

YouTube Influencer Report: Games - Deutschlands Top Influencer und Rising Stars

28.09.2016, 16:34 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *strg. GmbH*

Presseagentur: *Theodossios Theodoridis | PR*



strg. präsentiert den ersten YouTube Influencer Report: Games

Wenn es um YouTube und seine Stars geht, dann dreht sich bei Medien und Werbetreibenden alles um die Abonnentenzahl. Möglichst viele Millionen sollen es sein. Denn Reichweite - so das gängige Credo - entspricht Erfolg. Doch wie sieht es wirklich mit dem größten Einfluss und den „Zuschauerquoten“ aus? Vor allem, wenn es um konkrete Themen und Produkte innerhalb von Branchen wie Games, Beauty, Lifestyle oder Tech geht. Dieser Frage ist die Digital- und Kreativagentur strg. in Zusammenarbeit mit dem auf YouTube-Analysen spezialisierten Unternehmen VeeScore.com nachgegangen. Der erste YouTube Influencer Report widmet sich dem Thema Video- und Computerspiele. Weitere monatliche Reports sollen folgen: Sowohl für den Bereich Gaming als auch für die Themen Beauty & Fashion, Lifestyle und Technologie. Der aktuelle Report steht ab sofort und kostenlos unter <http://reports.strg.de> zum Download bereit.

„Mit diesen Reports wollen wir einzelnen Branchen monatliche Insights in das geben, was auf YouTube und in ihrem Segment passiert. Dabei lassen wir uns weniger von großen Abonnentenzahlen beeindrucken, sondern setzen vielmehr auf die effektive und themenbezogene Reichweite von YouTube-Kanälen. Diese Reichweite kann zwar mit der Abonnentenzahl zusammenhängen, muss es aber nicht. Nur eine Erkenntnis in Sachen Influencer Relations, die wir aus dem ersten Report für das Thema Games ziehen konnten.“, so Pepe Wietholz, Geschäftsführer bei strg.

Top-Games August - Minecraft schlägt Pokémon mit 142 Millionen Views im Monat. Die Ausgangsfrage war: Zu welchen fünf Spielen haben deutsche YouTuber im Monat August die meisten Views erhalten? Die erste Überraschung: Nicht Nintendos Hype-Thema Pokémon bzw. Pokémon GO (39 Mio. Views) nimmt Platz 1 ein, sondern Minecraft. Der Evergreen von Microsoft kommt mit mehr als dreimal so vielen Aufrufen auf über 142 Millionen Views im Monat - allein in Deutschland. Auf Platz 3 folgt GTA von Rockstar Games (33 Mio. Views), auf Platz 4 die Sportspielreihe FIFA von Electronic Arts (21 Mio. Views). Auf Platz 5 landet das im August erschienene No Man's Sky von Sony Interactive Entertainment (10 Mio. Views).

Auffällig: Let's Plays von Open World Games erhielten im August besonders viele Views. Gleich drei der Top-5-Spiele sind aus diesem Genre: Minecraft, GTA, No Man's Sky.

Top-Influencer: Der Report gibt interessante Einblicke in die deutsche YouTube-Gamer-Szene. Jedes der Top-Spiele hat einen Top-Influencer. Und es sind nicht automatisch die YouTuber mit über einer Million Abonnenten, die den ersten Platz belegen. Im Vordergrund standen vielmehr die durchschnittlichen Views pro Video - also die größte Reichweite

pro Video und jeweiligem Spiel: Bei Minecraft konnte Paluten Platz 1 belegen. In Sachen Pokémon ist Crystal der Top-Influencer - trotz eines vergleichsweise kleinen Kanals (siehe Report). Bei GTA ist der YouTube-Kanal DoktorFroid, ein Gemeinschaftsprojekt von LeFloid und Frodo, der Platzhirsch. Ein weiteres Mal schafft es Paluten bei FIFA auf den ersten Platz. Und bei No Man's Sky ist Gronkh, mit über vier Millionen Abonnenten, nicht nur Deutschlands Nummer 1 YouTuber-Gamer, sondern auch Top-Influencer bei diesem Science-Fiction-Game. Im August erfolgreichster Influencer war jedoch Paluten. Er schaffte es gleich auf drei Top-Platzierungen beim YouTube Influencer Report - zweimal Platz 1 (Minecraft und FIFA) und einmal Platz 2 (Pokémon).

Die Rising Stars: Welche YouTube-Kanäle mit Abonnentenzahlen zwischen 50.000 und 100.000 konnten die größten Zuwächse im August verbuchen? Das Ergebnis: Bei Minecraft ist Reved die Newcomerin des Monats - und damit die einzige Frau im Feld. PMTV belegt sowohl bei Pokémon als auch bei FIFA den ersten Platz. we play Oldschool ist bei GTA führend und der Sony-Kanal Inside PlayStation punktete bei dem Spiel No Man's Sky.

Der YouTube Influencer Report: Games (August) geht noch auf sehr viel weitere Details ein. So betrachtet er unter anderem die Verteilung von Likes, die Like/Dislike-Ratio, welchen prozentualen Anteil die Influencer auf die Gesamtzahl der Views hatte (Ergebnis: mind. 80 Prozent) und noch vieles mehr. Zum kompletten 67-seitigen Report geht es hier: <http://reports.strg.de>

Portrait

strg. ist eine Kreativagentur, die Kampagnen und Lösungen für die digitale Welt realisiert. strg. bringt Kreativität, Content und Dialog zusammen, um Mehrwert für Marken und Unternehmen zu entwickeln. Das Team versteht sich als kreative Berater-Agentur, die in Dialog und Inhalt denkt, um Menschen mit Marken zusammenzubringen. Die Agentur entwickelt Kampagnen, Maschinen und Produkte, die Kanäle, Plattformen und Silos überbrückt, um die digitale mit der realen Welt zu verbinden. Das Spielen und Experimentieren gehört genauso zu ihr wie der messbare Mehrwert für Marken und Unternehmen.

Über VeeScore:

<http://veescore.com> analysiert seit 2013 YouTube. Das Hamburger Unternehmen misst automatisch tagesaktuell die Veränderungen von über 30 Mio. YouTube Kanälen weltweit und kann genau sagen, welche Inhalte bei den YouTube-Nutzern ankommen. So hilft es seinen Kunden beim Verstehen ihrer Industrie oder ihrer Wettbewerber auf YouTube. Mit VeeScore.com lassen sich bessere Entscheidungen für YouTube-Strategien, Content-Ideen und die Zusammenarbeit mit Influencern treffen. Neben der Software as a Service hilft VeeScore namhaften Kunden mit Beratung und Strategie und freut sich gemeinsam mit ihnen über die Erfolge.

News-ID: 920534 • Views: 918 (Stand: 13.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/920534/YouTube-Influencer-Report-Games-Deutschlands-Top-Influencer-und-Rising-Stars.html>