



Content Spotlight

Deutschland, November 2025



Kochen 2.0



KOCH-CREATOR*INNEN 2.0

Für unter 40-Jährige sind Lebensmittel die Top-Kategorie im Spaß-Budget, noch vor Reisen oder Mode.¹⁾ Essenskultur wird zum täglichen Luxus, und Creator weisen den Weg. Während Kurzrezepte beliebt bleiben, heben sich Creator wie [Foris Kitchen](#) und [Wostock](#) ab, die kulturelle Einflüsse einmischen.

Spannend wird es, wenn Kreativköche kulinarische Momente in einen kulturellen Kontext einbetten. Da YouTube zunehmend auf dem TV genutzt wird, profitieren Shows mit längeren Laufzeiten. Es geht nicht mehr nur um die schnelle Inspiration, sondern um ein tiefes Eintauchen in die Essenskultur. Formate wie das "[Dinner Duell](#)" oder die Survival-Show "[Lost Chefs](#)" servieren mit Wettkämpfen eine perfekte Mischung aus Information und Unterhaltung.

Koch BrotmitEi erfindet währenddessen mit seiner Webserie "[Hier Essen oder Mitnehmen](#)" das Interview neu, indem er Gäste einen Tag lang zu ihren Lieblingslokalen begleitet.

YouTubes Creator zeigen, wie relevant Kochen für jeden ist. Der Grundgedanke ist einfach: Wir alle müssen essen. Diese universelle Relevanz, gepaart mit der inhaltlichen Vielfalt, eröffnet Werbepartnerschaften für alle Industrien.

1) [McKinsey](#), 2024.

2) YouTube Kanal, Abonnenten und Aufrufe im November 2025



CrispyRob

Die HÄRTESTE Kochshow der Welt - LOST CHEFS - Folge 1



Tim - Brot mit Ei

Ein Tag mit Till Reiners in ITALIEN - Folge 2/2

BEISPIELE VON CREATORN²⁾

Kanalname	Abonnenten	Abrufe (Total)
CrispyRob	👤 2,0 Mio.	↗️ 384 Mio.
Max	👤 1,5 Mio.	↗️ 503 Mio.
BrotmitEi	👤 343k	↗️ 103 Mio.
Wostock	👤 318k	↗️ 216 Mio.
Foris Kitchen	👤 41,1k	↗️ 18 Mio.