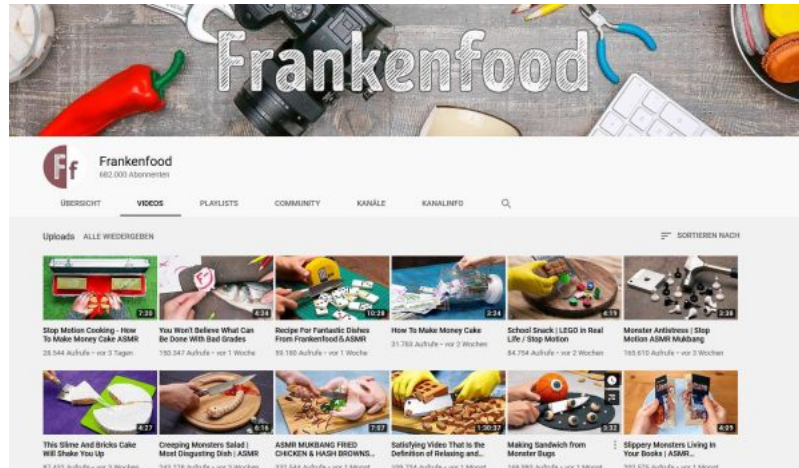


ASMR-Videos boomen auf YouTube durch Corona

26.05.2020, 11:41 | Freizeit, Bunt, Vermischtes

Pressemitteilung von: *sugarandspice communications*

Presseagentur: *MBC Isarrauschen*



Frankenfood bietet vielen YouTube-Zuschauern Entspannung und gute Unterhaltung.

München, 26. Mai 2020: Mehr als ein Fünftel der Weltbevölkerung ist oder war im globalen Kampf gegen COVID-19 von divers gestalteten häuslichen Beschränkungen betroffen. Eine Folge davon: Millionen von Menschen strömen ins Web und gönnen sich eine Entspannungspause von den unliebsamen Nachrichten. So hat etwa „Frankenfood“, der ASMR- und Stop-Motion-Kanal von YouTube, von Februar bis März global einen 83-prozentigen Anstieg bei den Views verzeichnet. Doch es zeigen sich signifikante kulturelle Unterschiede.

ASMR steht für „Autonomous Sensory Meridian Response“. Damit wird ein Gefühl des Wohlbefindens definiert, das als Reaktion auf einen bestimmten Reiz oft ein bestimmtes Geräusch hervorgerufen wird – vergleichbar mit einem wohligen Schauer, nur länger anhaltend; ASMR-Videos wiederum fördern die Entspannung der Zuseher über entsprechende Stimuli. Eben solche Reize vermitteln die Inhalte den Zuschauern auf dem YouTube-Kanal Frankenfood, der eine Art (nicht ernst gemeinte) Kochsendung mit Alltagsgegenständen ist: Frankenfood zeigt über Stop-Motion-ASMR wie aus Schwämmen, Geld, Turnschuhen, Garn, Würfeln usw. „Gerichte“ zubereitet werden. Das Publikum soll dabei unterhalten und eben gleichermaßen entspannt werden.

Der Channel ist Eigentum des unabhängigen Digitalstudios TheSoul Publishing, dem fünftgrößten globalen Medienunternehmen auf Facebook und YouTube. Und die Zahl der Seitenaufrufe ist in Folge der Corona-Krise regelrecht explodiert: Verzeichnete der YouTube-Kanal im Februar 2020 noch etwas mehr als drei Millionen Zugriffe, sind diese bis Ende März auf 59,9 Millionen gestiegen; mit Blick auf die weltweiten Zahlen muten die Zugriffe aus Deutschland mit 0,2 Prozent niedrig an, bewegen sich aber dennoch im Millionenbereich. Victor Potrel, Vizepräsident für Plattformpartnerschaften bei TheSoul Publishing, gibt weitere Einblicke in die kulturellen Unterschiede: „Das beliebteste Video von Frankenfood ist ‚Sushi aus Insekten und verdorbenem Fisch‘. Es wurde allein im März erstaunliche 50,1 Millionen Mal aufgerufen. In Deutschland ist der Kanal ‚Sonnenseite‘ sehr beliebt, mit etwa zehn Millionen Zugriffen im März.“

Die Menschen sehnen sich in der Krise nach Unterhaltung

Potrel fährt fort: „Während einer Zeit, die viele als stressig und bedrückend empfinden, haben wir eine neue Nutzergruppe unserer Kanäle erkannt. Die Menschen wünschen sich nach einem langen Tag nach Ablenkung und einer Zuflucht für die Seele. Auch wenn unsere Videos nicht zur Nachahmung gedacht sind: Wenn wir den Menschen mit

einem entspannenden und unterhaltsamen Video helfen können, bedeutet das unserem Team Publishing sehr viel.“

Offenbar kommen die Videos des Frankenfood-Kanals besonders bei jüngeren Zuseherinnen und Zusehern gut an, wie YouTube-Statistiken zeigen: Fast die Hälfte (47 Prozent) der Zuschauer sind zwischen 25 und 34 Jahre alt. Dabei stammen 84 Prozent des Verkehrs von empfohlenen Videos. Auch führen viele Ansichten über die Suche nach dem ASMR-Hashtag zu Frankenfood, das vor allem in Asien und Indien beliebt ist.

Zu den Top 10 der Frankenfood-Videos gehören:

1. Sushi aus Insekten und verdorbenem Fisch: <https://www.youtube.com/watch?v=5-VG9FKxEo4>
2. Quesadilla mit einer Würfelmischung: <https://www.youtube.com/watch?v=s65cpQHkKkM>
3. Wie man ein Telefon brät und Geldstapel bildet: <https://www.youtube.com/watch?v=x4JBLLul2LM>
4. Süße LEGO Donuts: <https://www.youtube.com/watch?v=L0ENmlbs3F0>
5. Kartenpizza und glasierte Biskuit-Donuts: <https://www.youtube.com/watch?v=4ImxgveTCcE>
6. LEGO blockiert Katastrophe: <https://www.youtube.com/watch?v=EqIZk5B0VQA>
7. Geldtorte mit Goldbarren: <https://www.youtube.com/watch?v=-7IUayDvuUU>
8. Wie man LEGO-Sushi kocht: <https://www.youtube.com/watch?v=edJgzBH-jjQ>
9. Experiment | Mentos vs. Coca-Cola: <https://www.youtube.com/watch?v=JamkBf67oQc>
10. Geben Sie Ihr ganzes Geld für Münzpizza aus: <https://www.youtube.com/watch?v=rcC4pMljXWQ>

ASMR – ein alter Trend neu belebt

Dabei sind ASMR-Videos selbst kein neuer Trend: Bereits vor rund zehn Jahren begann eine erste Welle solcher Videos, sich auf YouTube zu verbreiten – teils auch damals bereits mit millionenfachen Klicks. Vorreiter waren bereits damals der angloamerikanische Sprachraum sowie Japan. Bisweilen werden entsprechende ASMR-Trigger empfohlen, um zum Beispiel beim Einschlafen zu unterstützen. Auch wird seriöse wissenschaftliche Forschung zu diesem Phänomen betrieben, die bereits die Wirksamkeit nachweisen konnte.

Weiterer Link

ASMR-Forschung: <https://www.spektrum.de/news/was-asmr-videos-wirklich-bringen/1635174>

Portrait

Über TheSoul Publishing

TheSoul Publishing ist eines der führenden Digitalstudios. Bekannt wurde das Unternehmen für unterhaltsame, informative und originelle Inhalte, die ein globales Publikum ansprechen. TheSoul Publishing gehört zu den beliebtesten Online-Medienunternehmen der Welt und erreicht Hunderte Millionen Facebook-Follower und YouTube-Abonnenten. Unser Kreativteam ist rund um den gesamten Globus verteilt und entwickelt jeden Tag besondere Inhalte für alle Altersgruppen – in 18 Sprachen, über ein plattformübergreifendes Netzwerk in den relevantesten sozialen Medien. Die Marke TheSoul Publishing steht für unterhaltsame und informative Inhalte: von praktischen Life-Hacks bis hin zu cleveren Bastelprojekten. Wir zeigen Beauty-Tipps, aber auch kniffliges zum Nachdenken. 5-Minute Crafts ist der erfolgreichste Kanal aus dem Haus TheSoul Publishing, die weltweit führende digitale DIY-Marke und zählt zu den Top-5 aller YouTube-Kanäle. Zum Portfolio von TheSoul Publishing gehören auch Bright Side, 7-Second Riddles, Actually Happened, 123 Go!, Avocado Couple, Frankenfood, Slick Slime Sam und Doodland. Mit unserem breitgefächerten Programm sprechen wir eine Vielzahl von Nutzern und deren Interessen an. TheSoul Publishing setzt dabei auf eine Kombination von Live-Action-Video, digitaler Animation und familienfreundlichen Stopp-Motion. TheSoul Publishing ist neben YouTube auch auf Plattformen wie TikTok, Instagram, Snap, Roku und Amazon Prime aktiv. So können wir unseren Fans auf allen relevanten Plattformen die Inhalte bieten, die sie so gerne mögen.

News-ID: 1088609 • Views: 1461 (Stand: 04.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1088609/ASMR-Videos-boomen-auf-YouTube-durch-Corona.html>