



## **Branded-Content-Videos bei Facebook: Deutschland hat noch viel Raum für Entwicklung**

- Die Video-Analyse-Plattform Tubular Labs hat 660.000 Videos ausgewertet
- Deutscher Markt für Branded-Content-Videos wird 2018 28 Millionen Euro wert sein
- Insgesamt wachsen Branded-Content-Videos in Deutschland aber wesentlich langsamer als in anderen europäischen Ländern: Der UK-Markt ist fünfmal so viel wert

**Mountain View, 12. Juli 2018** – Branded Content bei Facebook erlaubt es, Marken, Publishern und Influencern offiziell in dem sozialen Netzwerk zusammenzuarbeiten. In den Posts werden Unternehmen und Marken markiert, die den Postenden dafür in der Regel Geld zahlen oder, vor allem im Influencer-Bereich, durch eine Sachleistung belohnen. Mehr Views, mehr Umsätze, mehr Unternehmen: Die Wachstumsraten auf diesem speziellen Werbemarkt in Europa sind teilweise riesig – besonders im Videobereich. Die Video-Analyse-Plattform Tubular Labs hat nun den Markt für Video-Brandend-Content in Deutschland analysiert. Der wächst zwar auch, doch während immer mehr Unternehmen mitmischen, kann die Anzahl der Views bei der Entwicklung nicht mithalten.

### **Deutschland wächst bei Branded-Content-Videos viel langsamer als seine Nachbarn**

Im europäischen Wachstumsvergleich stehen Frankreich und Italien an der Spitze. Die Anzahl der Views von Branded-Content-Videos hat sich hier innerhalb eines Jahres mehr als verdreifacht. Deutschland entwickelt sich nicht so schnell. Wenn man das erste Quartal 2018 (85,9 Millionen Views) mit dem ersten Quartal 2017 (80,1 Millionen Views) vergleicht, ergibt sich ein Wachstum von 7,2 %. Die Prognose von Tubular Labs geht aber davon aus, dass die Views auf dem deutschen Markt 2018 insgesamt noch ein Wachstum von 22 % im Vergleich zum Vorjahr erreichen werden.

### **Prognose: 2018 wird der deutsche Markt 28 Millionen Euro wert sein**

Branded-Content-Videos werden über das Cost-per-View-Modell abgerechnet. Das heißt der Marketer zahlt pro Videoaufruf eines Users einen Betrag. Wenn man einen durchschnittlichen CPV von 0,06 Euro heranzieht, ergibt sich für den deutschen Markt 2017 ein Gesamtwert für Branded-Content-Videos von 23 Millionen Euro. 2018 lautet die Prognose 28 Millionen Euro. Das ist im Vergleich zum Vereinigten Königreich wenig: Hier lag der Wert 2017 bei 111,8 Millionen Pfund (circa 127 Millionen Euro). Die Prognose für 2018 weist auf 240 Millionen Pfund (circa 272 Millionen Euro) hin.



### **Trotz verhaltenem Views-Wachstum: Immer mehr Unternehmen setzen auf Branded-Content-Videos**

Doch auch auf dem deutschen Markt gibt es großes Wachstum: bei den Sponsoren und den Partnerunternehmen. Die Sponsoren sind die Unternehmen, die für die Posts zahlen und die Partnerunternehmen, die das Geld erhalten. Das erste Quartal 2018 hat mit 464 Sponsoren 41,9 % mehr Unternehmen angezogen als im Vorjahresquartal, in dem nur 327 Sponsoren aktiv waren.

Unter den Partnerunternehmen gab es im Vergleich von Q1 2018 zu Q1 2017 ein Wachstum von 82 %. Hier ist die Zahl von 178 Partnerunternehmen auf 324 gestiegen. Die Anzahl der deutschen Video-Uploads im Branded Content Bereich wuchs im Q1-Jahresvergleich um 132 % (von 724 auf 1.682). Für 2018 prognostiziert Tubular Labs ein Wachstum im Vergleich zum Vorjahr von 142 % bei den Partnern, 115 % bei den Sponsoren und 163 % bei den Uploads.

### **Größter Investor: Die Medienbranche**

Doch wer investiert eigentlich in Branded-Content-Videos? Die Medienbranche liegt 2017 mit 9,9 Millionen Euro weit vorne. Retail kommt mit 1,7 Millionen Euro und Food mit 1,6 Millionen Euro auch auf das Treppchen. Das Verhältnis verschiebt sich aber. Im Q1-Jahresvergleich hat die Medienbranche 52 % weniger investiert beziehungsweise für Views gezahlt. Retail hingegen hat sich hier beinahe verdoppelt und Food ist immerhin um 7,6 % gewachsen.

### **Größter Verdiener: Entertainment-Seiten**

Und bei wem wird investiert? Sprich: Welche Seiten posten Branded-Content-Videos eigentlich? 79 % des 2017 investierten Geldes entfallen auf die Bereiche Entertainment (12 Millionen Euro), Sports (2,9 Millionen Euro) und Food & Drink (2,8 Millionen Euro). Auch hier findet eine Verschiebung statt und der Anteil von Entertainment nimmt ab: Q1 2017 entfielen noch mehr als 74 Prozent alle gesehenen Videos im Branded-Content-Bereich auf diese Seiten. In Q1 2018 nur noch circa 30 Millionen Views. Dafür wächst Sport im Jahresvergleich um 170 %, People & Blogs um 77 % und Food & Drink um 75 %.

### **moviepilot ist der Platzhirsch für deutsche Branded-Content-Videos**

Die erfolgreichsten Unternehmen in Deutschland, die in Q1 2018 am meisten Geld mit Branded-Content-Videos von deutschen Partnern eingenommen haben, sind: moviepilot (Marktanteil 8,5 %), Filmstarts (Marktanteil 6,3 %), FC Bayern (Marktanteil 5,4 %), Foodboom (Marktanteil 3,3 %) und Constantin Medien AG (Marktanteil 0,2 %).

„Deutschland ist wie in vielen Bereichen der digitalen Wirtschaft ein Sonderfall in Europa“, sagt Denis Crushell, Vice President EMEA bei Tubular Labs. „Wir sehen großes Wachstum bei der Anzahl der



Unternehmen, die auf Branded Content setzen. Die Views wachsen zwar auch, aber nicht im gleichen Tempo. Das weist darauf hin, dass deutsche Unternehmen einen längeren Atem brauchen und langfristig bei den Branded-Content-Videos aktiv sein sollten.“

Für die Analyse hat Tubular Labs über sein Insight Tool DealMaker mehr als 660.000 Videos, 107.000 Sponsoren und 15.000 Partnerunternehmen und Influencer aus dem Branded-Content-Video-Bereich getracked.

### **Über Tubular Labs**

Tubular Labs ist die weltweit führende Video-Analyseplattform, die Sender, Verlage und Marken dabei unterstützt, erfolgreichen Content zu erstellen, um ein größeres Publikum zu erreichen. Tubular Labs bietet das umfassendste Bild davon, wie User im Netz Videos konsumieren. Mit Tubular Labs steigern Unternehmen den Umsatz durch Brand-Integration über ihre digitalen Kanäle. Tubular Labs' Analyse bezieht über 4,6 Milliarden Videos, 400 Millionen Video-Konsumenten, 12 Millionen Influencer, 117.000 Marken und 71 Milliarden Sponsored-Video-Views ein. Insgesamt sind das 350 Millionen mehr analysierte Video Views im Monat als vergleichbare Lösungen. Sieben der Top10-Medienunternehmen der Welt vertrauen auf die Tubular Labs' Software bei strategischen Entscheidungen.

Weitere Informationen unter <https://tubularlabs.com>