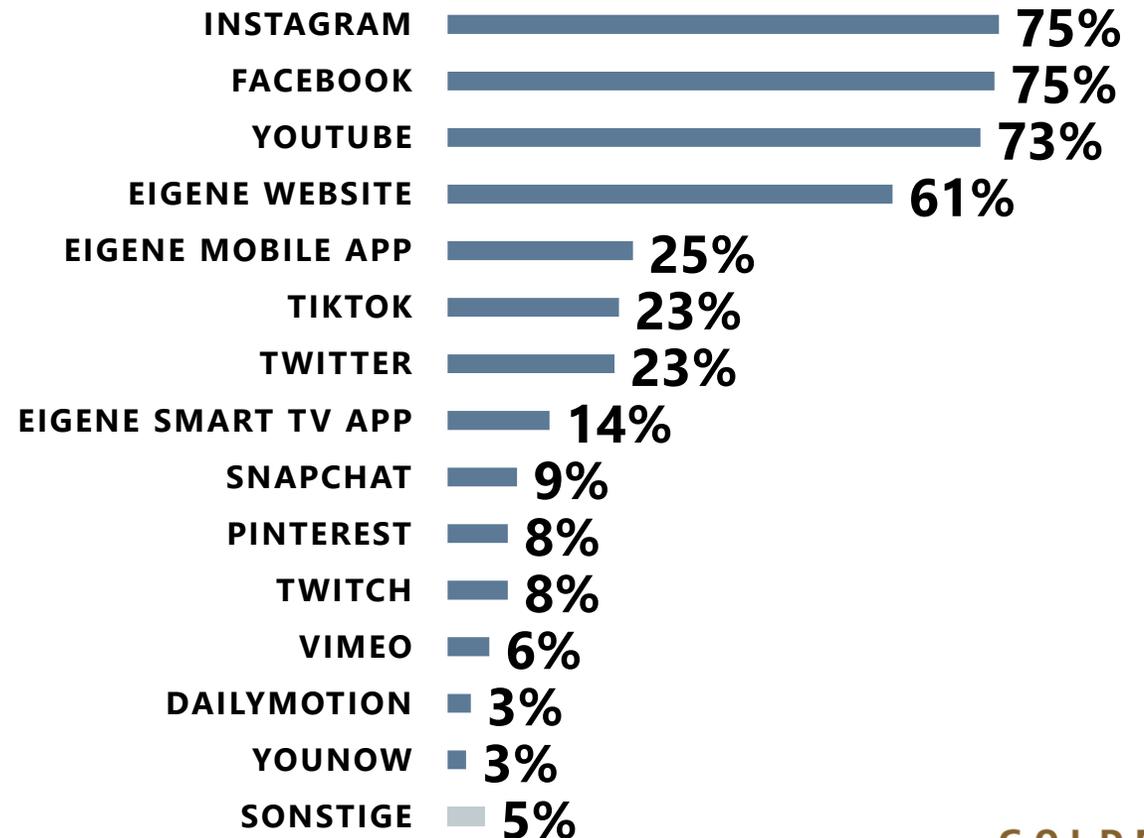
**59% DER ANBIETER
PRODUZIEREN 2021
MEHR ALS 2020**



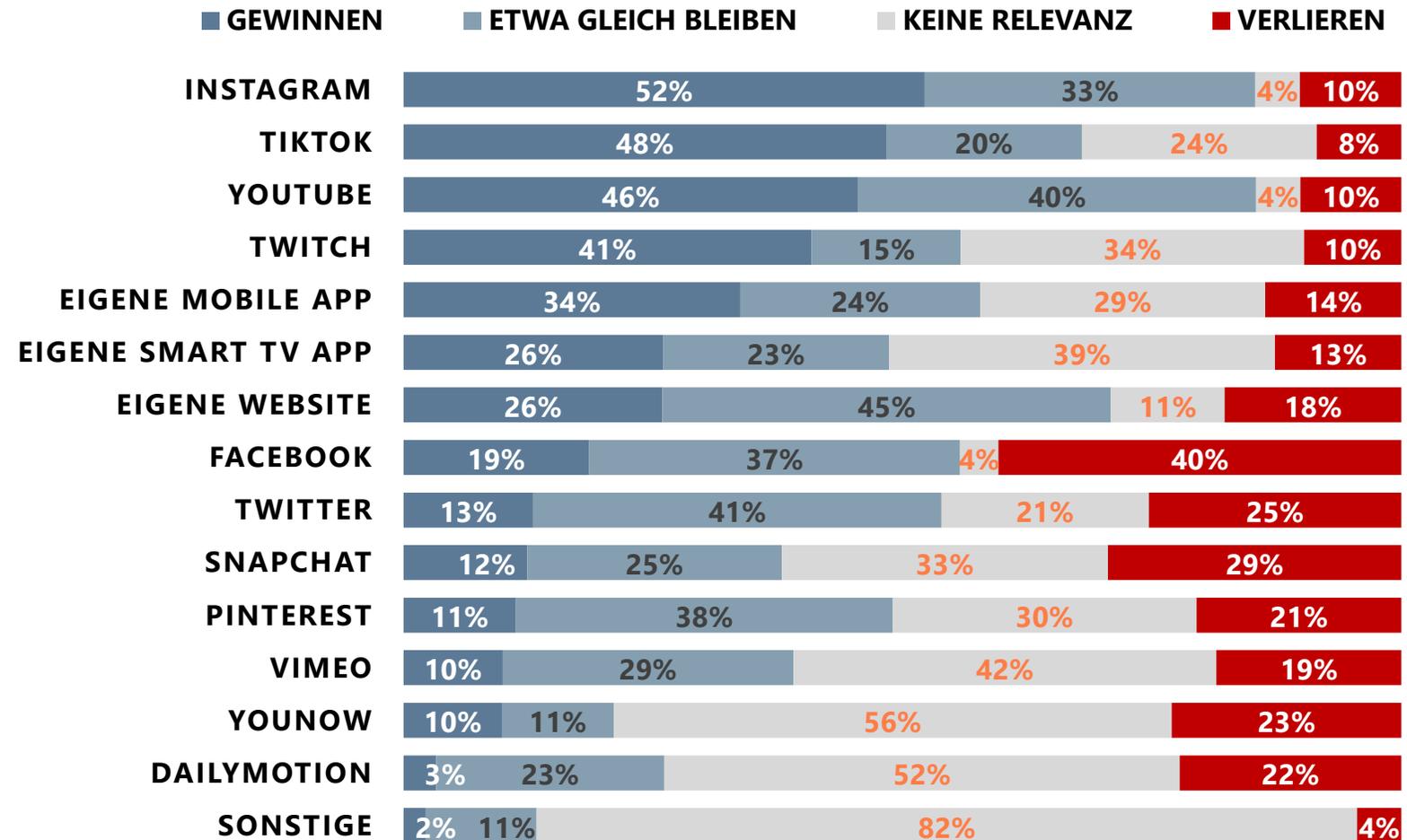
Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=158. Frage: Wie haben sich Ihre Online-Video-Inhalte innerhalb der letzten 12 Monate verändert? „Ich/wir produziere(n) heute im Vergleich zum letzten Jahr zunehmend...“ (Mehrfachnennungen möglich); Wie hat sich die Zahl der von Ihnen veröffentlichten Videos gegenüber dem letzten Jahr verändert?

TOP 3 DER WICHTIGSTEN PLATTFORMEN SIND INSTAGRAM, FACEBOOK UND YOUTUBE

23% NUTZEN BEREITS TIKTOK



ZUKÜNFTIGE BEDEUTUNG: INSTAGRAM, TIKTOK UND YOUTUBE GEWINNEN, FACEBOOK VERLIERT DEUTLICH



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=119. Frage: Welche Kanäle bzw. Plattformen werden Ihrer Meinung nach in den nächsten drei Jahren an Bedeutung gewinnen oder verlieren?

GOLD MEDIA



Bildquelle: pexels-luis-quintero

NUTZUNG, ERTRÄGE UND AUSWIRKUNGEN VON CORONA

GOLD MEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

**87% SIND MIT DER NUTZUNG
IHRER ANGEBOTE ZUFRIEDEN,
DAVON 19% SOGAR SEHR**



Bildquelle: pexels-cottonbro

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=131. Frage: Wie zufrieden sind Sie generell mit der Nutzung Ihres Online-Video-Angebotes?

CORONA-EFFEKT: 73% HATTEN 2020 STEIGENDE ABRUFZAHLEN, DAVON 27% SOGAR DEUTLICH STEIGENDE

(NUR 7% HATTEN SINKENDE ABRUFZAHLEN)



Bildquelle: pexels-luis-quintero

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=132. Frage: Wie haben sich die Abrufzahlen Ihres Online-Video-Angebots insgesamt entwickelt?
"Meine/unsere Online-Video-Abrufzahlen sind im letzten Jahr..."

FÜR 64% HATTE CORONA TENDENZIELL POSITIVE AUSWIRKUNGEN AUF DIE REICHWEITE

(FÜR 9% NEGATIVE)



Bildquelle: *linda xu unsplash.com*

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=158. Frage: „Wie hat sich die Corona-Situation auf die Reichweite Ihres Video-Angebotes ausgewirkt?“

**62% SIND AKTUELL ZUFRIEDEN MIT
DER ERTRAGSSITUATION IHRES ANGEBOTES**

Bildquelle: adeolu eletu unsplash.com

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=94 kommerzielle Onlinevideo-Anbieter. Frage: Und wie zufrieden sind Sie generell mit der wirtschaftlichen Situation Ihres Onlinevideo-Angebotes?

FÜR 52% HATTE CORONA AUCH POSITIVE EFFEKTE AUF DIE ERTRÄGE

(ABER FÜR 24% EHER ODER SOGAR SEHR NEGATIVE)



Bildquelle: pexels-christina-morillo

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=94 kommerzielle Online-Video-Anbieter. Frage: Wie hat sich die Corona-Situation auf den Umsatz Ihres Video-Angebotes ausgewirkt?

UND: 74% DER ANBIETER ERWARTEN KÜNFTIG WEITER STEIGENDE ERTRÄGE



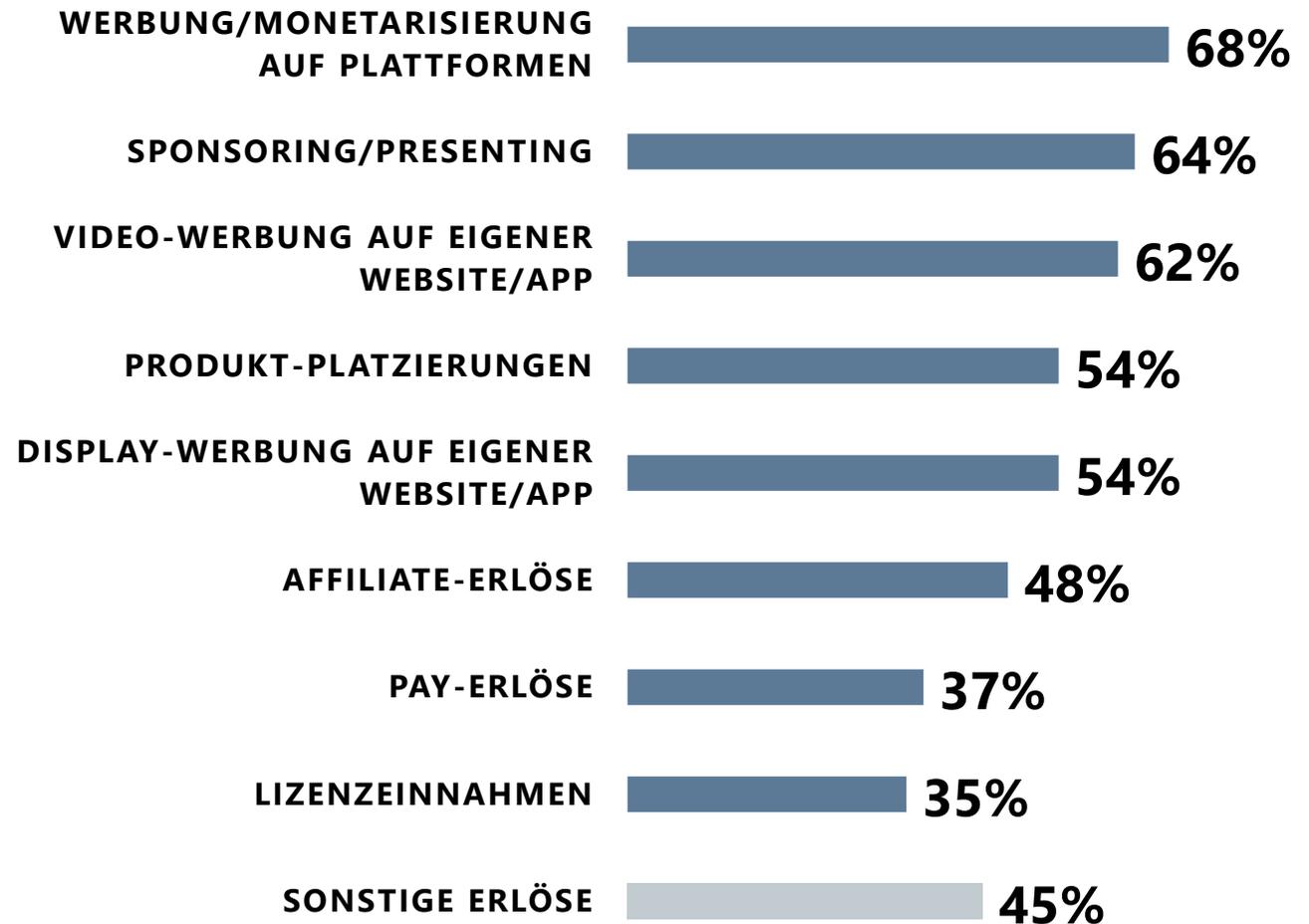
Bildquelle: adeolu eletu unsplash.com

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=94 kommerzielle Onlinevideo-Anbieter. Frage: Wie werden sich die wirtschaftlichen Erträge Ihres Videoangebots Ihrer Einschätzung nach in den nächsten drei Jahren entwickeln?

WERBUNG AUF SOCIAL-VIDEO-PLATTFORMEN IST WICHTIGSTE ERLÖSQUELLE



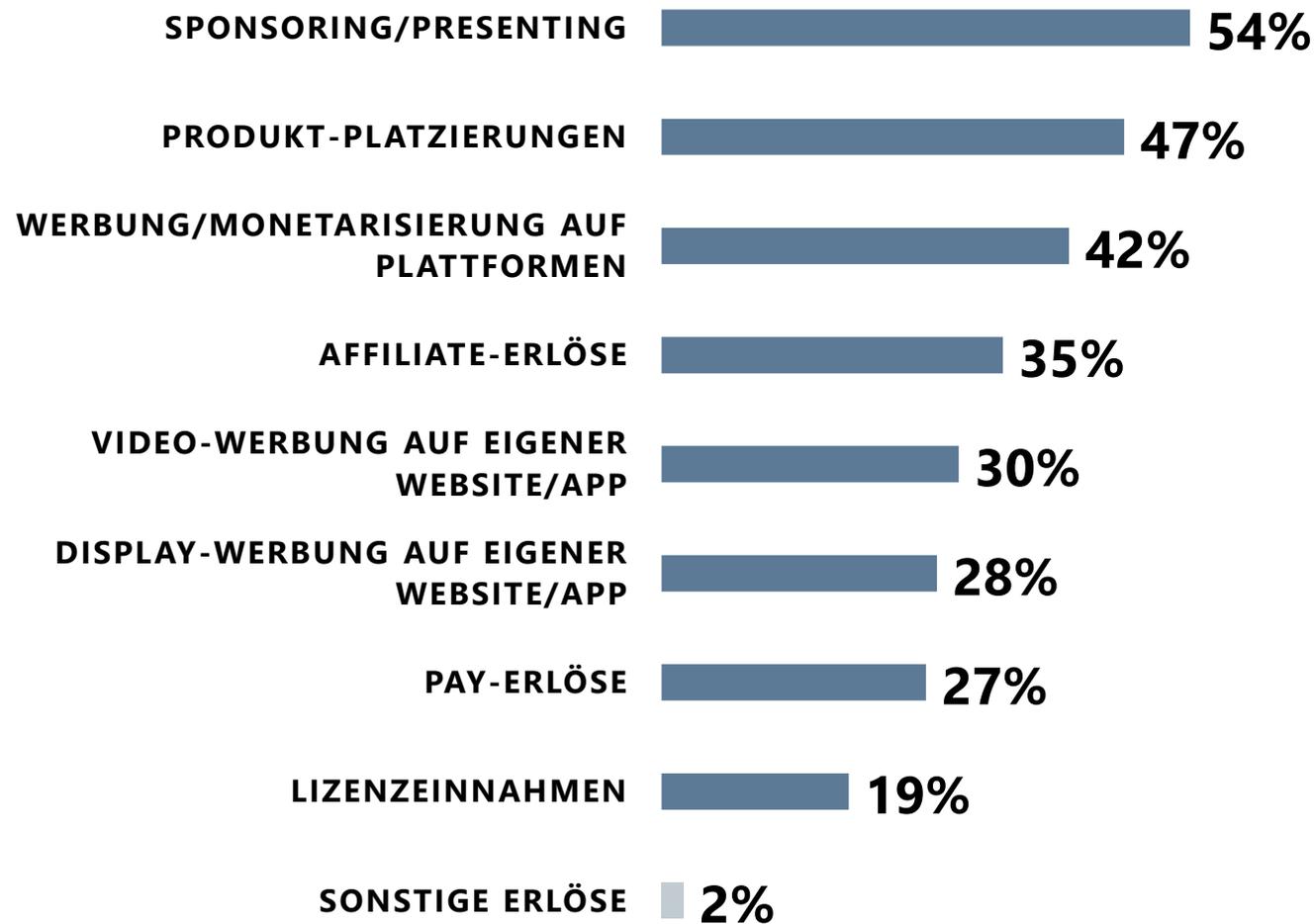
Bildquelle: adeolu eletu unsplash.com



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=158. Frage: Welche der folgenden Erlösquellen nutzen Sie im Rahmen Ihres Online-Video-Angebotes? (Mehrfachnennungen möglich)

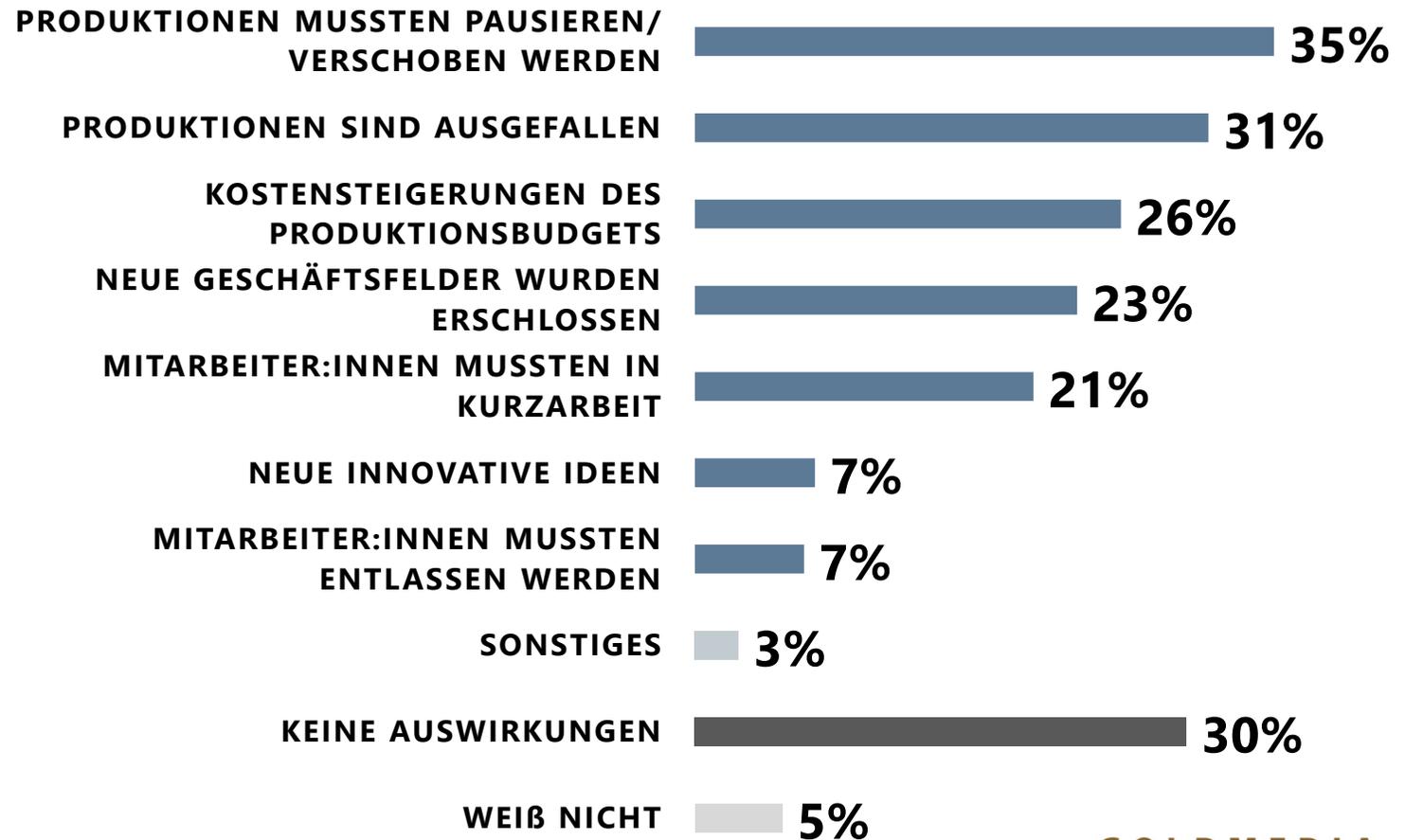
GOLD MEDIA

GRÖSSTES POTENZIAL HABEN ABER PRESENTING & PLACEMENTS



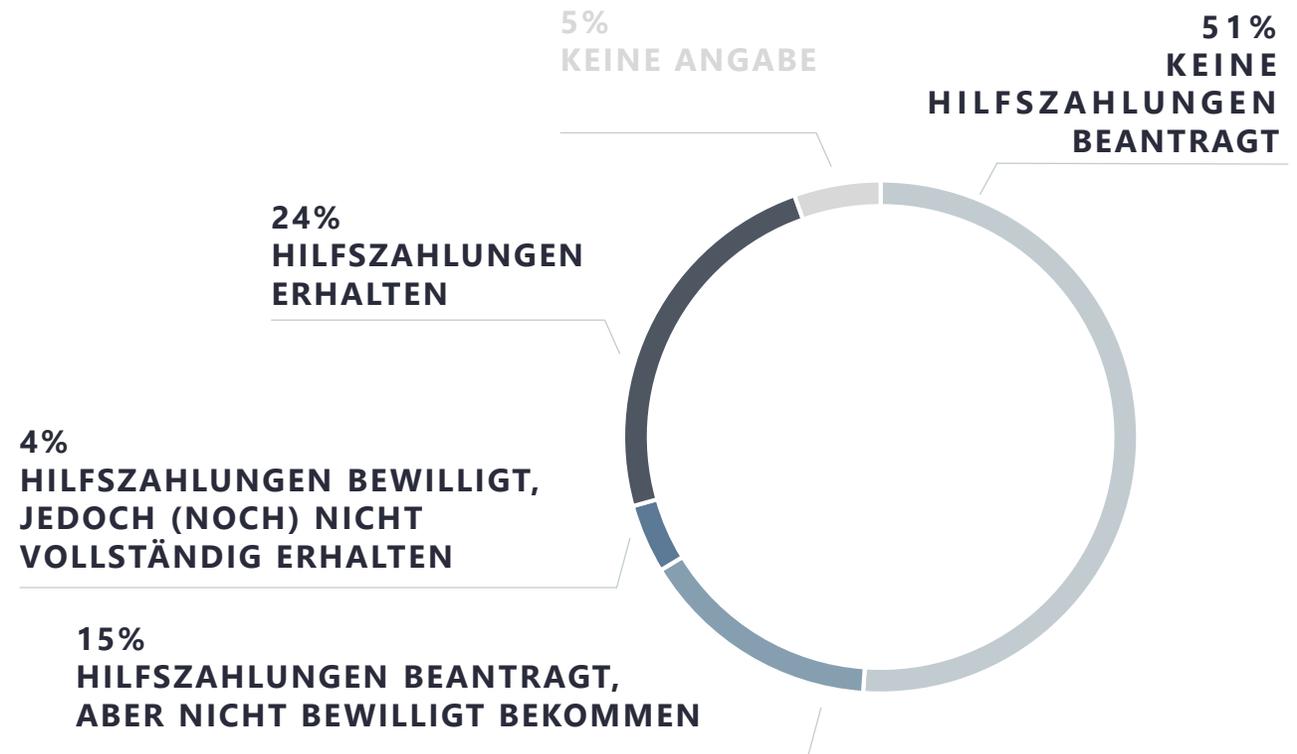
35% HATTEN DURCH CORONA PRODUKTIONS- VERSCHIEBUNGEN, 31% KOMPLETTE AUSFÄLLE

(NUR 30% SPÜRTE KEINE CORONA-AUSWIRKUNGEN)



RUND 43% DER KOMMERZIELLEN ANBIETER HABEN HILFSZAHLUNGEN BEANTRAGT

(24% HABEN DIESE BISLANG VOLLSTÄNDIG ERHALTEN)





Bildquelle: pexels-kyle-loftus

MARKTTREIBER UND ENTWICKLUNG

GOLDMEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

TOP MARKTTREIBER: INTERAKTIVITÄT MIT NUTZER:INNEN, HÖHERE BANDBREITEN & 5G



Bildquelle: pexels-kaique-rocha

INTERAKTIVITÄT MIT DEN NUTZER:INNEN **46%**

HÖHERE BANDBREITEN/
GIGABIT-INTERNET **44%**

5G **44%**

INNOVATIVE FORMATE **44%**

INFLUENCER MARKETING **43%**

Quelle: Online-Video-Monitor 2021; n=158. Frage: Welche der folgenden Themen werden für den Online-Video-Markt zukünftig an Bedeutung gewinnen? (Mehrfachnennungen möglich)

GOLD MEDIA

TOP HEMMNISSE: ZU VIELE ANGEBOTE UND UNKLARE RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN



ZU VIELE ANDERE ANGEBOTE  48%

UNKLARE RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN  40%

HOHE KOSTEN FÜR DEN INHALTE-
EINKAUF/LIZENZEN/RECHTE  35%

ANPASSUNG AN DIE UNTERSCHIEDLICHEN
PLATTFORMEN  33%

VERFÜGBARKEIT/LEISTUNGSFÄHIGKEIT VON
MOBILEM INTERNET  33%

MEHR REGULIERUNG GEWÜNSCHT, INSB. BEI DEN ALGORITHMEN

WÄRE AUS IHRER SICHT ALS ANBIETER:IN FÜR FOLGENDE THEMEN EIN "WENIGER" ODER „MEHR“ AN REGULIERUNG HILFREICH?

TRANSPARENZ DES ALGORITHMUS
(N=141)

0 WENIGER REGULIERUNG ← → MEHR REGULIERUNG 10

Ø 7,7

VERANTWORTLICHKEIT DER INHALTEANBIETER
(N=135)

Ø 7,3

VERANTWORTLICHKEIT DES BETREIBERS
(N=138)

Ø 7,2

REGELUNG ZUR AUFFINDBARKEIT
(N=135)

Ø 7,0

KENNZEICHNUNGSPFLICHTEN
(N=139)

Ø 6,9

DISKRIMINIERUNG VON INHALTEN
(N=137)

Ø 6,8

ZERTIFIZIERUNG VON INHALTEN
(N=131)

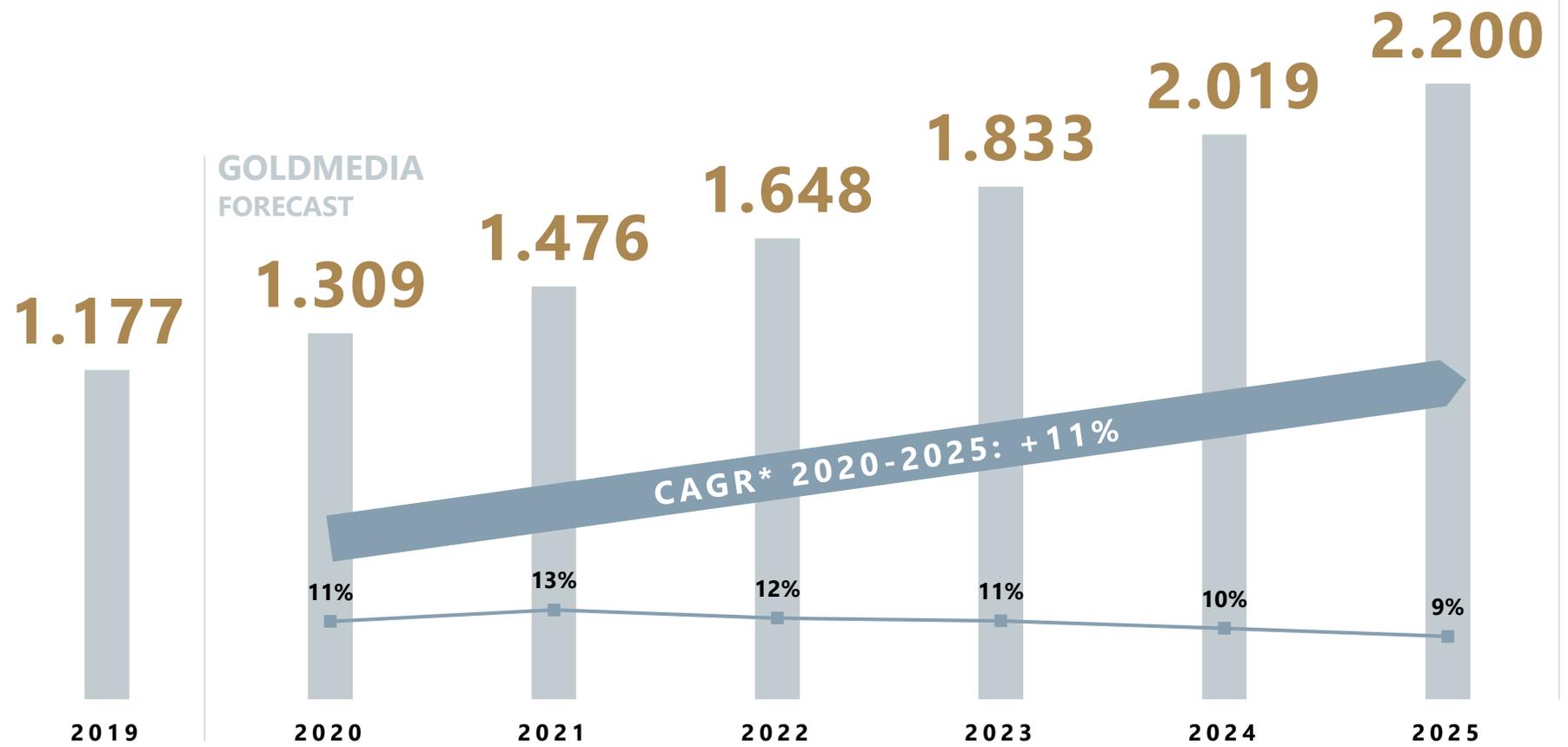
Ø 6,4

GOLD MEDIA

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; n=158. Frage: Wäre aus Ihrer Sicht als Anbieter:in für folgende Themen ein "weniger" oder „mehr“ an Regulierung hilfreich?

PROGNOSE ONLINE-VIDEO-WERBEMARKT:

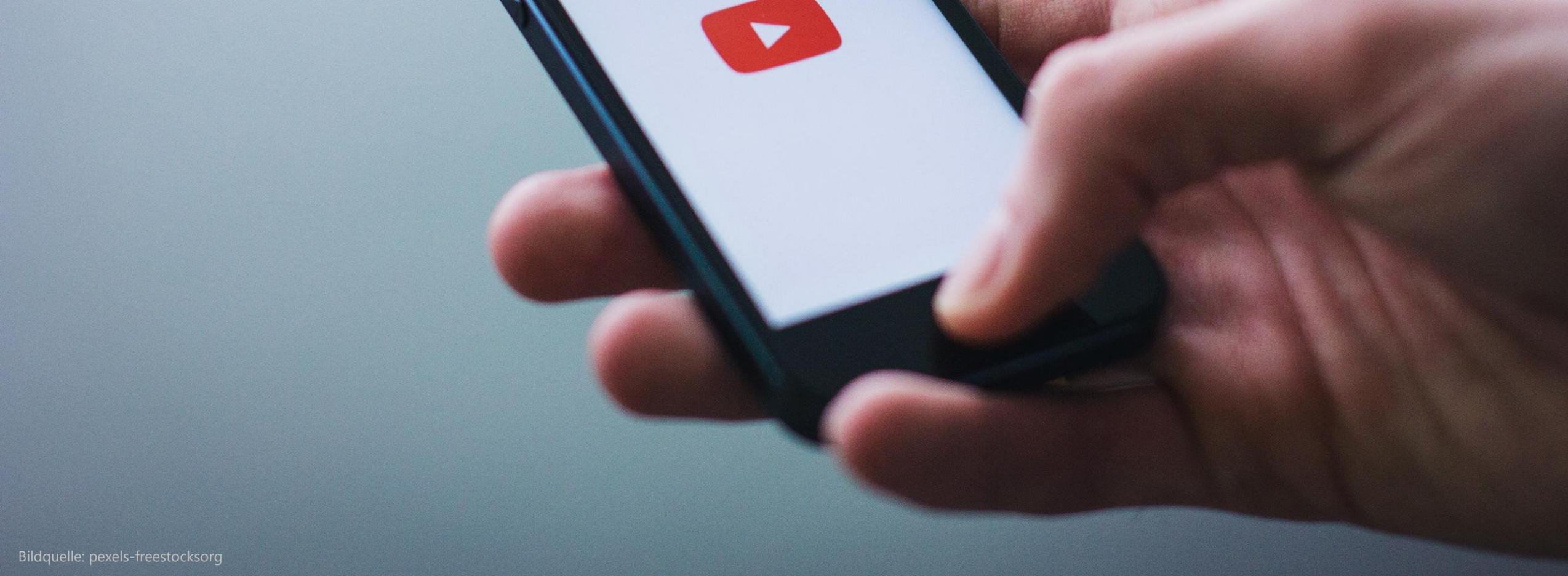
+68% VON 2020-2025 AUF 2,2 MRD. EURO (NETTO)



GOLDMEDIA

BILM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg



Bildquelle: pexels-freestocksorg

(3) SOCIAL VIDEO PLATTFORMEN

GOLDMEDIA

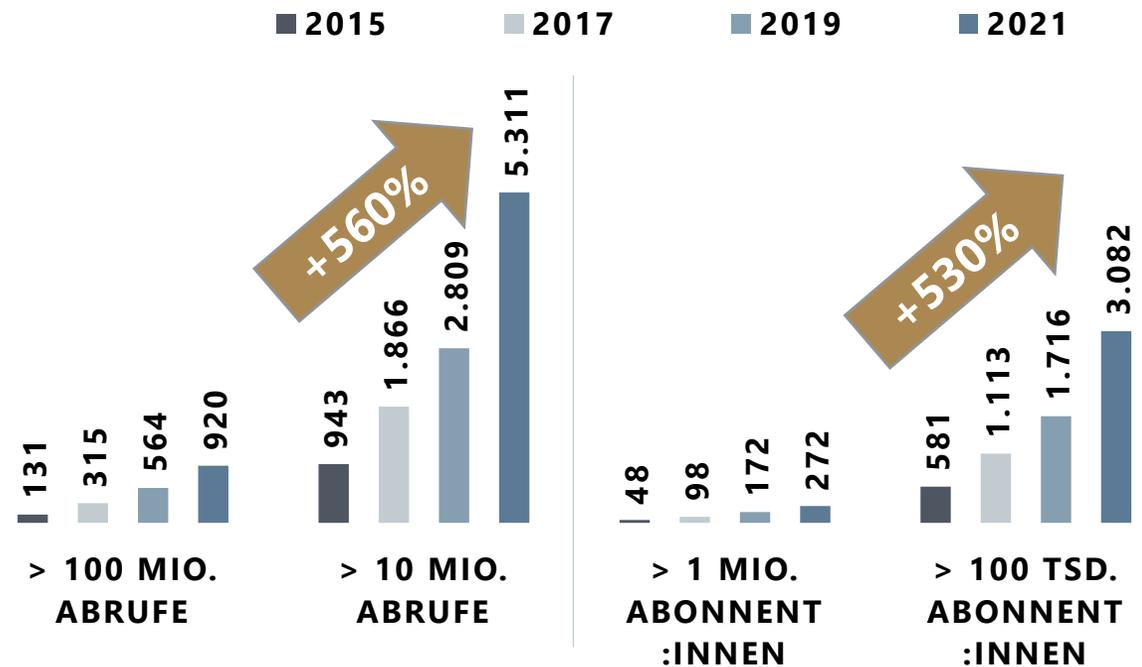
B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

ÜBER 900 KANÄLE ERREICHTEN DIE 100 MIO. ABRUFE-GRENZE IM DT. YOUTUBE-MARKT



ANZAHL DER DEUTSCHEN YOUTUBE-KANÄLE NACH ABRUFEN UND ABONNENT:INNEN, 2015-2021

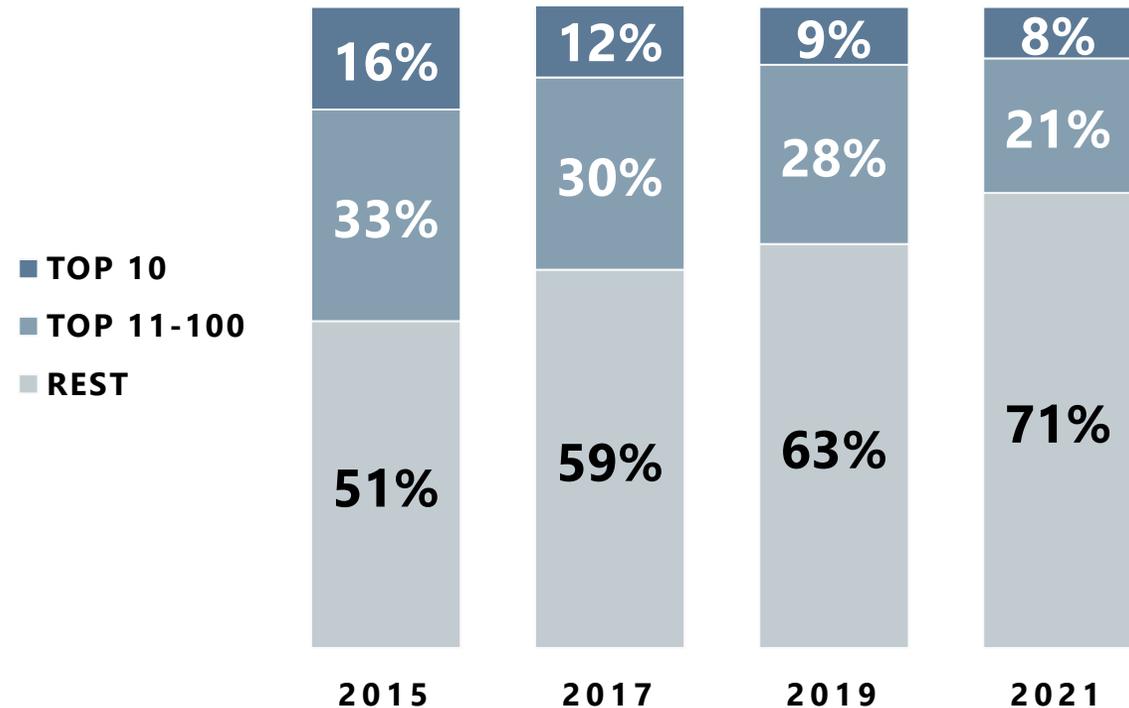


GOLDMEDIA

TREND ZUM LONGTAIL SETZT SICH FORT: ANTEIL DER TOP-KANÄLE AN GESAMT- ABRUFEN SINKT, DIE BASIS GEWINNT WEITER



ANTEIL AN ALLEN VIDEO-ABRUFEN AUF YT, BEI TOP 10,
TOP 11-100 U. DEM REST DER YT-KANÄLE, 2015-2021



GOLDMEDIA

BLM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

**85% DER TOP 100 FACEBOOK-PROFILE
HABEN IM MAI 2021 VIDEOS GEPOSTET**

**ANTEIL VIDEO-POSTS AN ALLEN POSTS BEI
22%**

**ZAHL DER VIDEO-VIEWS BEI DEN TOP 10
BEI 189 MIO. VIEWS/MONAT LAG UM 13%
NIEDRIGER ALS 2019!**

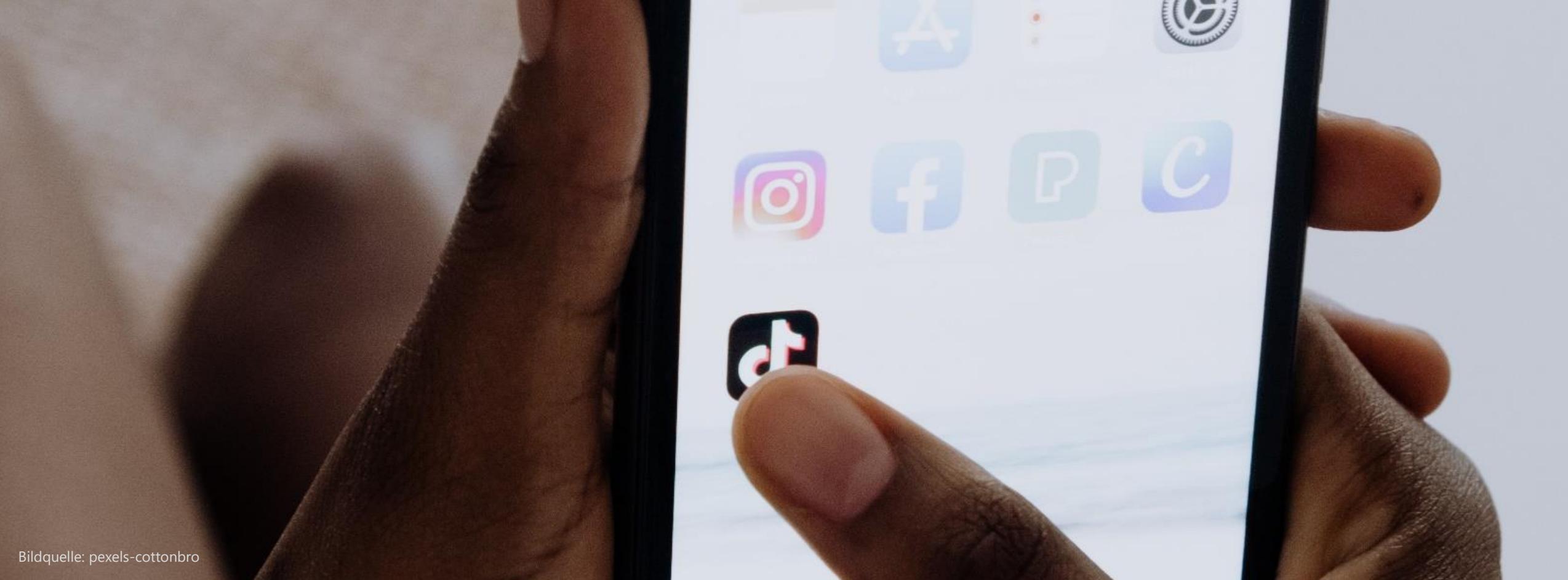


RUND DIE HÄLFTE DER TOP 40 INSTAGRAM-ACCOUNTS HAT IM MAI 2021 MINDESTENS EINEN REEL GEPOSTET, EIN VIERTEL LÄNGERE IGTV-VIDEOS

**DIE TOP 40 ACCOUNTS ERZIELEN
Ø 1,24 MIO. VIEWS PRO REEL UND
Ø 0,69 MIO. VIEWS PRO IGTV-VIDEO (IM MAI 2021)**

Bildquelle: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Instagram_marketing_strategy.jpg

Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor, Basis: Top 40 Instagram-Profil in Deutschland nach Abonnenten, <https://starnpage.com>



Bildquelle: pexels-cottonbro

(4) FOKUS: TIKTOK

GOLDMEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

**TIKTOK ERREICHTE SCHON MITTE 2020
KNAPP DIE HÄLFTE SEINER GESAMTEN
ZIELGRUPPE IN DEUTSCHLAND**

10,7 Mio. MAU

BEI RD. 25 MIO. PERSONEN IN DT. BIS 29 JAHRE

Quelle: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-30/tiktok-users-in-uk-germany-france-italy-norway-ages-screentime-open-rates> Monthly active users, Einwohnerdaten: Destatis

GOLDMEDIA

B|LM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

TIKTOKER YOUNES ZAROU AUF PLATZ 4 ALLER DT. SOCIAL-VIDEO-ACCOUNTS

@younesarou

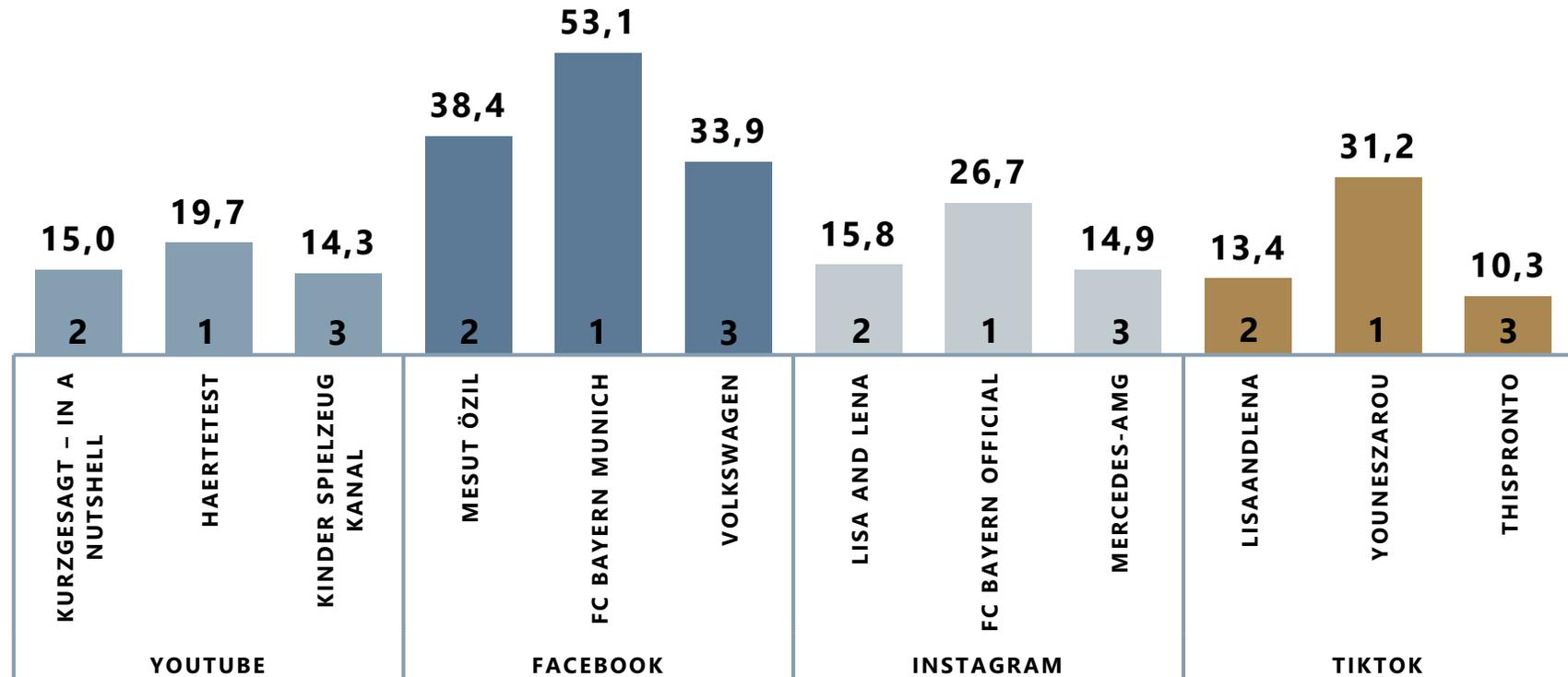
563 Folge ich | 31,3M Follower | 614,0M Likes

Spreading good vibes, love and happiness since 1998

Stell mir eine Frage

First 5 videos | Best of photo | Most Viral Videos

DEUTSCHE TOP-3-ACCOUNTS NACH ABONNENT:INNEN/FOLLOWERN IN MIO., STAND: 05/2021



Quelle: Goldmedia-Analyse 2021

GOLDMEDIA

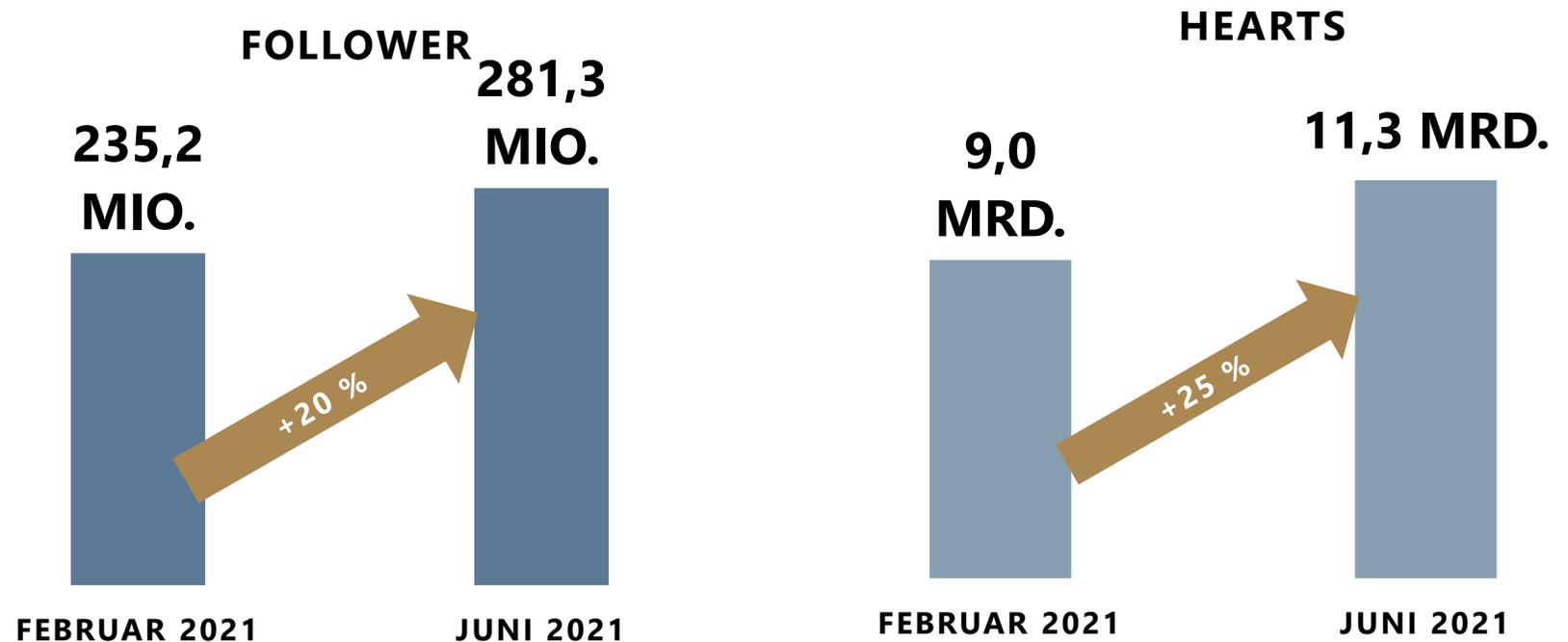
BILM
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien

LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

TOP 100 DEUTSCHE TIK TOK-ACCOUNTS ZÄHLEN RD. 280 MIO. FOLLOWER UND WUCHSEN ALLEIN VON FEBRUAR BIS JUNI 2021 UM 20%

ZUM VERGLEICH: DIE TOP 100 YT-CHANNELS HABEN RUND 300 MIO. ABONNENT:INNEN

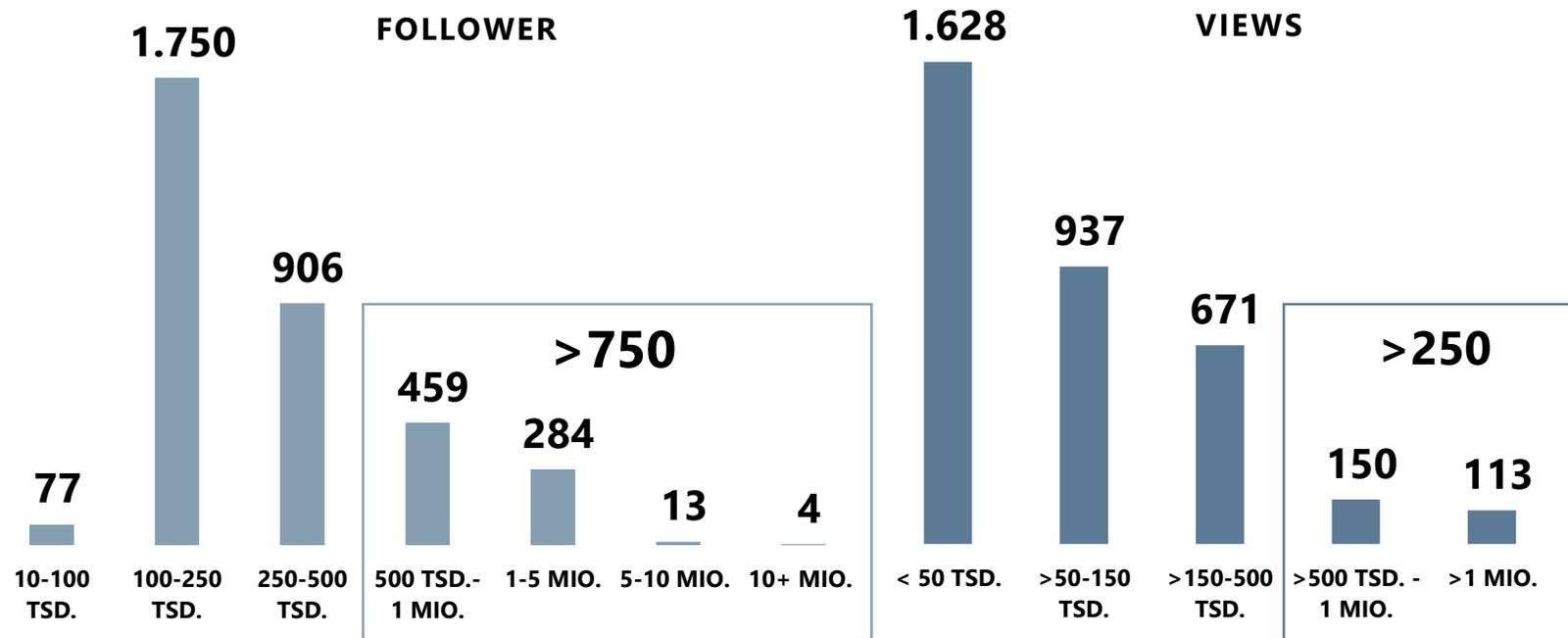
TOP-100 DEUTSCHE TIKTOK-ACCOUNTS NACH FOLLOWERN IN MIO./
HEARTS IN MRD., 02/2021 UND 06/2021



GOLDMEDIA

MEHR ALS 750 TIKTOK-PROFILE MIT >500K FOLLOWERN, DAVON >250 MIT >500K VIEWS

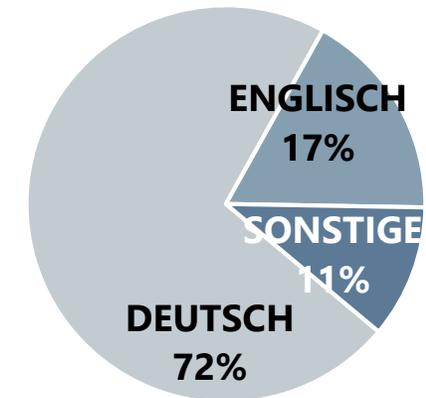
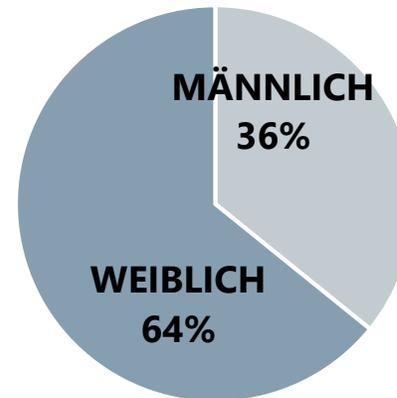
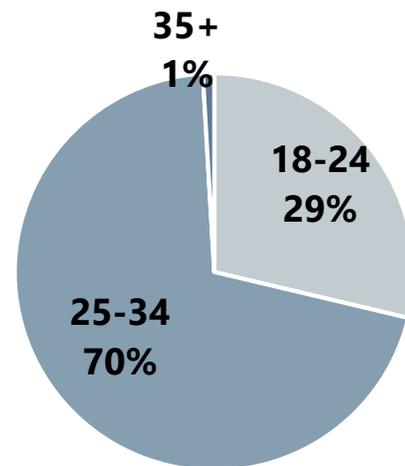
VERMARKTBARE TIKTOK-PROFILE IN DEUTSCHLAND* NACH FOLLOWERN UND DURCHSCHNITTLICHEN VIEWS, STAND: 05/2021



GOLDMEDIA

MARKETING SPRICHT VOR ALLEM 25+ UND MEHRHEITLICH WEIBLICHE NUTZER:INNEN AN

AVISIERTE ZIELGRUPPEN DER VERMARKTBAREN TIKTOK-PROFILE IN DEUTSCHLAND* NACH ALTER, GESCHLECHT UND SPRACHE, STAND: 05/2021



Quelle: Goldmedia Analyse 2021 nach TikTok Creator Marketplace, n=3.493, *über den Marketplace gelistete Profile mit Sitz in Deutschland, Zielgruppen unter 18 werden nicht ausgewiesen, so dass sich auch deswegen diese Verteilung von der Zusammensetzung der TikTok-Nutzer:innen unterscheidet.

GOLDMEDIA

WICHTIGSTE GRÜNDE FÜR DIE VIDEO-DISTRIBUTION AUF TIKTOK:

- REICHWEITENSTEIGERUNG BEI JÜNGEREN ZIELGRUPPEN &
- ERSCHLIEßUNG SPEZIFISCHER ZIELGRUPPEN FÜR EIGENES PRODUKT/MARKE/BOTSCHAFT
- DIE HÄLFTE MÖCHTE AM PULS DER ZEIT SEIN

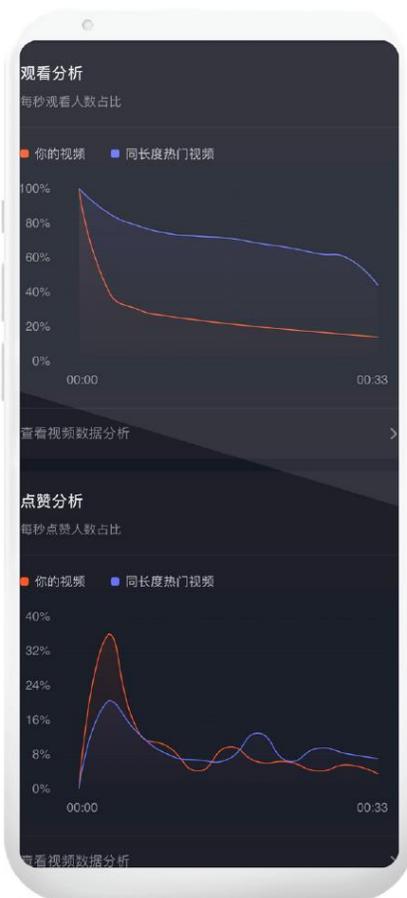
Quelle: BLM, LFK Online-Video-Monitor 2021, Influry 2019.

Basis: Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2021; *n=. 37 Anbieter, die TikTok nutzen.

Frage: Welche Chancen sehen Sie für die Video-Verbreitung auf TikTok? (Mehrfachnennungen möglich)

ZUKÜNFTIGE TIKTOK-FEATURES: ANALYTICS, SHOPPING, PAY-TO-PROMOTE...

NEUE FEATURES DES CHINESISCHEN TIKTOK-PENDANTS „DOUYIN“, STAND 05/2021



Quelle: www.Daolnsights.com

GOLD MEDIA

**INSTAGRAM IST JETZT ANBIETERSEITIG
MEISTVERWENDETE VIDEO-PLATTFORM**

VIDEOS WERDEN KÜRZER UND HÄUFIGER LIVE

87% SIND MIT NUTZUNG ZUFRIEDEN, 19% SEHR

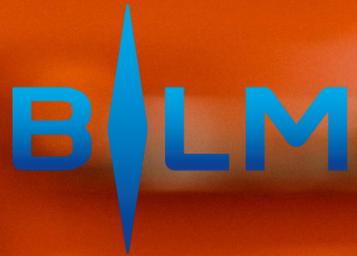
ZWEI DRITTEL HABEN VON CORONA PROFITIERT

HÄUFIG MEHR REGULIERUNG ERWÜNSCHT

VIDEO-WERBEERLÖSE 2,2 MRD. EUR BIS 2025

**TIKTOKER SIND IN KÜRZESTER ZEIT ZU
TOP VIDEO-INFLUENCERN AUFGESTIEGEN**

DIE GESAMTE STUDIE ZUM DOWNLOAD UNTER:



WWW.BLM.DE/ONLINE-VIDEO-MONITOR

LFK:

Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

WWW.LFK.DE/ONLINE-VIDEO-MONITOR-2021





PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER

MATHIAS BIRKEL | EDUARD SCHOLL

GOLDMEDIA GMBH STRATEGY CONSULTING, BERLIN/MÜNCHEN IM JUNI 2021

INFO@GOLDMEDIA.DE | WWW.GOLDMEDIA.COM

Bildquelle: pexels-donald-tong