

Der Beitrag von YouTube in Deutschland im Jahr 2025

Wo deutsche Ideen zu Chancen werden

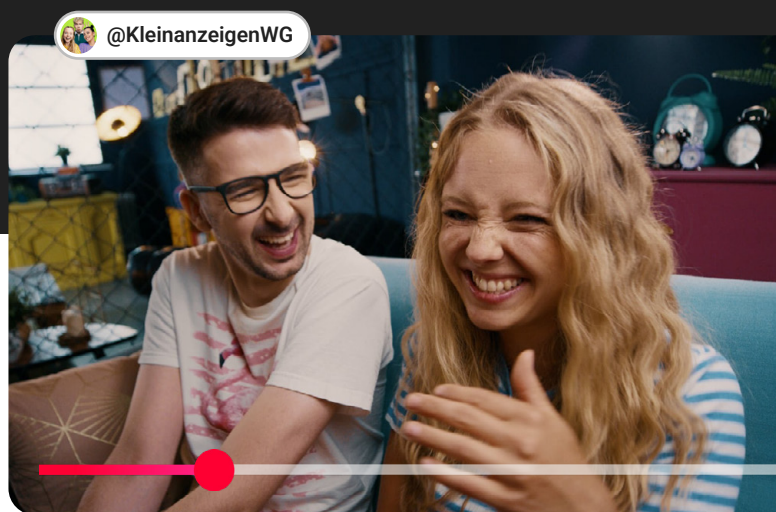
Auf YouTube entstehen jeden Tag Ideen, die Menschen bewegen. Ob im Familienbetrieb in München, der seine erste Produktdemo filmt, bei einem Chemielehrer in Hamburg, der komplexe Zusammenhänge erklärt, oder im Musikstudio in Leipzig, wo ein Song produziert wird: Die Plattform bringt diese Ideen zu einem 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



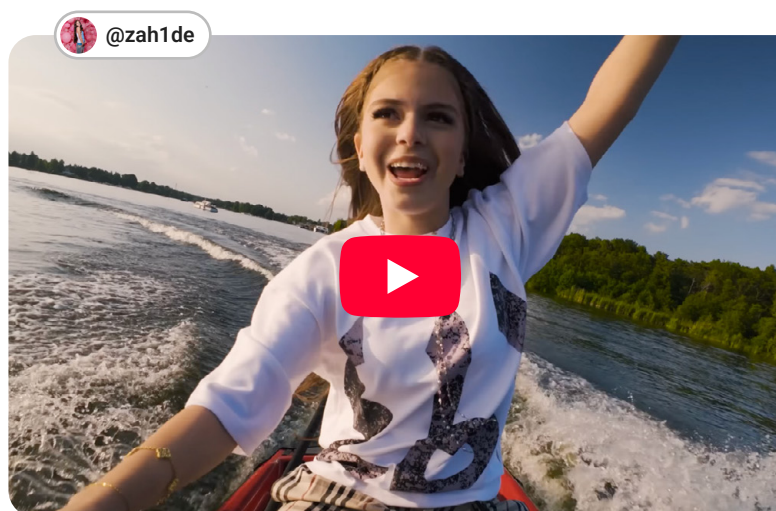
Von lokalen Studios zu einem weltweiten Publikum

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



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

YouTube stärkt die Kreativwirtschaft

Wo Deutschlands Kreativwirtschaft wächst

Getragen wird das Wachstum der deutschen Kreativwirtschaft von einem lebendigen Ökosystem aus engagierten Menschen und Unternehmen. Ob einzelne Creator*innen, etablierte Verlage, Musiklabels oder kleine und mittelständische Betriebe: Sie alle nutzen YouTube als Plattform, um Ideen in die Tat umzusetzen. Was dadurch entsteht, zeigt sich genau dort, wo es für das Land am meisten zählt – in geschaffenen Arbeitsplätzen und nachhaltigem wirtschaftlichen Wachstum.

1 Mrd €+

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

29 Tsd +

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

 @KleinanzeigenWG

 @Marius_Quast

Ein solides Fundament für kreative Unternehmen

Für eine wachsende Zahl deutscher Kanäle bilden YouTube-Einnahmen das verlässliche Fundament für einen nachhaltigen Lebensunterhalt. Seit den Anfängen der Plattform teilt YouTube Einnahmen aus Werbung und Premium-Abonnements direkt mit seinen Creator*innen und Partnern. Diese bewährte Umsatzbeteiligung schafft die nötige Planungssicherheit, um unternehmerisch zu agieren, Teams einzustellen, in moderne Produktionen zu investieren und so aktiv zur deutschen Wirtschaft beizutragen.

\$100 Mrd +

YouTube hat in vier Jahren (von Januar 2021 bis Dezember 2024) weltweit mehr als 100 Milliarden US-Dollar an Urheber, Künstler und Medienunternehmen gezahlt.²

+8 %

Die Zahl der YouTube-Kanäle, die einen sechsstelligen Umsatz (in Euro) oder mehr erzielen, ist im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 8 % gestiegen.²

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026

²Interne Daten von YouTube, weltweit, 2022–2025

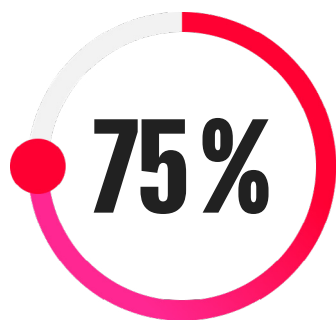
³Laut einer Studie von Oxford Economics, 2025

Die Teams hinter den Kanälen

Erfolgreiche Kanäle sind selten das Werk einer einzigen Person. Hinter ihnen stehen Teams aus Redaktion, Produktion, Design und Kameralenten. Sie mieten Studioräume und beauftragen lokale Dienstleister. Und viele bilden mittlerweile sogar selbst aus und führen junge Talente ganz im Sinne der deutschen Tradition der beruflichen Ausbildung in die Branche ein. Für eine ganze Generation von Medienprofis war ein YouTube-Kanal das Sprungbrett ihrer Karriere.

3,2 Tsd +

YouTube-Creator*innen, die mit YouTube Geld verdienen, haben im vergangenen Jahr über 3.200 Auszubildende unterstützt.¹



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

Eine offene Tür zur Unternehmenswelt

Früher bedeutete der Aufbau eines Medienunternehmens, nach Köln oder München zu ziehen und die richtigen Leute zu kennen. Heute kann ein Tischler im Allgäu oder eine Bäckerin in Rostock mit ihrem Talent und den ohnehin vorhandenen Mitteln ein großes Publikum erreichen. Das zeigt sich eindrücklich an der enormen Menge an Inhalten deutscher Kanäle und der wachsenden Zahl von Kanälen, die sich damit eine treue Community aufgebaut haben.

65 Tsd + 13 Mio +

Mehr als 65.000 Kanäle haben über 10.000 Abonnenten.²

Im vergangenen Jahr wurden von deutschen Kanälen über 13 Millionen Stunden an Inhalten hochgeladen.²

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026

²Eigenes Datenmaterial von YouTube, weltweit, 2022–2025



Hannah hat sich auf YouTube einen Namen gemacht und hilft großen Marken, dasselbe zu erreichen

Hannah Kaiser, online bekannt als „Klein aber Hannah“, ist Creatorin, Unternehmerin, Autorin und Speakerin.

Die deutsch-österreichische Content-Creatorin teilt ihr Leben mit ihrer Community aus mehr als 300.000 Abonnenten – und spricht dabei offen über Körperbild, Trauer, Elternschaft, mentale Gesundheit und die Stärkung von Frauen.

Ihr Know-how bringt sie auch bei der YouTube-Agentur „Klein aber“ ein, die sie mitgegründet hat. Zusammen mit ihren 30 Mitarbeitenden hilft sie Marken und Content-Creator*innen, auf YouTube kommerziell erfolgreich zu werden. Dazu gehören die Produktion der seit neun Jahren laufenden Scripted-Serie „Kleinanzeigen WG“, Gen Z-Content für „Kleinanzeigen“ oder der „Mehr als Geld“ YouTube Kanal der Sparkasse, der jungen Menschen Finanzwissen vermittelt.

303 Tsd 73,4 Mio

Abonnenten

Aufrufe

“Dank YouTube habe ich meine eigene Stimme gefunden, und nun helfe ich jeden Tag Marken und anderen Kreativen dabei, ihre eigene Stimme zu finden!”

Hannah Kaiser
Klein aber Hannah

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



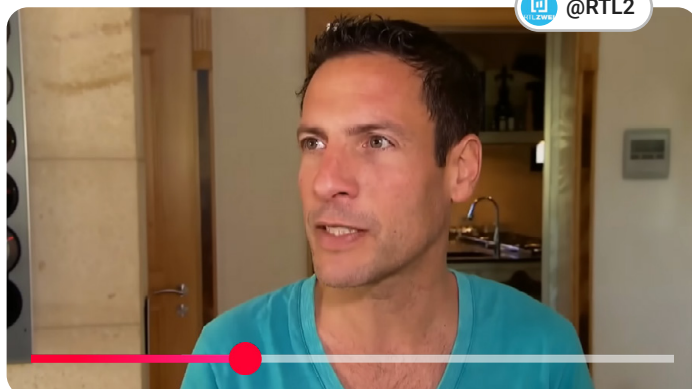
Der Beitrag von YouTube zur Medienbranche

Wo deutsche Medien einen Partner finden

Deutschlands Rundfunk- und Verlagsunternehmen erleben einen tiefgreifenden Wandel im Zuschauerverhalten. Streaming ist längst zum festen Bestandteil der Sehgewohnheiten geworden, und die Medienhäuser treiben diese Entwicklung aktiv voran. Auf YouTube finden sie einen idealen Distributionskanal, der ihre klassischen Ausspielwege und Strategien sinnvoll ergänzt – und etablierte Formate sowie hochwertige Berichterstattung genau dorthin bringt, wo das Publikum heute unterwegs ist.

79%

79 % der Medienunternehmen, die YouTube nutzen, geben an, dass digitale Videoplattformen ein wichtiger Vertriebskanal sind, um ihr Publikum zu erreichen.¹



Gemeinsam wachsen: Neue Modelle für starke Medien

YouTube und die deutschen Medienhäuser haben eine echte, funktionierende Partnerschaft aufgebaut. Rundfunk- und Medienunternehmen veröffentlichen ihre Programme und Reportagen zu eigenen Bedingungen auf der Plattform; die dabei generierten Einnahmen fließen direkt an die produzierenden Unternehmen zurück. Für viele ist dieses Einkommen zu einer verlässlichen zweiten Einnahmequelle geworden, die „Streaming-First“-Strategien unterstützt und zur Finanzierung des hochwertigen Journalismus beiträgt, auf den das deutsche Publikum baut.

76%

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

72%

72 % der Medienunternehmen, die auf YouTube vertreten sind, geben an, dass Partnerschaften mit YouTube-Creator*innen in den nächsten fünf Jahren eine Chance zur Steigerung des Umsatzwachstums bieten werden.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026



Vom Wohnzimmer in die Welt hinaus

Inhalte sind längst nicht mehr an klassische Sendezeiten gebunden. Auf YouTube erreichen deutsche Medienunternehmen Zielgruppen, die über das lineare Programm kaum noch zu erreichen sind: jüngere Generationen, die mit Streaming aufgewachsen sind, sowie internationale Zuschauer*innen, die deutschen Journalismus und hiesige Unterhaltung neu entdecken. Zudem wandern die Formate zunehmend auf den größten Bildschirm im Haus – wodurch YouTube und das Fernsehen im Wohnzimmer immer enger zusammenwachsen.

81%

81 % der Medienunternehmen mit einem YouTube-Kanal geben an, dass YouTube ihnen dabei hilft, weltweit neue Zielgruppen zu erreichen.¹

82%

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



Eine vielfältige Medienlandschaft

Die deutsche Medienlandschaft wurde noch nie von einer einzigen Stimme geprägt. YouTube bietet etablierten Redaktionen, öffentlichen Einrichtungen und unabhängigen Content-Creator*innen die gleichen Möglichkeiten, Inhalte zu veröffentlichen und Zielgruppen anzusprechen. Diese Vielfalt aus traditionellem Journalismus und innovativen Creator-Formaten trägt dazu bei, die Pluralität der Medienlandschaft zu sichern. Sie treibt zudem deren Weiterentwicklung voran, da Verlage, Sender und Medienschaffende gleichermaßen „Digital-First“-Formate entwickeln, um den Bedürfnissen des heutigen Publikums gerecht zu werden.

75%

75 % der Medienunternehmen mit einer Präsenz auf YouTube geben an, dass „Digital-First“-Formate in den nächsten fünf Jahren eine Möglichkeit bieten werden, das Umsatzwachstum zu steigern.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026



RTL Deutschland schafft über YouTube Nähe zu seinem Publikum und nutzt TV-Inhalte nachhaltig

Als Deutschlands größter privater Medienanbieter baut RTL Deutschland seine Reichweite weiter aus, indem Inhalte für YouTube neu ausgewertet werden. Über ein vielfältiges Portfolio spezialisierter Kanäle bietet RTL deutschsprachigen Zuschauerinnen und Zuschauern Unterhaltung, Nachrichten, Dokumentationen und investigative Formate.

Auf YouTube erhalten die Inhalte von RTL ein langfristiges Zuhause. Ganze Folgen der Kult-Actionserie Alarm für Cobra 11 sorgen dort für hohe Reichweiten und steigern gleichzeitig die Nutzung von RTL+. Mit seinem YouTube-Portfolio hat RTL Deutschland inzwischen eine Community von mehr als 5 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten aufgebaut. YouTube dient dazu, neue Zielgruppen zu erschließen, die Marken nachhaltig zu stärken und Zuschauerinnen und Zuschauer mit dem Streaming-Angebot RTL+ zu verbinden.

6,84 Mio 6,35 Mrd

Abonnenten

Aufrufe

“YouTube ermöglicht es uns, neue Zielgruppen anzusprechen, die Relevanz unserer Marken zu stärken und zusätzliche Berührungspunkte mit unseren Streaming-Diensten RTL+ und WOW zu schaffen.”

Oliver Schablitzki

EVP Channels, Windowing & Planning and CEO Super RTL GmbH

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



YouTube fördert Lernen und Entdeckergeist

Wo junge Köpfe neugierig lernen und wachsen

Die Fragen von Kindern halten sich an keinen Stundenplan. Ob es darum geht, wie Vulkane ausbrechen, wie Bruchrechnung funktioniert oder warum der Abendhimmel rot leuchtet – Eltern und Lehrkräfte finden auf YouTube hochwertige Inhalte, um diese Fragen verantwortungsbewusst zu beantworten. Passende Tools und Jugendschutzeinstellungen geben Familien dabei jederzeit die Kontrolle über diesen Entdeckungs- und Lernprozess.

73%

73 % der Eltern, die YouTube nutzen, geben an, dass YouTube (oder YouTube Kids für Kinder unter 13 Jahren) hochwertige Inhalte zur Bildung und/oder Unterhaltung ihrer Kinder bietet.¹

70%

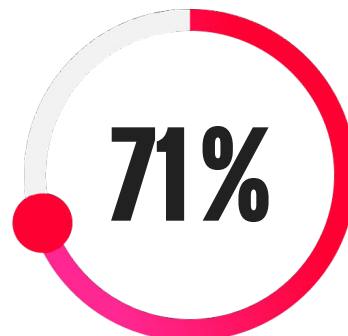
70 % der Eltern, die YouTube nutzen, geben an, dass YouTube (bzw. YouTube Kids für Kinder unter 13 Jahren) ihren Kindern beim Lernen hilft.¹



@WoozleGoozle

Konzipiert für Familien

Kindliche Entdeckungsfreude braucht einen sicheren Rahmen. YouTube Kids und YouTube mit Elternaufsicht bieten Familien altersgerechte Angebote und Einstellungen, die mit jedem Kind mitwachsen – von den ersten Zeichentrickfilmen bis zu den ersten eigenen Hobbys. Eltern entscheiden, was zu ihrer Familie passt, und passen die Einstellungen an, während das Kind älter wird und das Vertrauen wächst. So entsteht ein geschützter Ausgangspunkt für die kindliche Neugier, der dafür sorgt, dass die digitale Begleitung für Familien stets handhabbar und sicher bleibt.



71 % der Eltern, die YouTube nutzen, sind zuversichtlich, dass sie ihr Kind darin anleiten können, YouTube (bzw. YouTube Kids für Kinder unter 13 Jahren) verantwortungsbewusst zu nutzen.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026

Neue Wege im Klassenzimmer: Verstehen leicht gemacht

Deutsche Lehrkräfte nutzen YouTube längst als bereichernde Ressource für ihren Unterricht. Sie binden Videos von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen, öffentlich-rechtlichen Sendern und anerkannten Pädagogen und Pädagoginnen ein, um Themen verständlich zu machen, die Schülerinnen und Schülern oft die größten Hürden bereiten – von der Photosynthese bis zum Zinseszins. Was früher eine Skizze an der Tafel war, wird heute zu einer anschaulichen Erklärung, die Schülerinnen und Schüler so oft wiederholen können, bis der Stoff sitzt.

90 %

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

72 %

72 % der Lehrkräfte, die YouTube nutzen, geben an, dass YouTube-Videos dabei helfen, komplizierte Sachverhalte auf eine Weise zu erklären, die für Schüler*innen verständlich ist.¹

Entdeckergeist jenseits des Klassenzimmers

Der Schultag endet, doch die Neugier bleibt. Zu Hause gehen junge Menschen ihren eigenen Interessen im eigenen Tempo nach: Sie üben Akkorde, lernen zu programmieren oder entdecken, wie Menschen in ganz Deutschland und darüber hinaus leben. Ganz gleich, worin ihr Interesse liegt – Eltern können darauf vertrauen, dass YouTube das Gelernte sinnvoll ergänzt und gleichzeitig den Blick auf eine größere Welt öffnet.

71 %

71 % der Eltern, die YouTube nutzen, geben an, dass YouTube (bzw. YouTube Kids für Kinder unter 13 Jahren) ihren Kindern dabei hilft, auch außerhalb des Klassenzimmers weiter zu lernen.¹

68 %

68 % der Eltern, die YouTube nutzen, geben an, dass YouTube (bzw. YouTube Kids für Kinder unter 13 Jahren) eine wichtige Rolle dabei spielt, wie ihre Kinder die Welt entdecken.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026



@MathemaTrick

MathemaTrick ist eine herausragende Mathematikerin, die die Dinge anders angeht

Susanne Scherer entspricht nicht dem Bild, das sich die meisten Schüler*innen von einer Mathematiklehrerin machen. Sie hat in einer Metal-Band gespielt, spricht offen über ihre psychische Gesundheit und hat noch nie vor einer Tafel unterrichtet.

Die ehemalige Nachhilfelehrerin nutzt YouTube nun, um Schüler*innen in größerem Umfang zu helfen. Seit 12 Jahren lädt sie Videos hoch und hat damit eine der vertrauenswürdigsten kostenlosen Mathematik-Lernplattformen Deutschlands aufgebaut, die alles ab der Klassenstufe 5 bis zur Universität abdeckt.

Mit über 770.000 Abonnenten und 204 Millionen Aufrufen auf ihren Kanälen wenden sich Schüler*innen weltweit an sie, um Unterstützung zu erhalten – von Geometrie bis hin zu Fragen der Einsamkeit. MathemaTrick demokratisiert das Lernen und bricht gleichzeitig mit dem Klischee der typischen Lehrkraft.

771 Tsd

Abonnenten

204 Mio

Aufrufe

“YouTube hat es mir ermöglicht, ein Klassenzimmer ohne Wände, ohne Kosten und mit viel Mitgefühl zu schaffen.”

Susanne Scherer
MathemaTrick

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



YouTube fördert gesellschaftlichen Wandel

Wo Nachrichten auf Einordnung und Vielfalt treffen

Wenn wichtige Ereignisse die Nachrichten bestimmen oder gesellschaftliche Debatten an Fahrt gewinnen, wollen die Menschen in Deutschland mehr als nur Schlagzeilen. Sie suchen nach Hintergründen, Einordnungen und dem fundierten Fachwissen von Expertinnen und Experten. Auf YouTube finden Zuschauer und Zuschauerinnen etablierte Redaktionen, unabhängige Journalistinnen und Journalisten sowie sachkundige Creator und Creatorinnen, die Seite an Seite daran arbeiten, ein umfassenderes und präziseres Bild unserer Welt zu vermitteln.

88%

88 % der Zuschauer*innen geben an, YouTube zu nutzen, um Informationen zu sammeln und/oder ihr Wissen zu einem bestimmten Thema zu erweitern.¹

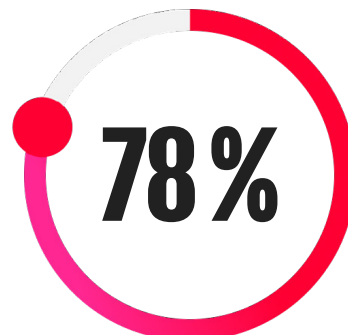
68%

68 % der Zuschauer*innen geben an, dass YouTube allen Menschen gleiche Chancen zum Lernen und zur Weiterentwicklung bietet.¹



Viele Stimmen, ein Gespräch

Die öffentliche Debatte in Deutschland ist lebhafter und gesünder, wenn sich möglichst viele Menschen daran beteiligen können. YouTube eröffnet Zuschauern und Zuschauerinnen den Zugang zu Perspektiven, die sonst oft keinen Platz finden: Kommentatorinnen und Kommentatoren aus unterschiedlichen Regionen, mit vielfältigen Hintergründen und Weltanschauungen, die dieselben Ereignisse aus gegensätzlichen Blickwinkeln beleuchten. Diese Bandbreite hilft den Menschen, ihr eigenes Denken zu hinterfragen und sich auf einer solideren Grundlage an gesellschaftlichen und politischen Diskussionen zu beteiligen.



78 % der Zuschauer*innen, die auf YouTube nach politischen Inhalten suchen, geben an, dass die Plattform Zugang zu einer breiten Palette politischer Standpunkte bietet.¹

Qualitätsjournalismus im digitalen Alltag

Deutschlands Redaktionen nutzen YouTube gezielt, um Menschen dort zu erreichen, wo sie Medien konsumieren. Öffentlich-rechtliche und private Medienhäuser bringen hochwertige Berichterstattung, Analysen und Erklärstücke auf die Plattform und machen fundierten Journalismus so auch für ein Publikum zugänglich, das keine gedruckte Zeitung mehr abonniert oder die Abendnachrichten einschaltet. So ist sichergestellt, dass Zuschauerinnen und Zuschauer auch im digitalen Alltag Zugang zu hochwertiger, an hohen Qualitätsstandards gemessener Berichterstattung über aktuelle Ereignisse haben.

80 %

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



Reichweite, die etwas bewegt

Aufmerksamkeit ist wertvoll, und viele deutsche Creator und Creatorinnen setzen diese Währung gezielt für den guten Zweck ein. Kanäle rund um Humor oder Alltagsthemen nutzen ihre Reichweite regelmäßig, um Themen anzusprechen, die ihre Communitys bewegen: vom Personalmangel in der Pflege über Nachhaltigkeit bis hin zu Inklusion. So wird aus digitaler Aufmerksamkeit echter gesellschaftlicher Impact – von erfolgreichen Spendensammlungen bis hin zur Gewinnung neuer Nachwuchskräfte für systemrelevante Berufe.

68 %

68 % der Content-Creator*innen geben an, dass sie ihren auf YouTube gewonnenen Einfluss nutzen möchten, um einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026



Rashid zeigt den Pflegeberuf in einem neuen Licht

Rashid Hamid, ein in Hamburg ansässiger Altenpfleger, hat 2021 den mobilen Pflegedienst Pflege Smile gegründet. Da ihm kein Budget für Personalbeschaffung oder Werbung zur Verfügung stand, begann Rashid, spontane Videos seiner Arbeit als Pflegekraft auf YouTube zu veröffentlichen.

Seine Vlogs rücken einen oft übersehenen Beruf in den Fokus und zeigen, wie er Patient*innen Tag für Tag mit professioneller Pflege, Herzlichkeit und Humor unterstützt. Rashid macht seine Patient*innen zu YouTube-Stars, indem er ihre einzigartigen Geschichten und abenteuerlustigen Persönlichkeiten in den Vordergrund stellt.

Seitdem hat Rashid zwei Bücher über seine Laufbahn als Pflegekraft veröffentlicht, und sein Kanal trägt weiterhin dazu bei, das Bewusstsein für die Altenpflege zu schärfen und junge Menschen zu inspirieren, in den Pflegeberuf einzusteigen.

231 Tsd 239 Mio

Abonnenten

Aufrufe

“YouTube hat mir eine Plattform geboten, auf der ich mein Unternehmen ausbauen, echte Arbeitsplätze im Pflegebereich schaffen und die Menschen mit authentischen Geschichten zum Lächeln bringen konnte.”

Rashid Hamid
Pflege Smile

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



Der Beitrag von YouTube zur Musikbranche

Wo deutsche Musik ihr Publikum findet

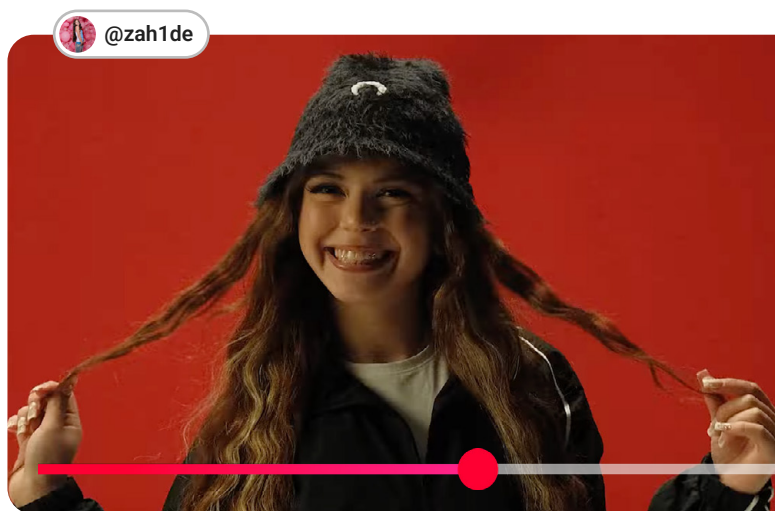
Die deutsche Musikszene war schon immer von einer großen Klangvielfalt geprägt: Ob Techno-Produktionen aus Berlin, Schlager zum Mitsingen in überfüllten Festzelten oder Orchesterproben in jahrhundertealten Sälen – die Bandbreite ist riesig. Für die Künstlerinnen, Künstler und Labels hinter dieser Vielfalt ist YouTube längst ein zentraler Kanal, um Fans zu erreichen, und ein wesentlicher Wachstumstreiber für die gesamte Musikindustrie.

83%

83 % der Musikunternehmen, die YouTube nutzen, geben an, dass digitale Videoplattformen ein wichtiger Vertriebskanal sind, um ihr Publikum zu erreichen.¹

71%

71 % der Musikunternehmen, die auf YouTube vertreten sind, geben an, dass Partnerschaften mit YouTube-Creator*innen in den nächsten fünf Jahren eine Chance zur Steigerung des Umsatzwachstums bieten werden.¹



Von lokalen Studios auf globale Bühnen

Ein Song kann überall entstehen: im Heimstudio in Leipzig, nach einer Clubnacht in Köln oder im kreativen Kosmos eines Independent-Labels. Durch YouTube kann er überall auf der Welt landen. Inhalte deutscher Kanäle erreichen mittlerweile einen Großteil ihres Publikums im Ausland. Für die Musikbranche eröffnet diese globale Reichweite völlig neue Horizonte – denn so lassen sich Hörerinnen und Hörer erreichen, die mit keiner Tournee jemals abgedeckt werden könnten.

84%

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

60%+

Über 60 % der Wiedergabezeit von Inhalten, die von Kanälen in Deutschland produziert werden, entfällt auf Zuschauer*innen außerhalb Deutschlands.²

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026

²Interne Daten von YouTube, weltweit, 2022–2025

Nachhaltiger Erfolg für Musikschaaffende

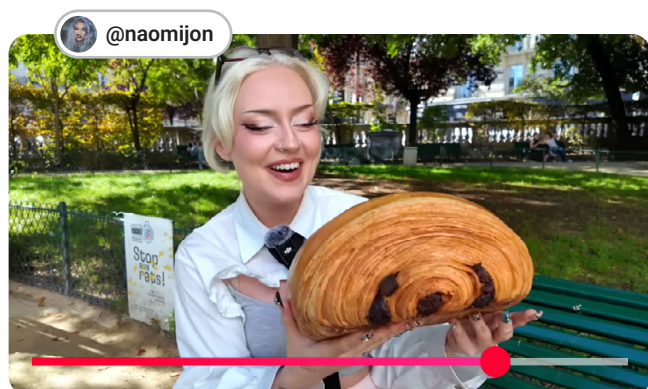
Deutsche Musikerinnen und Musiker wissen, dass jede neue Veröffentlichung zu ihrem Lebensunterhalt beiträgt. Das seit langem etablierte Modell der Umsatzbeteiligung sowie die Tools zur Verwaltung von Urheberrechten von YouTube stellen sicher, dass Künstlerinnen, Künstler und Labels die ihnen zustehende Anerkennung und Vergütung erhalten – wann und wo auch immer ihre Musik abgespielt wird. Für Unternehmen der deutschen Musikindustrie tragen diese Einnahmen dazu bei, das nächste Artist-Signing, die nächste Aufnahmesession oder neue „Digital-First“-Formate zu finanzieren, die perfekt auf die heutigen Hörgewohnheiten des Publikums zugeschnitten sind.

68%

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

79%

79 % der Musikunternehmen mit einem YouTube-Kanal geben an, dass „Digital-First“-Formate in den nächsten fünf Jahren eine Chance zur Steigerung des Umsatzwachstums bieten werden.¹



Kultur, die Grenzen überwindet

Musik vermittelt Kulturen und bringt Menschen zusammen. Wenn ein fränkisches Volkslied oder ein Hamburger Hip-Hop-Track in Seoul oder São Paulo sein Publikum findet, reist immer auch ein Stück Deutschland mit. Für die Künstlerinnen, Künstler und Labels, die dahinterstehen, bedeutet jede überschrittene Landesgrenze, dass neue Fans deutsche Musik entdecken und Teil eines lebendigen kulturellen Austauschs werden, der in beide Richtungen verläuft.

65%

65 % der Content-Creator*innen, die mit YouTube Geld verdienen, geben an, dass YouTube ihnen dabei hilft, ihre Inhalte einem internationalen Publikum zugänglich zu machen, zu dem sie sonst keinen Zugang hätten.¹

¹Laut einer Studie von Oxford Economics, 2026



ZAH1DE hat über YouTube einen viralen Moment in eine erfolgreiche Musikkarriere verwandelt

Im Alter von 16 Jahren erreichte die deutsche Musikerin, Tänzerin und Creatorin ZAH1DE in weniger als 11 Monaten nach dem Start ihres Kanals im November 2024 über 1 Million YouTube-Abonnenten. Mit ihrem Debütalbum „Pretty Privilege“ steht sie bei der Universal Music Group unter Vertrag und begeistert ein weltweites Publikum mit viralen Tanz-Challenges, offiziellen Musikvideos und Vlogs mit Einblicken hinter die Kulissen.

ZAH1DEs Titel „Mona Lisa Motion“ gewann den YouTube-Award 2025 für den meistgenutzten Song in Shorts und erreichte zudem die Top Ten der deutschen Charts. Als jüngste Bambi-Preisträgerin in der Kategorie „Vielversprechendster Newcomer“ und Gewinnerin des YouTube-Preises für den besten Newcomer zeigt sie, wie YouTube virale Momente in bahnbrechende Karrieren verwandelt.

1,1 Mio

Abonnenten

485 Mio

Aufrufe

“YouTube hat mir eine Plattform geboten, auf der ich meine Musikkarriere aufbauen konnte, und mir ermöglicht, Ziele zu verwirklichen, die meine Vorstellungskraft überstiegen.”

Zahide Kayaci
zah1de

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

