

# Das kreative Ökosystem von YouTube

## Beurteilung des Nutzens von YouTube für Creator:innen und Unternehmen in Deutschland in 2022

Jeden Tag nutzen deutsche Zuschauer:innen YouTube, um neue Fähigkeiten zu erlernen, sich mit anderen zu verbinden und ihr Leben zu bereichern. YouTube bietet eine Plattform, auf der diverse Creator:innen und (Medien-)Unternehmen in Deutschland heimisches und internationales Publikum erreichen können. Musikunternehmen nutzen YouTube auch, um neue Künstler:innen zu entdecken.

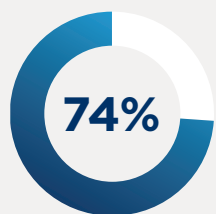


€10,000 +

Die Anzahl der YouTube-Kanäle in Deutschland mit Einnahmen **über 10.000 €** ist im Vergleich zum Vorjahr um **10 %** gestiegen.\*

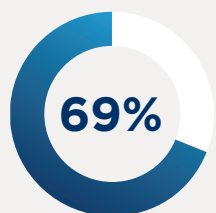
## Creator:innen und Unternehmen zum Erfolg verhelfen

YouTube hilft Creator:innen und Unternehmen, ein weltweites Publikum zu erreichen. Indem sie mit mehr potenziellen Kund:innen in Kontakt treten, können Unternehmen ihre Einnahmen steigern und Arbeitsplätze unterstützen.



### Wachsender Kundenstamm

74 % der KMU mit einem YouTube-Kanal stimmen zu, dass YouTube eine Rolle beim Ausbau ihres Kundenstamms gespielt hat, weil sie über die Plattform neue Zielgruppen erreichen konnten.



### Unternehmenswachstum

69 % der KMU mit einem YouTube-Kanal stimmen zu, dass YouTube eine Rolle bei der Steigerung ihrer Umsätze gespielt hat.



Seitdem wir auf YouTube unsere Produkte vermarkten, haben sich unser Umsatz erhöht und neue Arbeitsplätze ergeben.

— Leiter:in Marketing oder dieser Funktion unterstellte Führungskraft, produzierendes Unternehmen

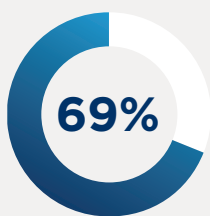
# Mehr als ein Gaming-Kanal

@ROCKETBEANSTV | 607K Abonnent:innen | Hamburg

Der YouTube-Kanal Rocket Beans TV wurde 2012 von den langjährigen Gaming-Moderatoren Daniel Budiman aka Budi, Etienne Gardé, Nils Bomhoff und Simon Krättschmer gegründet als Kreativraum für Formate und Inhalte rund um Gaming und Popkultur. Entstanden ist der Kanal parallel zur Ausstrahlung der Videospiele-Sendung Game One auf dem Sender MTV. Obwohl Game One und Rocket Beans TV sich teilweise inhaltlich ergänzen haben, deckte Rocket Beans ein umfangreicheres Themenspektrum ab, so wurden auch Themen wie Film, Fernsehen oder Technik behandelt.

Nach dem Ende der MTV-Sendung wurde Rocket Beans TV die Heimat von Deutschlands erstem 24/7-Streaming-Senderbetrieb. Ab Beginn des Projektes bot YouTube dem Team von Rocket Beans eine Möglichkeit, direkt mit seiner Community zu interagieren, was den Creatoren ermöglichte, neue Ideen zu testen und ihre Inhalte weiter zu verfeinern.

Aus ihrem YouTube-Kanal erwuchs ein Unternehmen mit über 100 Mitarbeitenden, welches über viele Rocket-Beans-Kanäle hinweg Live-Inhalte verbreitet, Auftragsproduktionen für u. a. öffentlich-rechtliche Sender entwickelt, Live-Events organisiert, Podcasts und Werbespots produziert, mehrtägige Gaming Festivals wie die Gamevasion umsetzt und sich damit in mehreren Medienbereichen bewegt.



## Regionale Sichtbarkeit

69 % der Unternehmen mit einem YouTube-Kanal stimmen zu, dass YouTube ihnen geholfen hat, Abonnent:innen aus ihrer Region zu gewinnen.



**Mehr als 15.000** Creator:innen und Partner in Deutschland beschäftigen für ihre YouTube-Kanäle andere Personen.



Seit 2015 ist YouTube für uns einer der wichtigsten Partner, was Reichweiten und unseren alltäglichen Geschäftsbetrieb angeht.

Viele unserer Hosts sind einer Menge Menschen bekannt geworden und können jetzt auf Rocket Beans TV sowie auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen als Influencer:innen viele Menschen erreichen.

— Arno Heinisch, CEO & Co-Founder, Rocket Beans



YouTube hat es mir ermöglicht, meinen Traum, mit Videospiele Geld zu verdienen, in die Wirklichkeit umzusetzen.

— Creator, 10.001 bis 50.000 Abonnent:innen

Veröffentlicht im August 2023.