

SO WERDEN VIDEO-SITES IN DER SCHWEIZ GENUTZT

Auch 2021 hat Goldbach basierend auf dem von Dentsu Aegis weltweit durchgeführten M1 Panel Survey (ehemals «Consumer Connections Study») eine Nachbefragung in Auftrag gegeben. Die M1-Panel-Studie ist eine proprietäre Studie, die von Dentsu in über 60 Märkten durchgeführt wird. Sie ist global konsistent und gleichzeitig lokal relevant und repräsentativ für jeden Markt.

Über 1400 Personen aus der Deutsch- und Westschweiz im Alter von 15 bis 64 Jahren wurden zur Nutzung von verschiedenen Websites befragt. Damit stehen für die Mediengattung Online repräsentative Forschungsergebnisse zur Verfügung, basierend auf gewichteten Daten und einer hohen Fallzahl, was einen direkten Vergleich der Netzwerke verschiedener Medienhäuser ermöglicht. Im Folgenden haben wir die wichtigsten Ergebnisse für Sie zusammengestellt.

Key Messages

- Die Reichweite des Goldbach Video Network wächst, punktet im Konkurrenzvergleich und erreicht ein breites Publikum
- Das Goldbach Video Network vereint allerlei Interessen und erreicht mit der Themenwelt «Best of News» den Grossteil der Schweizer Bevölkerung
- Die Websites des Goldbach Video Network werden als glaubwürdig erachtet
- Eine Kombi mit GVN bringt zusätzliche Reichweite, auch crossmedial

1. Reichweite

Im Vergleich mit YouTube, dem Admeira Digital Network, Netflix sowie den Social-Media-Kanälen Instagram, Facebook und TikTok oder dem NZZ Video Network erreicht das

Goldbach Video Network (GVN) monatlich die meisten Personen: So nutzen rund 97% der 15- bis 49-jährigen Deutsch- und Westschweizer das GVN monatlich.

2. Jugendliche Nutzerinnen und Nutzer

Das GVN weist innerhalb aller Altersklassen eine hohe Reichweite auf. Die Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen nutzt dabei das GVN am stärksten (98%).

3. Positionierung

Vergleicht man die Positionierung der verschiedenen Video-Netzwerke, bestätigt sich die Reichweite über alle Altersklassen und Geschlechter nochmals. Während andere Netzwerke spezifischere Publika aufweisen, lässt sich mit dem GVN eine breit gefächerte Zielgruppe erreichen.

4. Affinität zu Userinteressen

Obwohl sich mit dem GVN ein breites Publikum erreichen lässt, weisen die einzelnen Netzwerke zu allerlei spezifischen Interessen hohe Affinitäten auf.

Betrachtet man die Umfeldler, erreicht die Themenwelt «Best of News» mit 92% der 15-49-jährigen Schweizer Bevölkerung die meisten User monatlich. Auch in allen anderen Altersgruppen stehen die News-Umfelder an der Spitze.

5. Glaubwürdigkeit der Sites

Im Vergleich zu den bekanntesten Social-Media-Plattformen, wird das GVN als besonders glaubwürdig wahrgenommen, womit sich das GVN besonders gut für Werbeplatzierungen eignet.

6. Zusätzliche Reichweite durch Kombinationen von Sites

Während das GVN gesamtschweizerisch von 97% der 15-49-jährigen Bevölkerung monatlich genutzt wird, verzeichnet YouTube 88% Reichweite. 86% der Bevölkerung nutzen beide Netzwerke. In Kombination mit YouTube erzeugt das GVN somit 11% zusätzliche Reichweite.

Auch als crossmediale Verlängerung von Kampagnen verhilft das GVN zu mehr Reichweite. In Kombination mit Goldbach-TV beispielsweise, bringt das GVN bei den 15-49-Jährigen eine zusätzliche monatliche Reichweite von 15%.

Möchten Sie erfahren, wie Sie Video-Netzwerke am besten für Ihre Werbekampagne einsetzen?

Gerne informieren wir Sie über die vielfältigen Möglichkeiten der Onlinewerbung. Sanja Ruggiero, Director Sales Management bei Goldbach Audience, steht Ihnen gerne zur Verfügung (sanja.ruggiero@goldbach.com, +41 44 914 92 59).