



youth **INSIGHT PANEL**

**YOUTUBE, APPS & CO. – DIE DIGITALE MEDIENNUTZUNG
DURCH JUGENDLICHE**

MÜNCHEN, APRIL 2016

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

RECHTLICHER HINWEIS

Die nachfolgende Ergebnispräsentation aus Befragungen des Youth Insight Panels einschließlich einzelner Elemente ist geistiges Eigentum der Bauer Media Group und rechtlich geschützt.

Das komplette Ergebnis-Exposé der Studie wird gegen eine Schutzgebühr von 99,00 EUR (zzgl. MwSt) erworben. Die Weitergabe an Dritte, auch nur auszugsweise, Vervielfältigungen jeglicher Art und/oder die Veröffentlichung sind ohne schriftliche Zustimmung der Bauer Media Group nicht zulässig.

Bei Zustimmung zur Weitergabe oder zur Veröffentlichung innerhalb der Berichterstattung ist die Studie nur auszugsweise und unter namentlicher Nennung der Bauer Media Group freigegeben.

© Bauer Media Group 2016

ÜBER DAS YOUTH INSIGHT PANEL

- Das Youth Insight Panel (YIP) ist das Marktforschungstool von BRAVO, Europas größter Teenager-Multimediamarke.
- Über das Online-Research-Tool können Markenpräferenzen, Konsumgewohnheiten, Mediennutzung, Freizeitgestaltung sowie Interessen und Einstellungen bei jungen Zielgruppen ermittelt werden.
- Grundgesamtheit: aktuell insgesamt rund 5.400 Jugendliche im Alter von 10 bis 19 Jahren (Tendenz steigend), die über alle Print- und Digitalkanäle von BRAVO, BRAVO GiRL! und BRAVO Sport gewonnen wurden.
- Benefit: Das YIP bietet von einfachen, deskriptiven Auswertungen bis hin zu multivariaten Methoden ein breites Spektrum an Analyseverfahren. Auch kundenindividuelle Fragestellungen oder Werbemitteltests können realisiert werden.

ANFRAGEN

BAUER ADVERTISING KG

VANESSA PALTEN-ROSSI

Anzeigenleitung Youth

T +49 40 30 19 3043

vanessa.palten-rossi@bauermedia.com

PRESSEKONTAKT

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

BAUER MEDIA GROUP

KATRIN HIENZSCH

PR-Referentin Marken

T + 49 40 30 19 10 28

katrin.hienzsch@bauermedia.com

YOUTUBE, APPS & CO – DIE DIGITALE MEDIENNUTZUNG DURCH JUGENDLICHE

Kernaussagen aus den Befragungsergebnissen 2016

- YouTube ist bei Jugendlichen weiterhin mit Abstand die beliebteste Video-Plattform mit quasi kompletter Zielgruppendurchdringung: 98% der Jugendlichen nutzen YouTube
- Über 90% der Befragten sind mindestens einmal pro Woche auf YouTube unterwegs; die tägliche Nutzung hat im Vergleich zum Vorjahr zugenommen
- Mehr als drei Viertel der Jugendlichen verbringt mindestens 20 Minuten am Stück auf YouTube, um sich Videos anzuschauen
- Die beliebteste Social Media App ist Whatsapp mit über 90%; YouTube steht an zweiter Stelle, dicht gefolgt von Instagram
- Snapchat ist mittlerweile beliebter als Facebook: Bei den meistgenutzten Social Media Apps liegt Snapchat an vierter Stelle vor Facebook

YOUTUBE, APPS & CO – DIE DIGITALE MEDIENNUTZUNG DURCH JUGENDLICHE

Kernaussagen aus den Befragungsergebnissen 2016

- 80% der Jugendlichen folgen ihren YouTube-Stars auch auf anderen Sozialen Medien; dabei ist Instagram die am häufigsten genutzte Plattform und kann im Vergleich zum Vorjahr einen Zuwachs von 15% verzeichnen
- Immer mehr YouTube-Nutzer bemerken Product Placement in den Videos; die Akzeptanz der bezahlten Produktplatzierungen wächst jedoch gegenüber dem Vorjahr
- Zuwachs gegenüber dem Vorjahr bei der mobilen Nutzung: Nahezu alle Befragten nutzen hauseigenes Datenvolumen auf dem Smartphone, um sich Videos anzuschauen; immer weniger nutzen den Laptop oder Computer

YOUTUBE, APPS & CO – DIE DIGITALE MEDIENNUTZUNG DURCH JUGENDLICHE

Kernaussagen aus den Befragungsergebnissen 2016

- 96% aller Befragten sind im Besitz eines Smartphones; davon nutzen über 70% Android als Betriebssystem; iOS relativ schwach
- Mehr als die Hälfte der Jugendlichen nutzen ausschließlich kostenlose Apps
- Am häufigsten werden die Kosten für eine App über Geschenk-Gutscheine gedeckt



YOUTUBE-NUTZUNG & APP-NUTZUNG

UMFRAGEERGEBNISSE

BEFRAGUNGSZEITRAUM: 03.03. - 07.03.2016

GESCHLECHT

	Fälle	Prozent
männlich	146	20
weiblich	581	80
Gesamt	727	100

ALTER

	Fälle	Prozent
10 bis 14 Jahre	266	36
15 bis 19 Jahre	461	64
Gesamt	727	100

MÜNCHEN, APRIL 2016

WE THINK POPULAR.

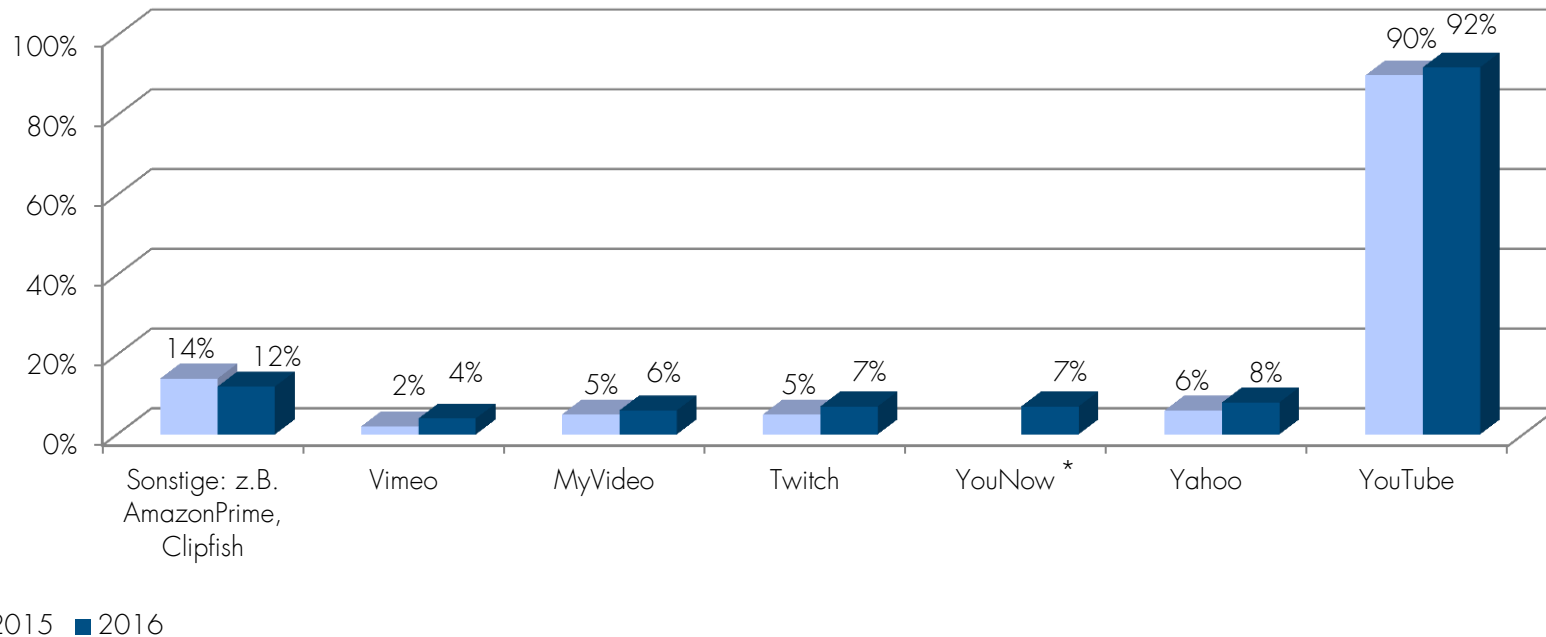


MEDIA GROUP

VIDEO-PLATTFORMEN

Live-Streaming-Dienst YouNow bereits drittstärkste Video-Plattform

Wie oft nutzt du diese Video-Plattformen?
Antwort: täglich + mind. 1 x pro Woche

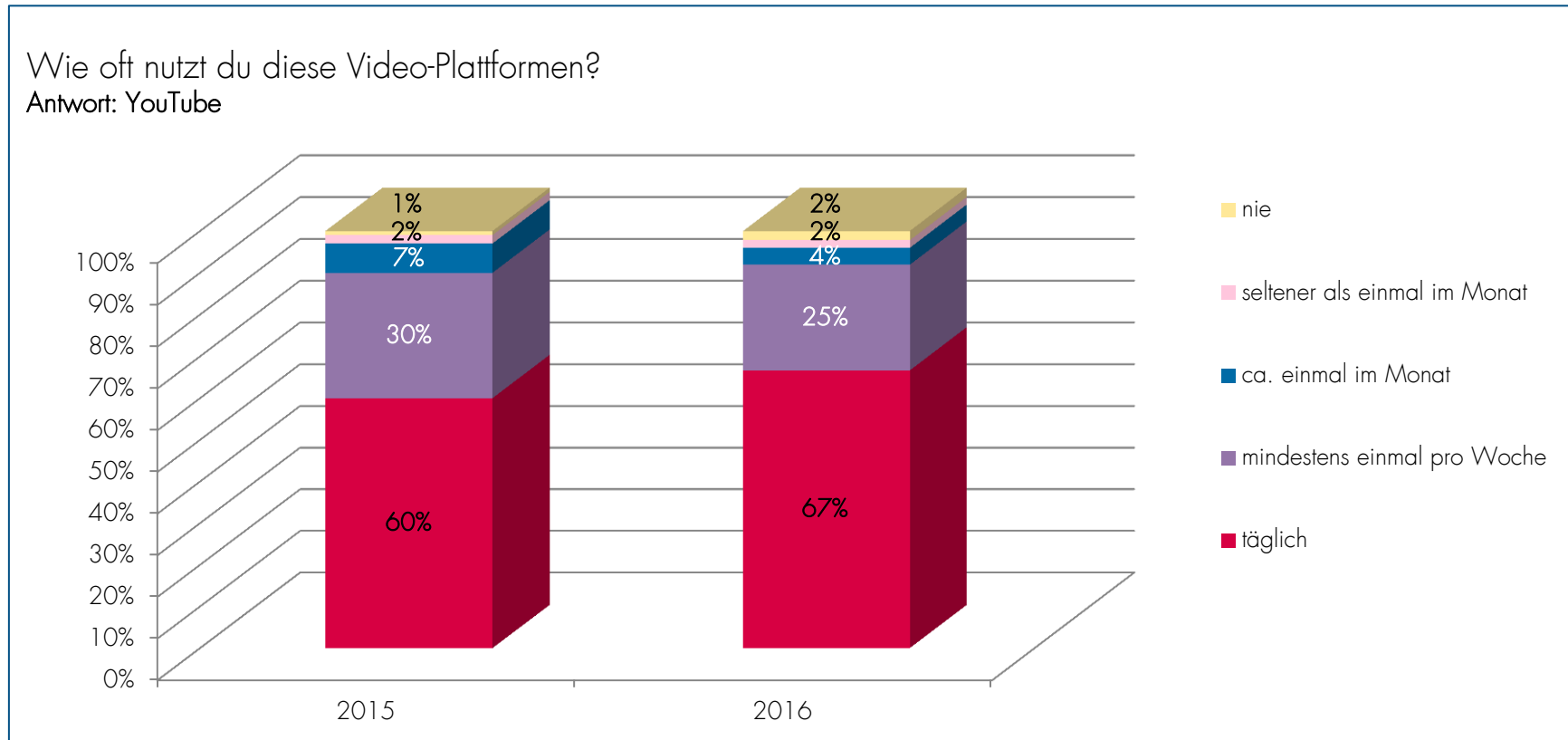


n 2015 = 514; n 2016 = 727

*in 2016 neu erhoben

YOUTUBE-NUTZUNG

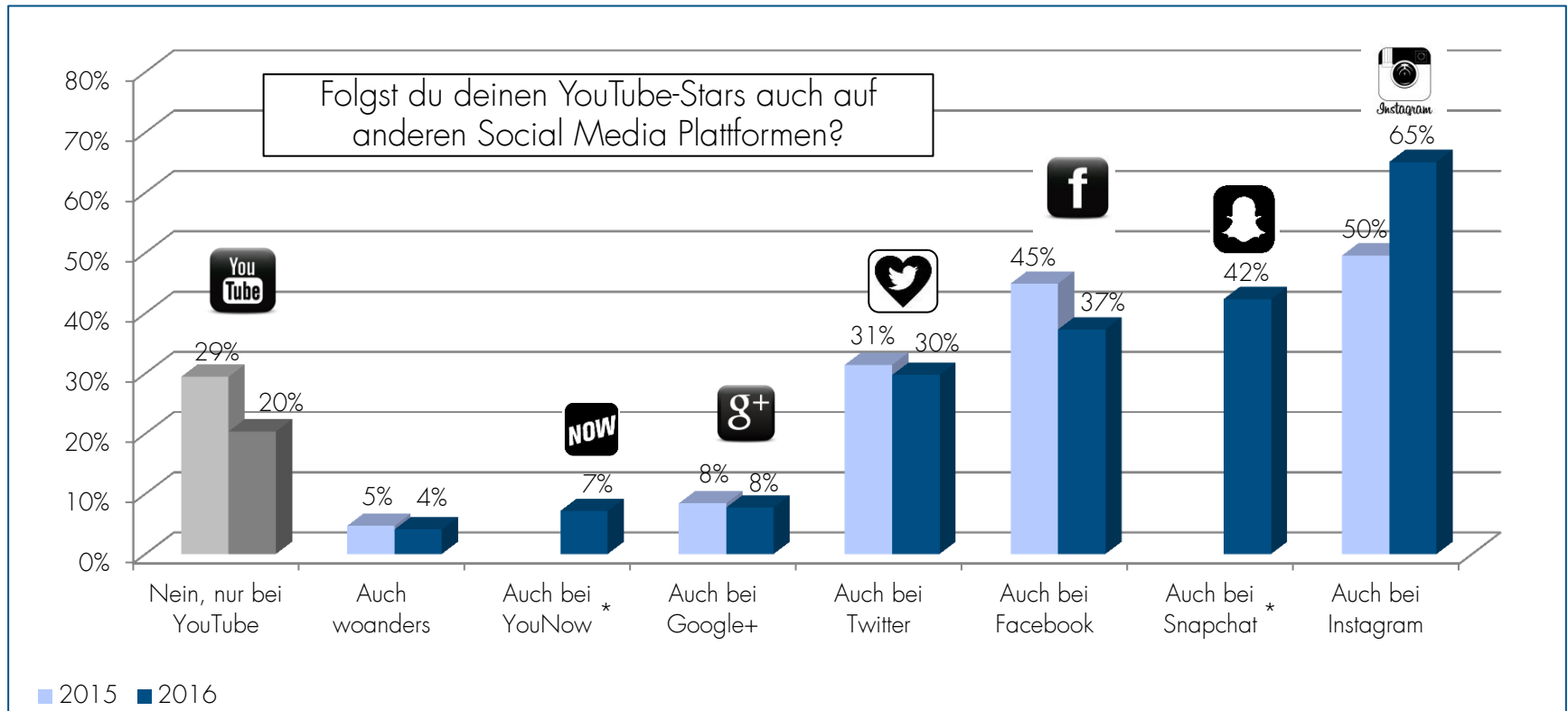
Die Nutzungsintensität von YouTube hat zugenommen



n 2015 = 514; n 2016 = 727

SOCIAL MEDIA-MIX

Die Bedeutung von Zweitkanälen der YouTuber hat zugenommen; Instagram ist der mit Abstand relevanteste Kanal

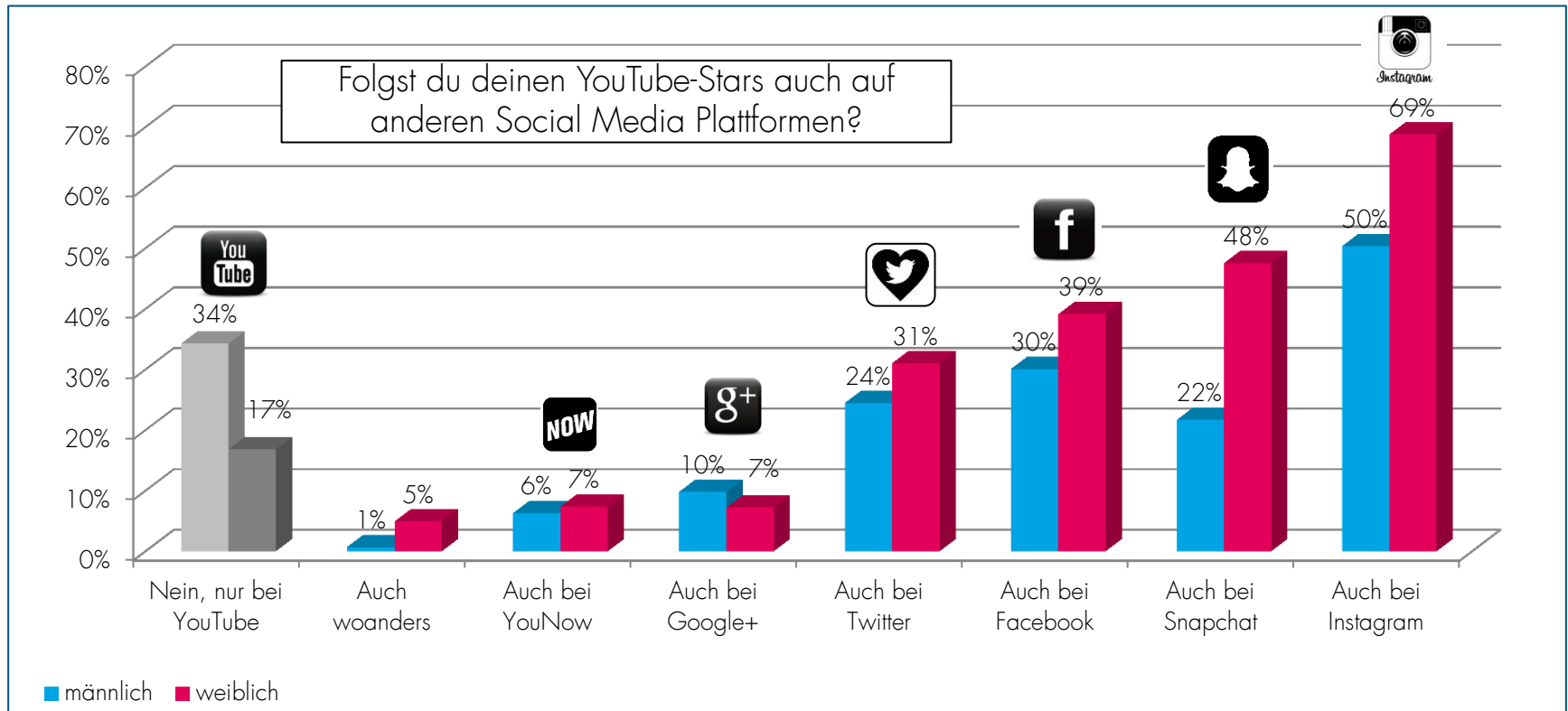


n 2015 = 452; n 2016 = 727

*in 2016 neu erhoben

SOCIAL MEDIA MIX

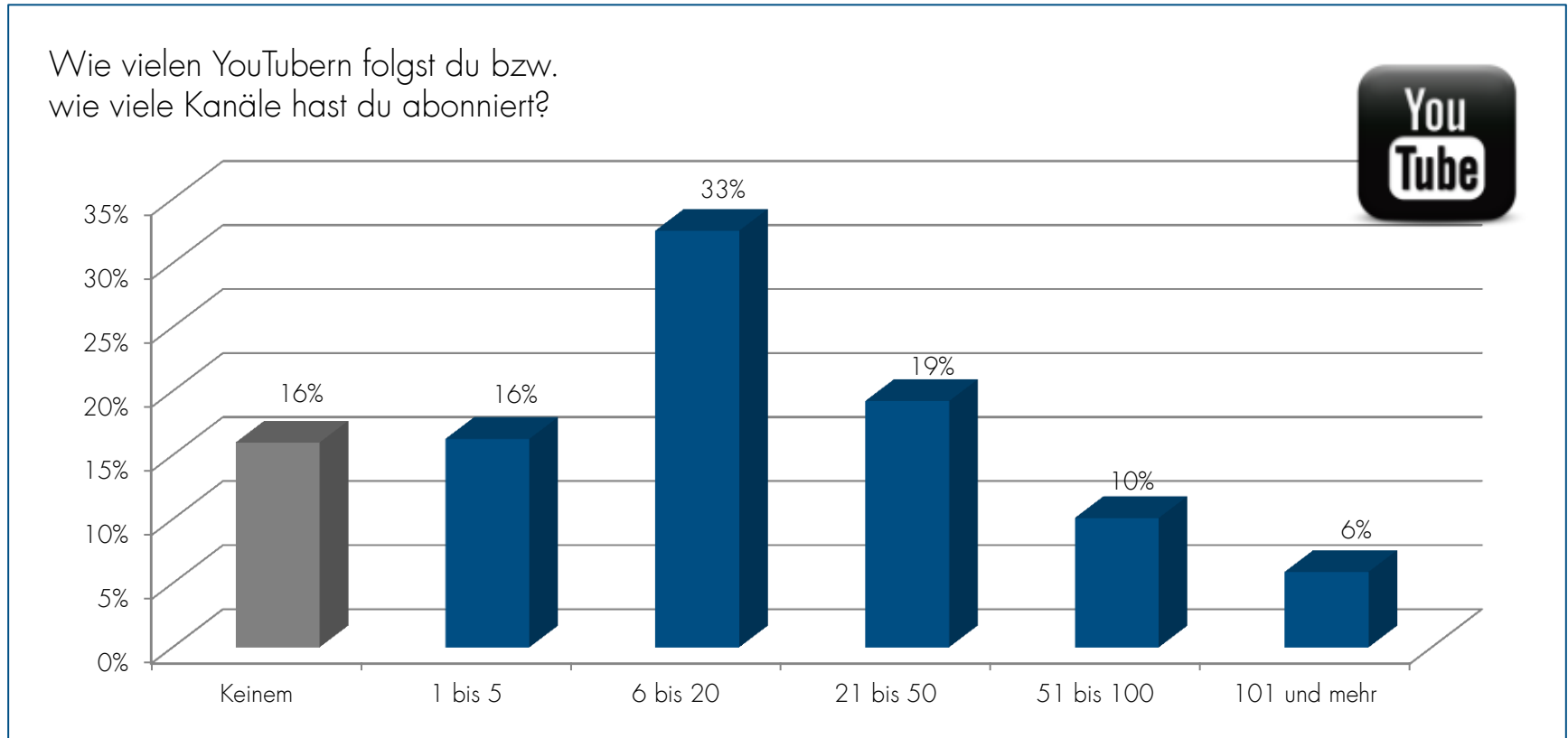
Mädchen nutzen generell mehr zusätzliche digitale Medienkanäle als Jungs, um über ihre YouTube-Stars auf dem Laufenden zu bleiben



n = 727

YOUTUBE: ANZAHL ABOS

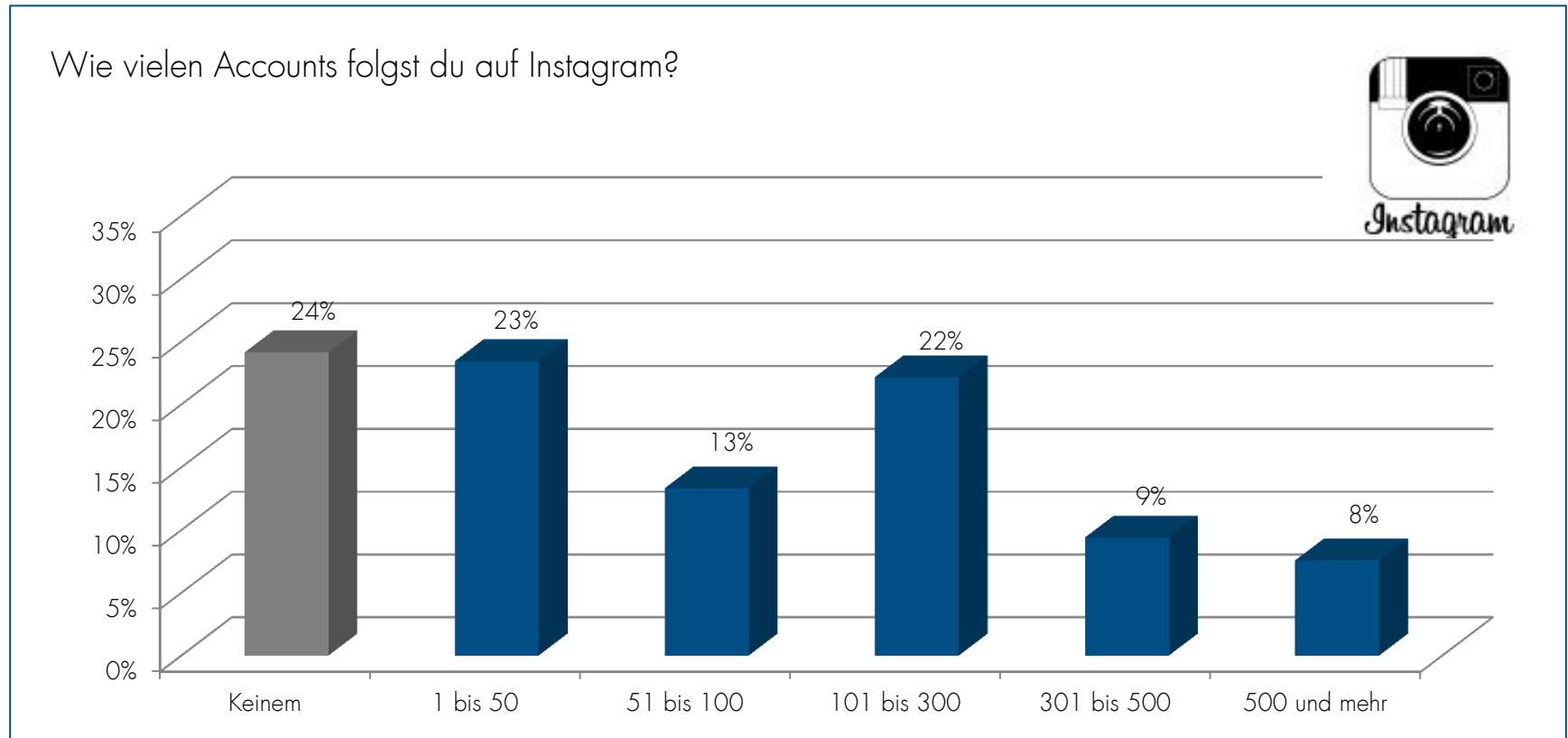
Zwei Drittel der jugendlichen YouTube-Nutzer haben mehr als fünf YouTube-Kanäle abonniert; 16% folgen sogar über 50 YouTubern



n = 727

INSTAGRAM: ANZAHL ACCOUNTS

Über die Hälfte der Jugendlichen hat mehr als 50 Accounts abonniert; jeder sechste Jugendliche folgt sogar 300 Accounts oder mehr



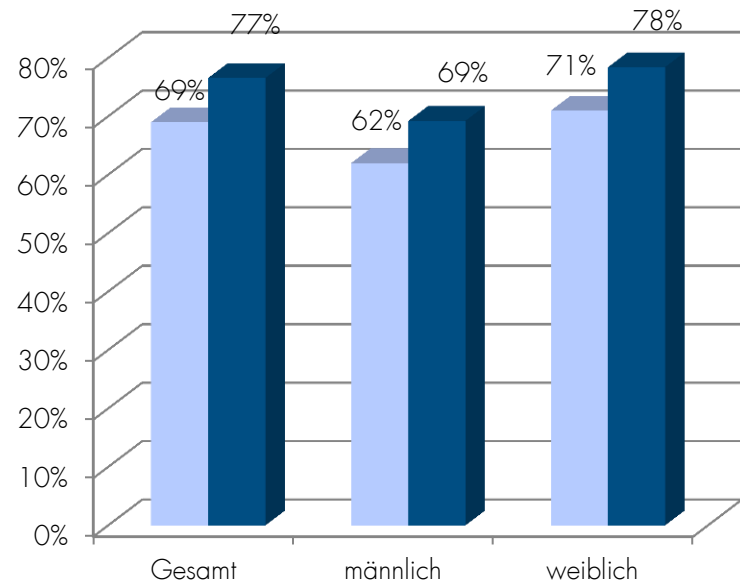
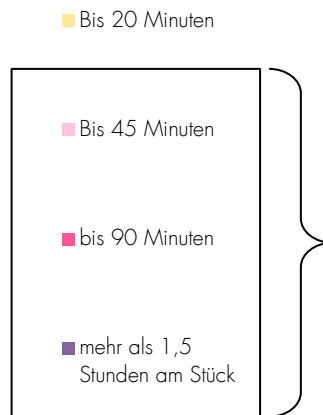
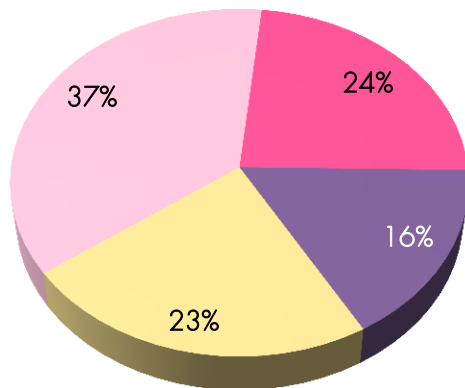
n = 727

VERWEILDAUER AUF YOUTUBE

Die Verweildauer auf YouTube hat tendenziell zugenommen

Wie viel Zeit verbringst du bei YouTube jeweils damit, dir Videos anzuschauen?

mindestens 20 Minuten YouTube Videos am Stück

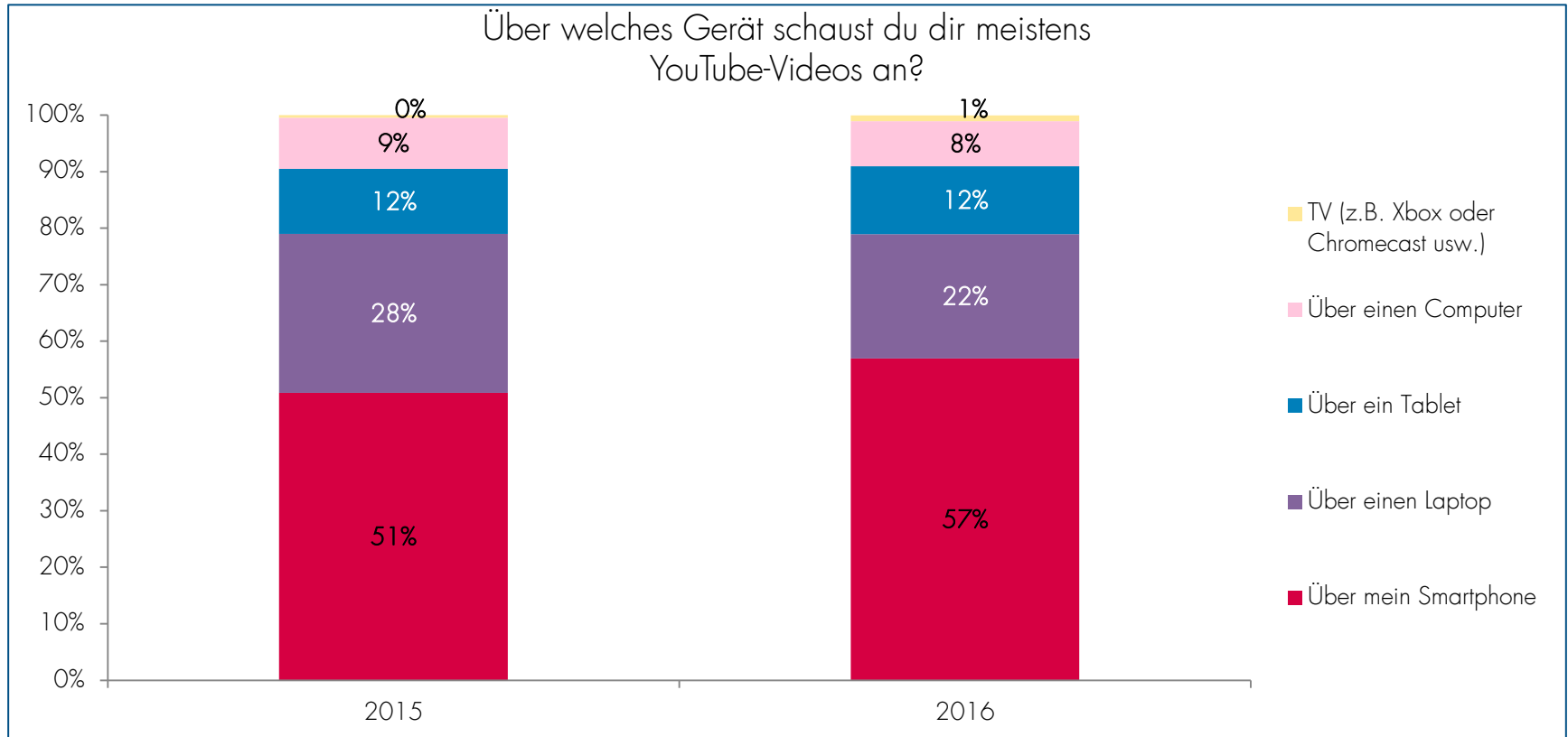


■ 2015 ■ 2016

n 2015 = 452; n 2016 = 727

ENDGERÄT

Die stärker gewordene Smartphone-Nutzung für YouTube-Videos geht zu Lasten des Laptops als Endgerät



n = 727

ORT DES KONSUMS

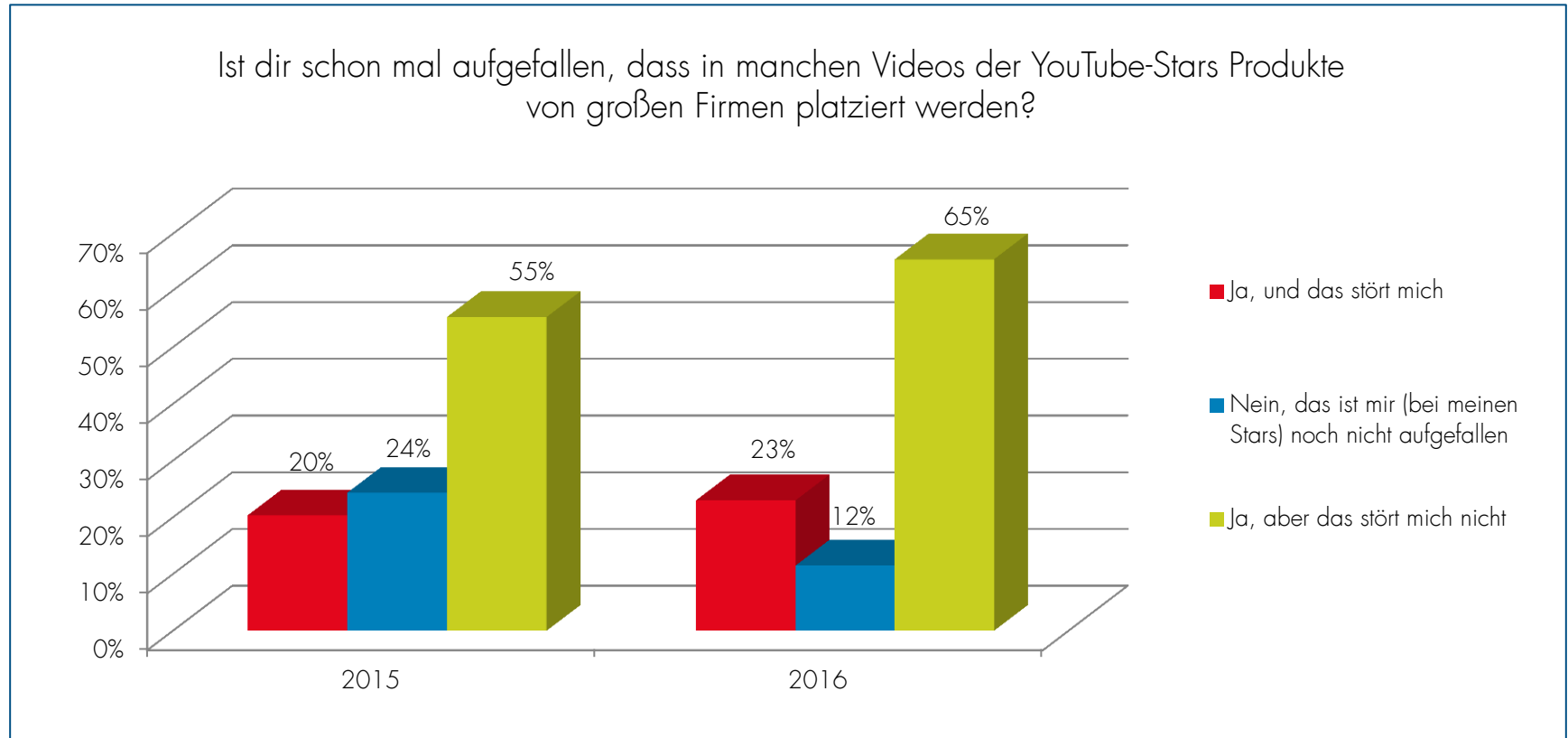
Zu Hause ist es am Schönsten (da gibt es auch umsonst WLAN):
Fast alle Jugendlichen schauen die Videos zu Hause



n = 727

PRODUKTPLATZIERUNG AUF YOUTUBE

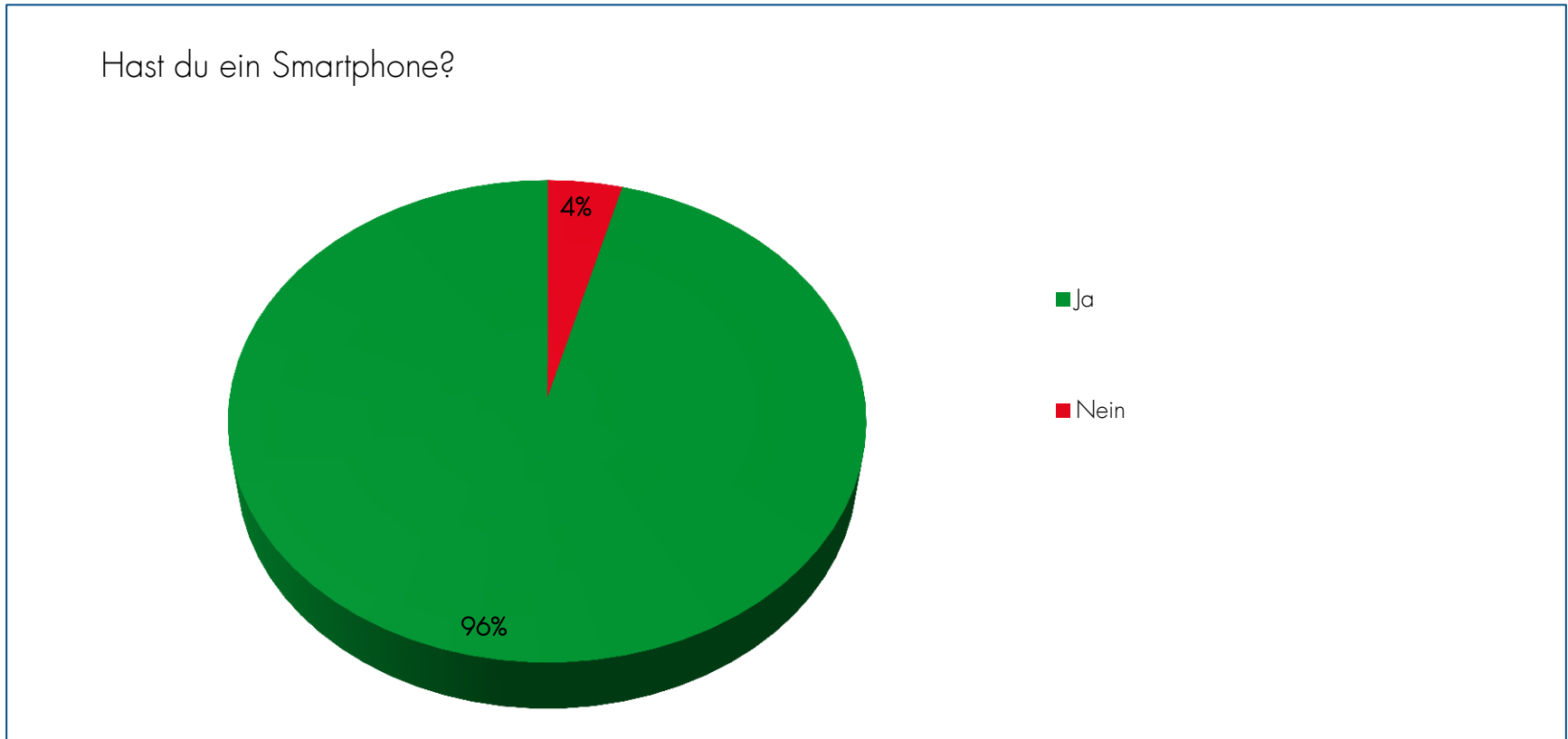
Die Akzeptanz von Product Placement hat zugenommen



n 2015 = 452; n 2016 = 727

SMARTPHONE BESITZ

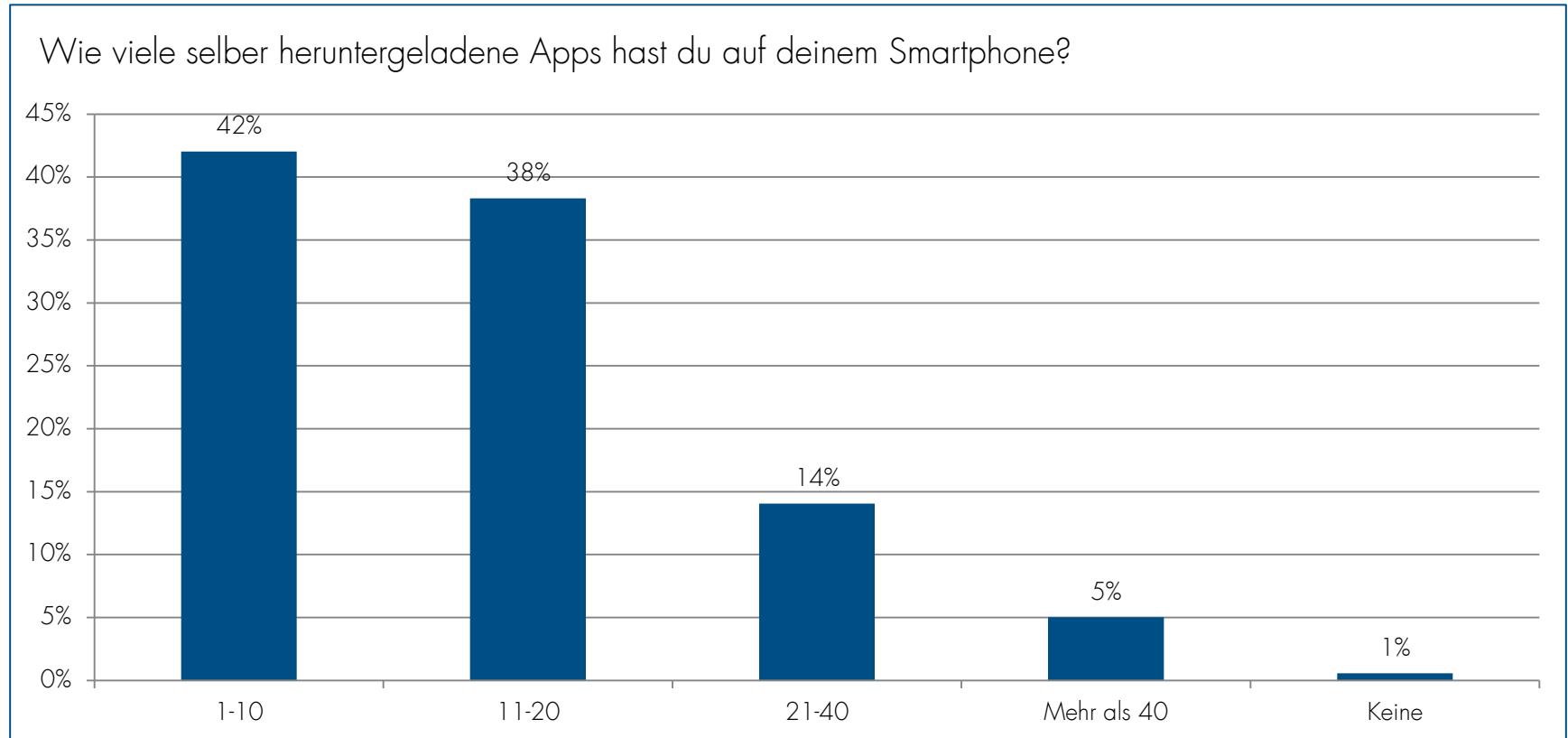
Hohe Abdeckung: 96% aller befragten Jugendlichen sind im Besitz eines Smartphones



n = 727

ANZAHL INSTALLIERTER APPS

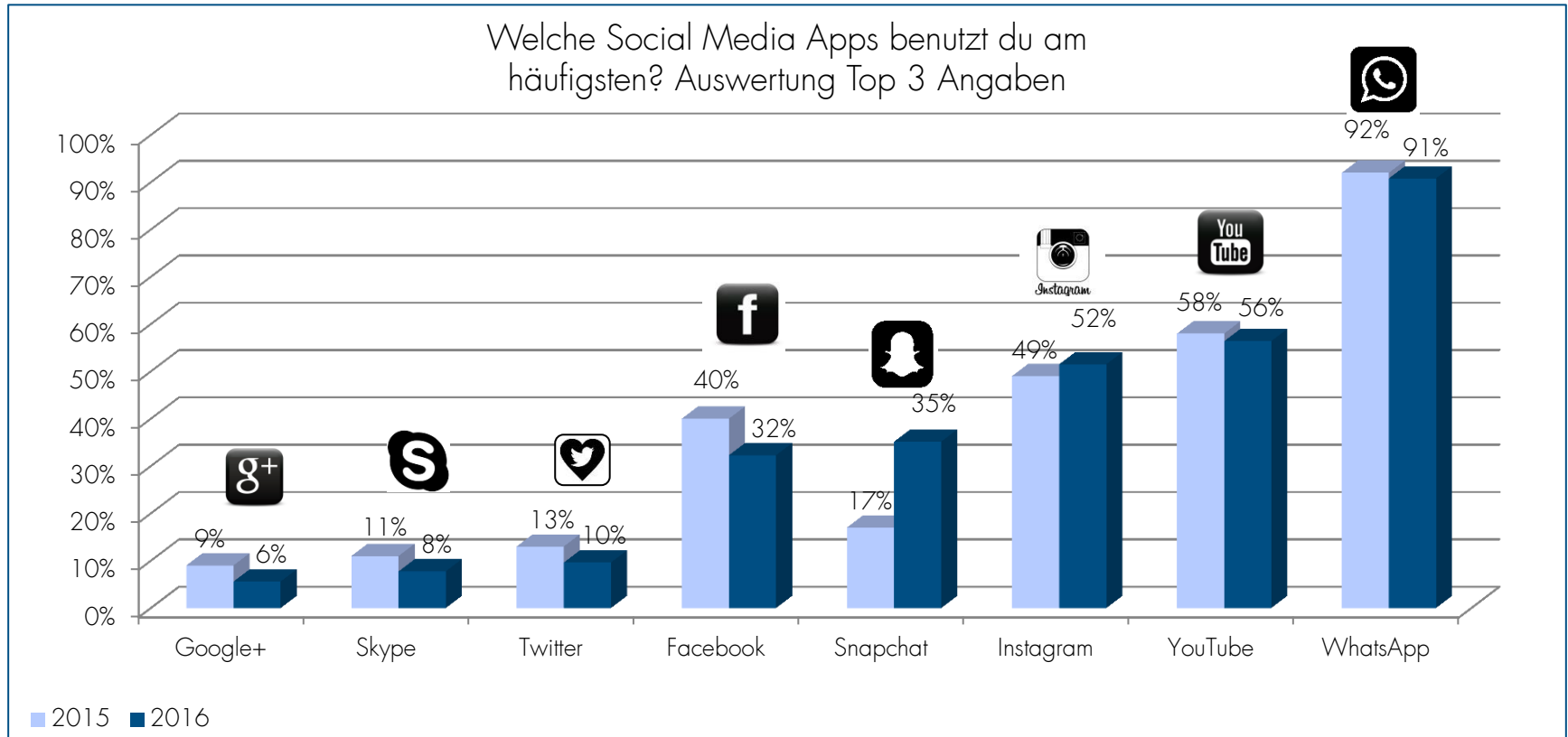
Über die Hälfte der Jugendlichen hat elf Apps oder mehr installiert; die Mehrheit der Jugendlichen beschränkt sich auf bis zu 20 Apps



n = 697

DIE BELIEBTESTEN SOCIAL MEDIA APPS

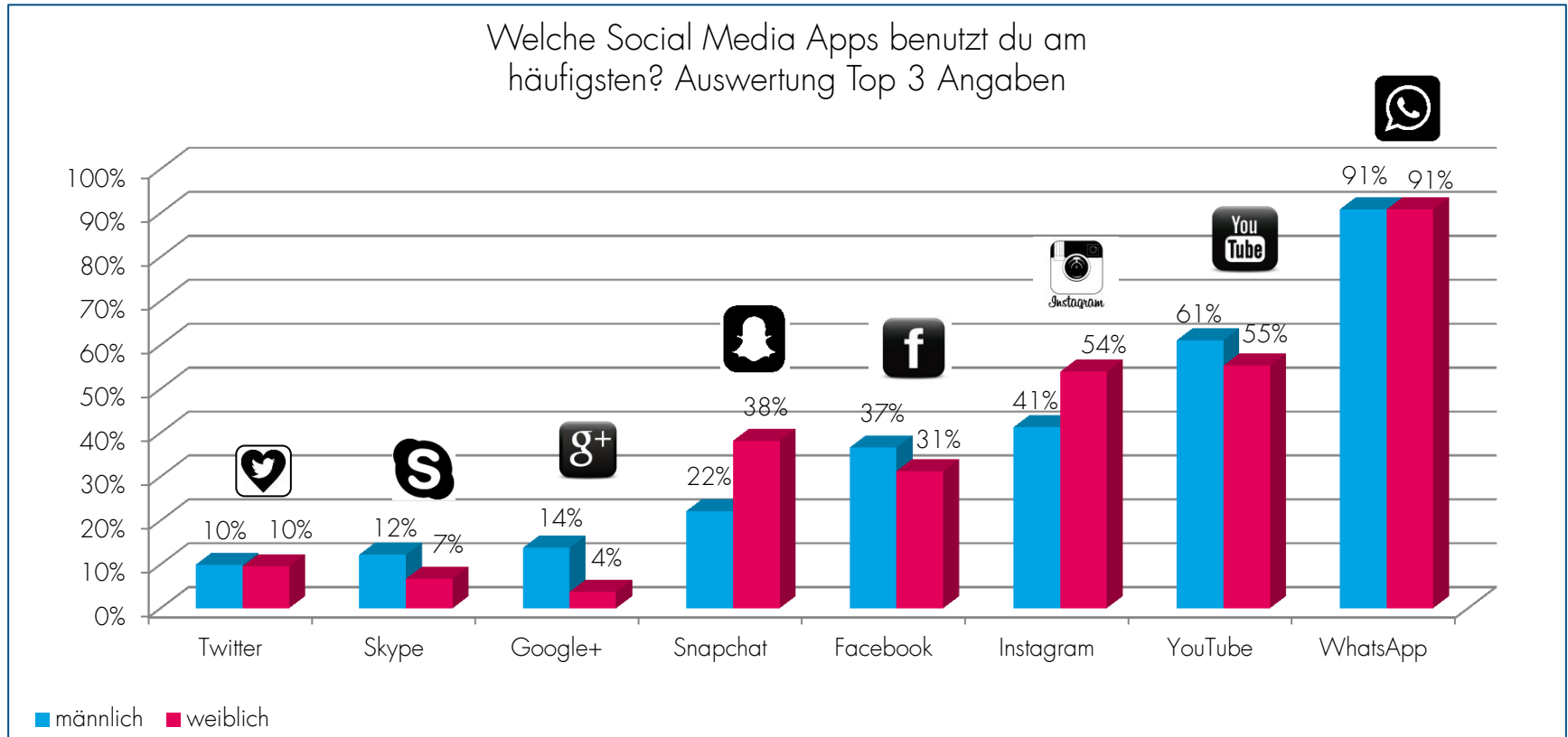
Snapchat hat Facebook in der Nutzung überholt



n 2015 = 652; n 2016 = 697

DIE BELIEBTESTEN SOCIAL MEDIA APPS

Bildlastigere Apps wie Snapchat oder Instagram werden deutlich intensiver von Mädchen genutzt



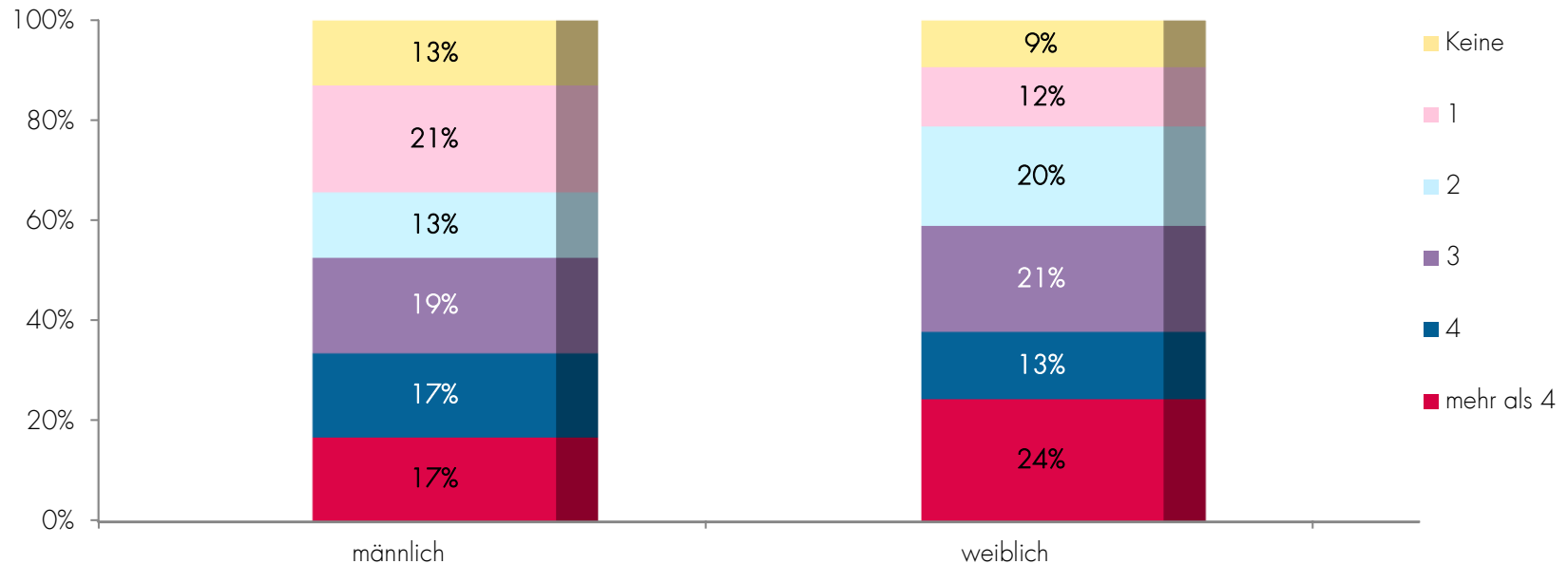
n = 697

SOCIAL MEDIA APPS

Mädchen haben deutlich mehr Social Media Apps auf ihrem Smartphone installiert als Jungs; drei Viertel aller Mädchen haben mindestens zwei Social Media Apps

Für welche Themen hast du mehrere Apps und wie viele?*

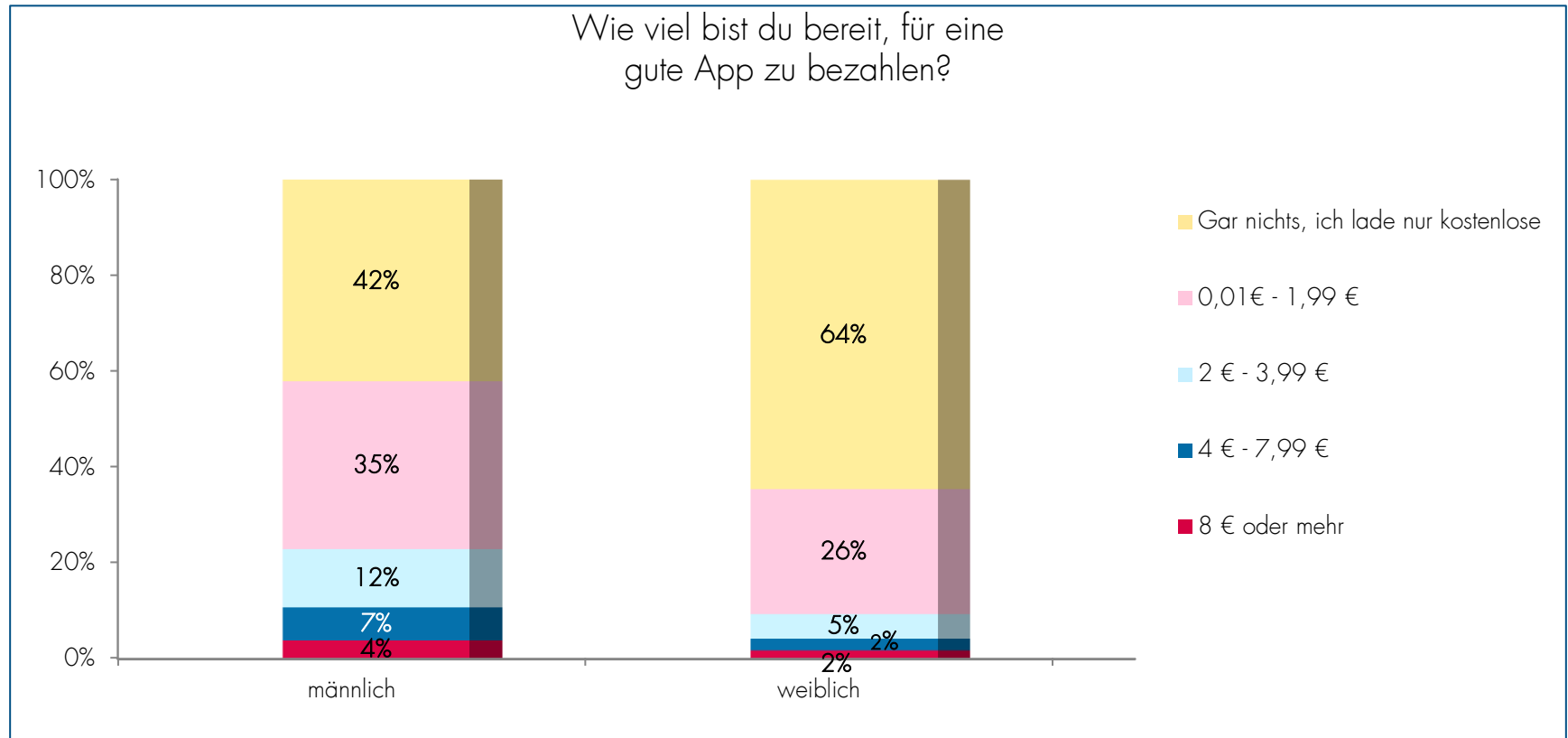
*Antwort: Social Media



n = 697

DOWNLOAD KOSTENPFLICHTIGER APPS

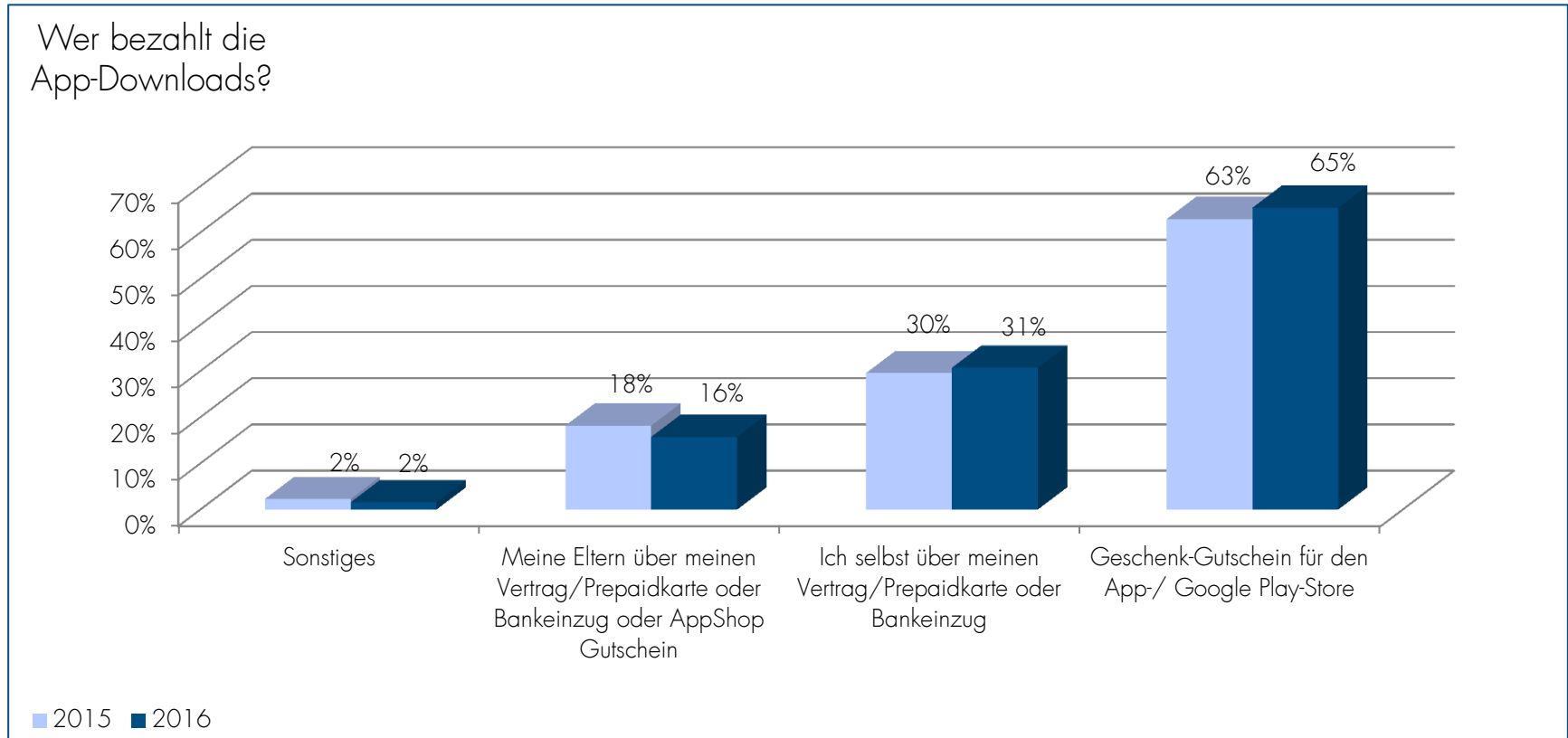
Deutlich höhere Zahlungsbereitschaft für App-Downloads bei Jungen



n = 697

BEZAHLUNG DER APP-DOWNLOADS

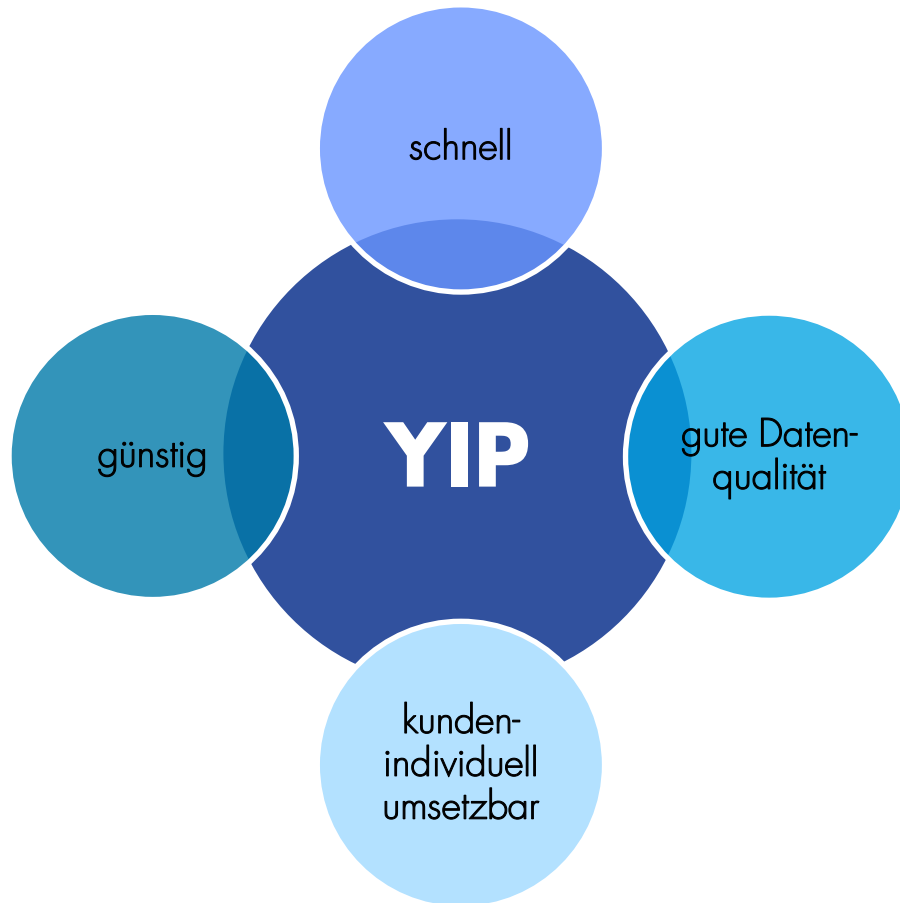
Geschenk-Gutscheine mit Abstand am beliebtesten: Nahezu keine Veränderung zum Vorjahr



n 2015= 132; n 2016= 127 (nur Smartphone-Besitzer die Geld für Apps ausgeben; Mehrfachantworten möglich)

YIP – YOUTH INSIGHT PANEL

NUTZEN SIE DIE JUGEND-KOMPETENZ VON EUROPAS GRÖßTER TEENAGER MULTIMEDIA-MARKE!



ANFRAGEN

BAUER ADVERTISING KG
VANESSA PALTEN-ROSSI
Anzeigenleitung Youth
T +49 40 30 19 3043
vanessa.palten-rossi@bauermedia.com

PRESSEKONTAKT

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
BAUER MEDIA GROUP
KATRIN HIENZSCH
PR-Referentin Marken
T + 49 40 30 19 10 28
katrin.hienzsch@bauermedia.com

**WE THINK
POPULAR.**



MEDIA GROUP