**United Screens har nu större svenskt tittande än Sjuan och TV8, jagar nu TV3 och Kanal 5 inför 2017**

**United Screens har passerat en milstolpe i sin utveckling. YouTube-nätverket har under lång tid noterat stora och ihållande tittarökningar samtidigt som konkurrenterna på den traditionella linjär-tv-marknaden fortsätter att minska. Det betyder att United Screens de senaste månaderna har noterat större svenskt tittande än etablerade linjär-tv-kanaler som Sjuan och TV8 i målgruppen A15-44.**

Tittartiden i United Screens YouTube-nätverk har under 2016 vuxit med 100% på årsbasis. Samtidigt fortsätter linjär-tv-kanalerna för tredje året i rad att tappa 10% per år i tittartid i målgruppen A15-44. Det innebär att United Screens redan idag är större än linjär-tv-kanalerna Sjuan och TV8 i målgruppen A15-44 sett till svensk tittartid. Och, kan United Screens hålla samma takt i tittartidsutvecklingen under 2017 kommer YouTube-nätverket även att gå om TV3 och Kanal 5 i svenskt tittande, i målgruppen A15-44 år.

- Knappt 3 år efter starten når vi alltså den kritiska tittarmängd vi behöver för att konkurrera på riktigt med traditionella medier. Det är ett halvår tidigare än vår plan, och beror på en överraskande stor tillväxt på de kanaler vi redan har knutna till nätverket i kombination många starka nya kanaler som tillkommit. Vi räknar med att hålla samma takt, och gå om bjässar som TV3 och Kanal 5 redan under nästa år, säger Malte Andreasson, grundare och VD, United Screens.

Mätningen har gjorts genom en jämförelse av ackumulerad tittartid i A15-44 enligt MMS respektive Google. TV-siffror och onlinesiffror är ofta svåra att jämföra, men mätningen av antalet tittartidsminuter är likartad och direkt jämförbar. Sjuan och TV8 har de senaste månaderna cirka 2 minuters tittande per dygn och person i 15-44-målgruppen, medan motsvarande siffra hos United Screens är cirka 3 minuter. Kanal 5 och TV3 befinner sig normalt i intervallet 5-7 minuter.

- Det här innebär att vårt reklamlager i den allra mest attraktiva målgruppen A15-44 nu är så stort att vi kan ta emot stora kunder med höga krav på såväl miljö som räckvidd. I år har vi till exempel arbetat med stora företag såsom Skånemejerier och Carlsberg, som bland annat gått med reklamfilmskampanjer inom vårt premiumnätverk på YouTube, säger Nicole Haman, Sales Director, United Screens.

United Screens är Sveriges och Nordens största YouTube-nätverk med över 350 miljoner visningar i månaden och kontor i Stockholm, Oslo och Helsingfors. United Screens fokuserar på talang och sammanför kreatörer och varumärken på online video-plattformar som YouTube, Instagram, Twitch, m fl. United Screens har över 500 kanaler och personligheter i sitt premiumnätverk på YouTube.