

Der Beitrag von YouTube in Deutschland im Jahr 2025

Wo deutsche Ideen zu Chancen werden

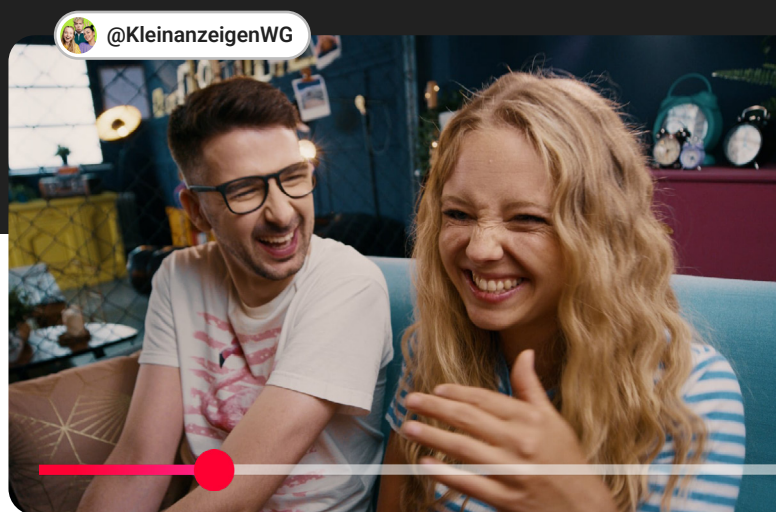
Auf YouTube entstehen jeden Tag Ideen, die Menschen bewegen. Ob im Familienbetrieb in München, der seine erste Produktdemo filmt, bei einem Chemielehrer in Hamburg, der komplexe Zusammenhänge erklärt, oder im Musikstudio in Leipzig, wo ein Song produziert wird: Die Plattform bringt diese Ideen zu einem Publikum – und schafft so echte Existenzgrundlagen. Creator*innen, kleine und mittlere Unternehmen, Rundfunkanstalten, Verlage und Musiklabels nutzen YouTube gleichermaßen als Plattform, um Reichweite in echte Wertschöpfung zu verwandeln. Was sie dort aufbauen, zeigt sich in ganz Deutschland: in Klassenzimmern, Redaktionen und Musikcharts. Und vor allem in Arbeitsplätzen und messbarem Wachstum für die gesamte nationale Wirtschaft.

1 Mrd €+

Das kreative Ökosystem von YouTube trug im Jahr 2025 über 1 Milliarde Euro zum deutschen BIP bei.³

29 Tsd +

Das kreative Ökosystem von YouTube unterstützte 2025 in Deutschland über 29.000 Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalent).³



Eine Kreativwirtschaft mit vielfältigen Akteuren

Getragen wird die deutsche Kreativwirtschaft von einer vielfältigen Landschaft aus Creator*innen, Familienunternehmen, Labels und Studios. Dass Modelle zur Umsatzbeteiligung bereits seit den Anfängen der Plattform etabliert sind, schafft genau die Verlässlichkeit, die Kanäle und Unternehmen brauchen, um vorausschauend zu planen, Arbeitsplätze zu schaffen, auszubilden und lokal zu investieren. Was früher einen Umzug in die Medienmetropolen Köln oder München und passende Kontakte voraussetzte, kann heute von überall aus beginnen. Immer mehr deutsche Kanäle nutzen diesen Start, um ein massives Publikum zu erreichen und dauerhafte, erfolgreiche Karrieren aufzubauen.

1.000 +

Mehr als 1.000 Kanäle haben über 1 Million Abonnenten.²

75 %

75 % aller Creator*innen, die in der Medien- und Unterhaltungsbranche tätig sind, haben ihren beruflichen Weg auf YouTube gestartet.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026

²Eigenes Datenmaterial von YouTube, weltweit, 2022–2025

³Laut einer Studie von Oxford Economics, 2025

Gemeinsam durch den Medienwandel

Deutsche Rundfunk- und Verlagsunternehmen erleben einen tiefgreifenden Wandel im Medienverhalten ihres Publikums – und finden in YouTube einen verlässlichen Partner für diesen Übergang. Medienhäuser veröffentlichen ihre Sendungen und Reportagen auf eigenen Wegen auf der Plattform und nutzen die dort generierten Einnahmen gezielt, um „Streaming-First“-Strategien auszubauen und weiterhin vertrauenswürdigen Journalismus zu finanzieren. So erreichen sie Zuschauer*innen, die sich längst von klassischen TV-Sendezeiten verabschiedet haben, und treffen ihr Publikum genau dort, wo es heute fernsieht.

76%

76 % der Medienunternehmen mit einem YouTube-Kanal geben an, dass YouTube eine wichtige Einnahmequelle für ihr Unternehmen darstellt.¹

82%

82 % der Zuschauer*innen geben an, YouTube auf dem Fernseher zu schauen; bei Erwachsenen unter 35 Jahren sind es sogar 93 %.¹

Wissen, das den Alltag bereichert

Hochwertige Inhalte von YouTube sind heute fester Bestandteil des Alltags in Deutschland. In Klassenzimmern greifen Lehrkräfte auf Erklärvideos von Pädagog*innen, Sendern und Expert*innen zurück, um Schüler*innen auf Augenhöhe zu unterstützen – ganz im eigenen Tempo, bis ein Thema wirklich verstanden ist. Zu Hause nutzen Familien altersgerechte Einstellungen, die mit den Kindern mitwachsen und Eltern ein sicheres Gefühl geben. Und wenn aktuelle Nachrichten den Tag bestimmen, wenden sich Menschen an etablierte Redaktionen, unabhängige Journalist*innen und kluge Creator-Stimmen, um hinter die Schlagzeilen zu blicken und die Welt besser zu verstehen.

90%

90 % der Lehrkräfte, die YouTube nutzen, geben an, dass sie YouTube-Inhalte in ihrem Unterricht und/oder bei Aufgaben eingesetzt haben.¹

80%

80 % der Zuschauer*innen, die auf YouTube nach Nachrichten suchen, geben an, dass die Plattform eine hochwertige Informationsquelle für aktuelle Ereignisse ist.¹



@MathemaTrick

Von lokalen Studios zu einem weltweiten Publikum

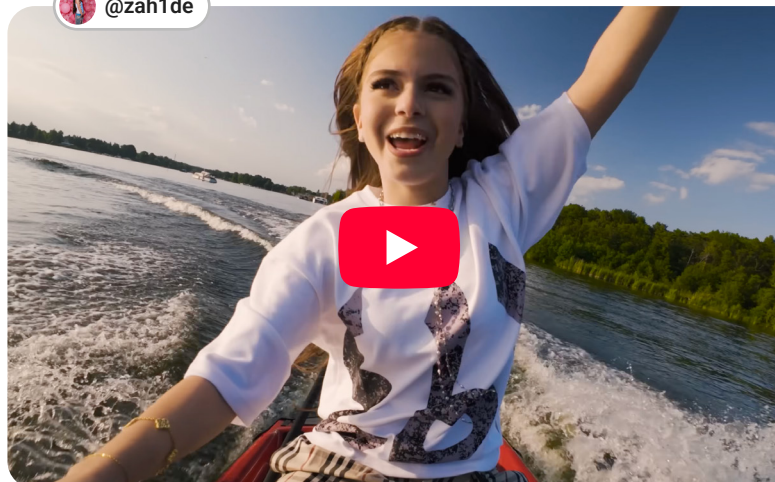
Deutsche Musik ist so facettenreich wie nie zuvor – und jedes Genre findet auf YouTube sein Publikum. Ob ein Song im heimischen Studio entsteht oder über ein unabhängiges Label veröffentlicht wird: Dank digitaler Reichweite kann er weiter reisen als jede Welttournee. Moderne Rechteverwaltung und etablierte Umsatzbeteiligungen sorgen dafür, dass Künstlerinnen, Künstler und Labels fair vergütet und gewürdigt werden, ganz gleich, wann und wo ihre Musik gehört wird. Dieses Einkommen schafft die finanzielle Basis für die nächste Studio-Session, den nächsten Newcomer-Vertrag und innovative Digitalformate, die exakt zu den heutigen Hörgewohnheiten passen.

84% 68%

84 % der Musikunternehmen mit einem YouTube-Kanal geben an, dass YouTube ihnen dabei hilft, weltweit neue Zielgruppen zu erreichen.¹

68 % der Musikunternehmen mit einem YouTube-Kanal geben an, dass YouTube eine wichtige Einnahmequelle für ihr Unternehmen darstellt.¹

@zah1de



Um mehr über den Beitrag von YouTube in Deutschland im Jahr 2025 zu erfahren, scannen Sie den QR-Code.

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026