

## HubSpot-Studie: YouTube ist wichtigste Video-Plattform

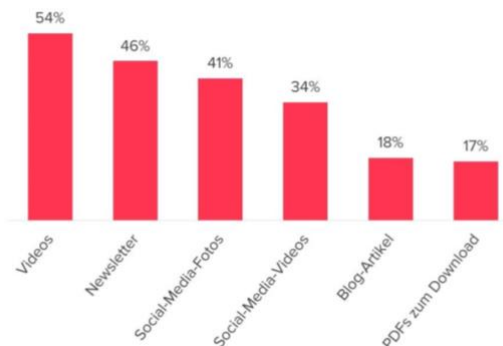
Nachfrage nach Videos wächst ungebrochen | Unternehmen punkten mit audiovisuellen Inhalten | Unterhaltsame Videos kommen auf sozialen Netzwerken am besten an

Berlin, 14. Februar 2018 – Der Report „The Future of Content Marketing“ von [HubSpot](#) offenbart die Vorlieben der Verbraucher für Videoinhalte. Demnach ist das Verlangen nach Videos im Vergleich zum Vorjahr noch weiter gestiegen, und Verbraucher konsumieren Videos am häufigsten über soziale Netzwerke, allen voran YouTube, die deutlich vor Streaming-Diensten wie Netflix und Amazon Video liegen.

### Nachfrage nach Video-Content nimmt weiter zu

Die Bedeutung von Videoinhalten nimmt online weiter zu, das zeigt eine aktuelle Studie von HubSpot, Anbieter einer All-in-one-Plattform für Marketing, Vertrieb und Kundenservice. 71% der internationalen Umfrageteilnehmer gaben an, dass sie online mehr Videos konsumieren als noch vor einem Jahr. Gleichzeitig wächst das Verlangen nach Videoinhalten weiter. 53% der Befragten gaben an, dass Sie sich mehr Videoinhalte wünschen. Diese liegen mit 53% noch vor Formaten wie Nachrichtenartikeln (46%) und Social-Media-Posts (44%). Das Verlangen nach audiovisuellen Inhalten ist damit im Vorjahresvergleich um zehn Prozentpunkte gestiegen. Das betrifft vor allem jüngere Verbraucher zwischen 18 und 24 Jahren: Von Ihnen wünschen sich rund zwei Drittel (65%) noch mehr Videos. Und auch wenn es um Inhalte von Unternehmen geht, wollen mehr als die Hälfte (54%) aller Befragten Videos im Allgemeinen und 34% vor allem Social-Media-Videos sehen.

Welche Art von Online-Inhalten möchten Sie von einem Unternehmen sehen?

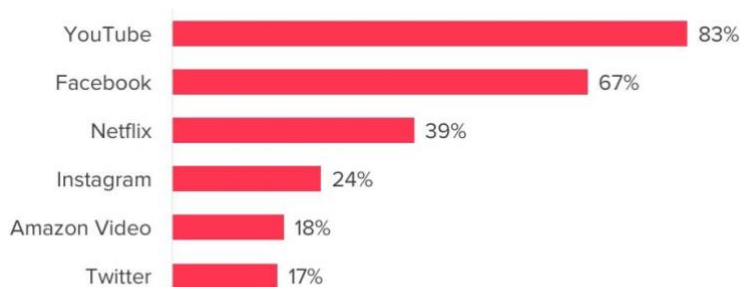


Basis: 3.010 Verbraucher aus Deutschland, den USA, Kolumbien und Mexiko  
Quelle: The Future of Content Marketing 2017

## YouTube ist wichtigstes Portal für Video-Konsum

Um Videos zu konsumieren, nutzen Verbraucher Online-Portale und Streaming-Dienste. Unter diesen führt die Video-Plattform YouTube mit 83% das Wettbewerbsfeld deutlich an. Facebook rangiert auf Platz zwei mit 67%. In Deutschland ist der Abstand zwischen beiden Plattformen mit 80% zu 51% noch deutlicher. Diese Erkenntnis ist für Unternehmen besonders aufschlussreich, weil Facebook für 51% und YouTube für 47% der Umfrageteilnehmer zugleich die wichtigsten Inspirationsquellen für neue Trends, Produkte und Services sind. Erst an dritter Position der beliebtesten Video-Portale folgt im internationalen Vergleich der Streaming-Dienst Netflix (39%), auf den mehr als doppelt so viele Prozentpunkte entfallen wie auf Amazon Video (18%). Aber in Deutschland sieht das anders aus: Hier liegt Amazon Video mit 21% auf dem dritten Platz vor Netflix mit 18%.

### Auf welchem Kanal schauen Sie Online-Videos?

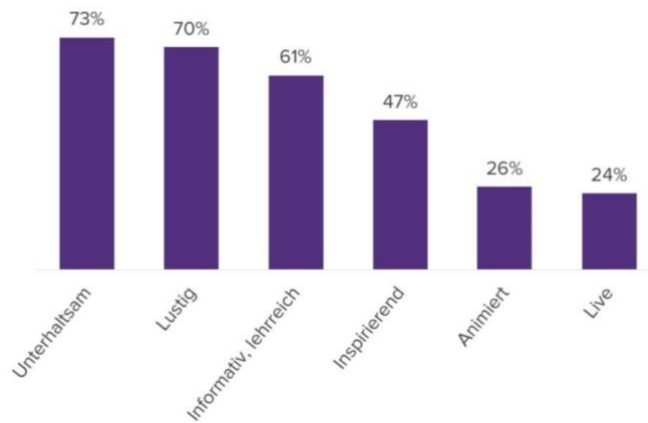


Basis: 3.010 Verbraucher aus Deutschland, den USA, Kolumbien und Mexiko  
Quelle: The Future of Content Marketing 2017

## Unterhaltsame und lustige Videos kommen in sozialen Netzwerken am besten an

Die Umfrageteilnehmer gaben außerdem an, dass sie in den sozialen Netzwerken am liebsten unterhaltsame (73%) und lustige (70%) Videos schauen, gefolgt von informativen (61%) und inspirierenden (47%) Inhalten. Animierte (26%) Videos oder Live-Übertragungen (24%) nimmt nur rund ein Viertel der Befragten mit Begeisterung auf.

## Welche Art von Social-Media-Videos gefallen Ihnen am besten?



Basis: 3.010 Verbraucher aus Deutschland, den USA, Kolumbien und Mexiko  
Quelle: The Future of Content Marketing 2017

„Unternehmen sollten auf die Vorliebe von Verbrauchern für Videos reagieren und sie in ihrer Kommunikationsstrategie berücksichtigen. Für audiovisuelle Inhalte gibt es zahlreiche sinnvolle Einsatzgebiete: von kurzweiligen Imagefilmen über Produktdemos für den Vertrieb bis hin zu Erklärvideos zur Unterstützung des Kundenservice. Wichtig ist, dass Unternehmen ermitteln, welche individuellen Wünsche ihre eigene Zielgruppe hat, damit sie die richtigen Inhalte auf der geeignetsten Plattform teilen können. Jetzt ist es an der Zeit, die Mitarbeiter mit den entsprechenden Kompetenzen auszustatten und in vorausschauendes Marketing zu investieren.“ INKEN KUHLMANN, SENIOR MANAGER GROWING MARKETS, HUBSPOT

### Gute Videos schaffen Bindung zum Unternehmen

Darüber hinaus teilten 81% der Befragten mit, dass sie kürzere Videos bevorzugen. Während Inhalte, die offensichtlich Werbezwecken dienen, von 77% abgelehnt werden, animieren „coole“ Videos 66% der Verbraucher sogar dazu, nach weiteren Inhalten des jeweiligen Anbieters zu suchen. Damit steigt die Chance, dass sich die Verbraucher merken, wer der Autor bzw. die Quelle eines Videos war. Ferner nimmt der Trend zu, Videos auf dem Smartphone anzusehen: 64% der Befragten nutzen ihr mobiles Gerät heute häufiger dafür als noch vor einem Jahr.

## Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu und welchen nicht?



Basis: 3.010 Verbraucher aus Deutschland, den USA, Kolumbien und Mexiko  
Quelle: The Future of Content Marketing 2017

Für den Report „The Future of Content Marketing“ wurden 3.010 Verbraucher zu je einem Drittel aus Deutschland, den USA und Lateinamerika (Kolumbien und Mexiko) zu ihren Online-Gewohnheiten befragt. Es gab ein ausgewogenes Verhältnis, was die Geschlechter und die Verteilung auf die Altersgruppen von 18 bis 55 Jahren angeht.

Die vollständige Studie mit zahlreichen Informationen zu länderspezifischen Unterschieden und verschiedenen Altersgruppen kann über den [Pressekontakt](#) angefordert werden und ist [online abrufbar](#).

### Über HubSpot

HubSpot ist eine führende All-in-one-Plattform für Inbound-Marketing, Sales, CRM und Kundenservice. Seit 2006 revolutioniert HubSpot mit der Inbound-Methodik die Welt der Kundenansprache. Inzwischen nutzen über 37.000 Kunden aus mehr als 90 Ländern HubSpots preisgekrönte Software, Service und Support, um die Art und Weise, wie sie mit ihren Kunden interagieren, zu optimieren. Die All-in-one-Plattform basiert auf einem leistungsstarken kostenlosen CRM und umfasst außerdem ein Marketing Hub, ein Sales Hub und ein Customer Hub. Damit verfügen Unternehmen über alle Tools, die sie von der Bekanntheitssteigerung bis zur Fürsprache des Kunden brauchen. Alle Lösungen lassen sich schnell und einfach aus der Cloud integrieren. HubSpot wurde von Glassdoor, Fortune, The Boston Globe und dem Boston Business Journal zu einem Top-Arbeitgeber gekürt. Das Unternehmen hat seinen Firmensitz in Cambridge, Massachusetts, USA, und ist mit Büros in Singapur, Dublin, Berlin, Sydney, Tokio und Portsmouth, New Hampshire, USA, weltweit vertreten. Erfahren Sie mehr auf [Facebook](#), [Twitter](#), im [Blog](#) oder unter [hubspot.de](#).

### Pressekontakt

PSM&W Kommunikation  
Aline Stang  
Clemensstraße 10  
60487 Frankfurt am Main  
Deutschland  
Telefon: +49 69 970705-12  
E-Mail: [hubspot@psmw.de](mailto:hubspot@psmw.de)