

CHANCEN ERFOLGREICH UMSETZEN

BEURTEILUNG DES WIRTSCHAFTLICHEN,
GESELLSCHAFTLICHEN UND
KULTURELLEN NUTZENS VON YOUTUBE
IN DEUTSCHLAND



YouTube hilft Menschen, neue Fähigkeiten zu erwerben, Unternehmen zu gründen und Arbeitsplätze zu schaffen. Tag für Tag. In dieser Studie von Oxford Economics werden alle wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Auswirkungen des weltweit beliebten Videoportals in Deutschland mithilfe von ausgefeilten Umfragetechniken und ökonomischer Modellierung untersucht.

Rund eine Milliarde Stunden an YouTube-Videos werden täglich weltweit angesehen. In Deutschland werden über diese Aufrufe erhebliche Einkünfte für YouTube-Creator und andere Unternehmen generiert. Dies wiederum kommt der wirtschaftlichen Tätigkeit und den Beschäftigungszahlen innerhalb ihrer Lieferketten und damit auch der Wirtschaft in einem weiteren Umfeld zugute.

Unsere Berechnungen zum kreativen Ökosystem von YouTube ergeben für 2019 für Deutschland folgende Werte:



Beitrag in Höhe von rund
€775 Mio.
zum deutschen
Bruttoinlandsprodukt

UNSERE METHODE

Bei der ökonomischen Modellierung von Oxford Economics werden Umfrageergebnisse und öffentliche Daten herangezogen, um den Beitrag von YouTube zu zentralen wirtschaftlichen Kennzahlen wie BIP und Beschäftigung abzuschätzen. Wir haben zudem ökonomische Modelle für eine Schätzung des Werts ausgearbeitet, den die Verbraucher YouTube beimessen.

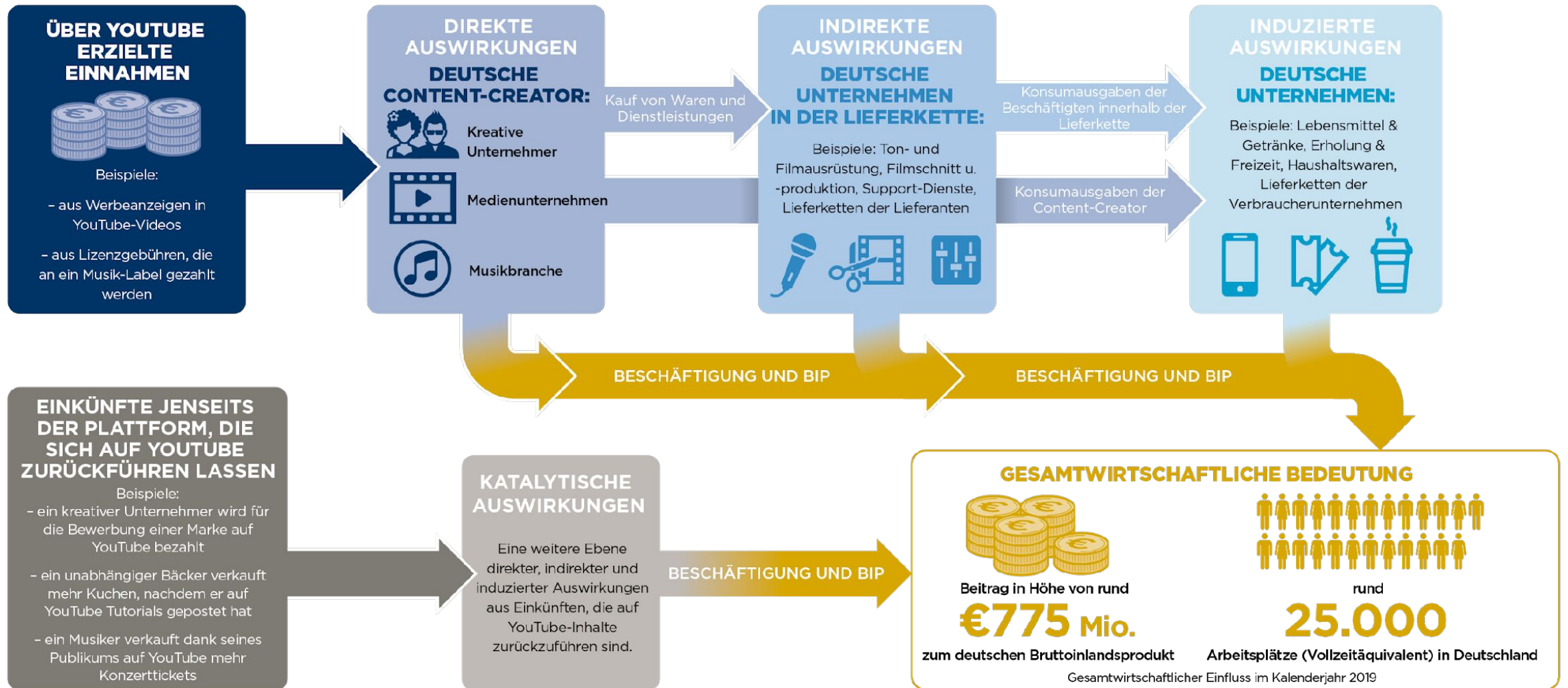
Für die Deutschland-Studie haben wir vier anonyme Umfragen mit 6000 in Deutschland ansässigen Nutzern, 600 Creators und 500 Unternehmen durchgeführt. Bitte beachten Sie, dass sich alle Aussagen in diesem Dokument konkret auf die Auswirkungen von YouTube in Deutschland beziehen.

Auf den nächsten Seiten präsentieren wir Ihnen die Ergebnisse unserer ökonomischen Modellierung sowie weitere wichtige Erkenntnisse aus unseren Untersuchungen. Wir stellen darüber hinaus eine Reihe personalisierter Fallstudien erfolgreicher YouTube-Creator vor, die in Deutschland ansässig sind.



rund
25.000
Arbeitsplätze
(Vollzeitäquivalent)
in Deutschland

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES KREATIVEN ÖKOSYSTEMS VON YOUTUBE



HIER SIND KREATIVE UNTERNEHMER ZU HAUSE

Die zahlreichen kreativen Unternehmer bei YouTube nutzen sowohl auf der Plattform als auch in der realen Welt Chancen und erzielen damit wirtschaftliche Erfolge in Deutschland.

76% der kreativen Unternehmer stimmen zu, dass YouTube ihnen ermöglicht, auf eine Art und Weise zu arbeiten, die ihren Bedürfnissen entspricht.

66% der kreativen Unternehmer zufolge hatte YouTube positive Auswirkungen auf ihre unternehmerischen Ziele.

58% der kreativen Unternehmer geben an, dass sich ihnen dank YouTube auch abseits der Plattform zusätzliche Möglichkeiten eröffnet haben.

“YouTube ist für kleine Unternehmen wie unseres von entscheidender Bedeutung. Dank YouTube konnten wir unsere Reichweite auf neue Märkte ausdehnen und uns von etablierten Konkurrenten absetzen. Heute können wir mit großen Unternehmen konkurrieren – sowohl auf YouTube als auch in betriebswirtschaftlichen Zahlen ausgedrückt. Das verdanken wir dieser Plattform.”

Marketing Manager eines deutschen Unternehmens für Engineering Simulation



Die Bezeichnung *kreative Unternehmer* steht hier für YouTube-Creator mit mindestens 10.000 Abonnenten auf ihrem größten Kanal und für Creator mit weniger Abonnenten, die direkt von YouTube Mittel erhalten, aus anderen Quellen mit ihren YouTube-Videos Mittel erwirtschaften und/oder dauerhaft andere Menschen zur Unterstützung ihrer YouTube-Aktivitäten beschäftigen.

FALLSTUDIE: SALLYS WELT

Mit mehr als 1,7 Millionen YouTube-Absonnenten und über 450 Millionen Aufrufen ist Sallys Welt Europas größter und bekanntester Food-Blog. Die ehemalige Grundschullehrerin Sally Özcan war eine der ersten Food-Creators, die YouTube in vollem Umfang genutzt hat, um ihre Leidenschaft für Kulinarik mit anderen Menschen zu teilen. Ihr erstes Video mit einem Rezept postete sie 2012 auf ihrem Kanal. Unterstützt wird sie von ihrem Ehemann Murat und ihrem Produktionsteam (5 VZB). Sally postet jede Woche drei zu Hause aufgenommene Videos – dabei geht es mittlerweile nicht mehr nur ums Kochen und Backen, sondern auch um Deko für die Wohnung und DIY-Tipps. Nach ihrem Erfolg auf YouTube moderiert Sally Kochsendungen im deutschen Fernsehen, schreibt Kochbücher, entwickelt ihre eigenen Küchenprodukte und Haushaltswaren und hat ihren ersten Flagship Store in Mannheim im Mai 2020 eröffnet. Ihr Unternehmen beschäftigt mittlerweile mehr als 100 Angestellte, und Sally gilt als eine der 20 einflussreichsten Deutschen in der digitalen Welt.



EIN ORT, AN DEM WISSEN GETEILT WIRD

YouTube regt seine Nutzer in Deutschland dazu an, beruflich wie privat umfangreiche neue Fähigkeiten und neues Wissen zu erwerben. Auf diese Weise können sie Geld sparen, Qualifikationen erwerben und sogar ihre Karriere wieder ankurbeln.

59% der Nutzer in Deutschland sehen sich regelmäßig Tutorials und DIY-Videos auf der Plattform an.

Mehr als jeder vierte deutsche Nutzer gibt an, dank YouTube Geld oder Zeit gespart zu haben.

73% der deutschen Lehrer, die YouTube nutzen, geben an, in ihrem Unterricht Inhalte aus der Plattform zu verwenden.

“Im Bildungsbereich ist YouTube eine praktische Plattform, um Wissen und Lerninhalte unterhaltsam und spannend zu präsentieren. Bei einem Sprachkurs ist es enorm wichtig, viele Videos zu zeigen, damit die Schülerinnen und Schüler eine Sprache besser verstehen. Auf diese Weise bleiben sie auch eher am Ball, verbessern ihre mündlichen Sprachkenntnisse und haben die Möglichkeit, auch die Kultur kennenzulernen.”

Deutscher Sprachlehrer an einer internationalen weiterführenden Schule

FALLSTUDIE: MATHE BY DANIEL JUNG

Daniel Jung, “Deutschlands Rockstar der Mathematik”, ist im Bildungsbereich der meistgesehene YouTube-Creator Deutschlands. In seinem Kanal, Mathe By Daniel Jung (2011 ins Leben gerufen), erklärt Daniel Jung in kurzweiligen fünf Minuten mathematische Konzepte aller Art. Durchschnittlich 600.000 Schülerinnen und Schüler sowie Studentinnen und Studenten lernen jeden Monat gemeinsam mit ihm. Sein Kanal verzeichnet bei über 2.500 Tutorials über 250 Millionen Aufrufe. Mit seinem Ansatz, den er selbst als „klar und clean“ bezeichnet, versucht Daniel Jung, das öffentliche Bild von Bildung und Mathematik zu verändern. Er hat darüber hinaus mehrere Bücher veröffentlicht und beteiligt sich an zahlreichen Unternehmen im Bereich Lernen und Bildung.



EIN MOTOR FÜR DIVERSITÄT UND SOZIALEN WANDEL

YouTube ist für alle zugänglich. Dies eröffnet Creatoren aus allen gesellschaftlichen Schichten und Regionen Deutschlands neue Möglichkeiten, indem sie Kosten sparen und die klassischen Wege in der Medienwelt umgehen können. Die unglaublich vielseitigen Inhalte auf der Plattform spiegeln wider, wie facettenreich die Community der YouTube-Creator ist. Die Inhalte werden von Nutzern verschiedenster Interessen und aller kultureller Hintergründe aufgerufen. Auf diese Weise können ein sozialer Dialog sowie neue Communities entstehen und sogar sozialer Wandel vorangetrieben werden.

69% der deutschen kreativen Unternehmer geben an, dass sie dank YouTube Themen, die ihnen wichtig sind, stärker beeinflussen können.

60% der deutschen Creator, die einer gesellschaftlichen Minderheit angehören, stimmen zu, dass YouTube eine Plattform bietet, auf der sie Erfahrungen aus ihrem eigenen Leben weitergeben und anderen Wissen vermitteln können.

60% der deutschen kreativen Unternehmer stimmen zu, dass sie als YouTube-Creator in der Plattform eine Art Zuhause sehen.

FALLSTUDIE: LEEROY WILL'S WISSEN!

Leeroy Matata sitzt seit seinem vierten Lebensjahr im Rollstuhl. Doch das hindert ihn nicht daran, ein erfülltes Leben zu führen. Seine Geschichte hat viele andere Menschen berührt. Als Teenager spielt er zum ersten Mal in der Nationalmannschaft im Rollstuhl-Basketball. Professionelle YouTube-Videos postet er erst seit gut einem Jahr, doch seine drei Kanäle verzeichnen bereits 160 Millionen Aufrufe. Sein bekanntester Kanal ist „Leeroy will's wissen!“. Hier gibt er auf einfühlsame und spannende Weise Menschen eine Stimme, die einer Minderheit ohne große Lobby angehören und sonst keine Plattform haben, um über ihr Leben und ihre Ansichten zu sprechen. Nach nur einem Jahr verzeichnet der Kanal bereits über eine Million Abonnenten. Damit ist Leeroy einer der erfolgreichsten Aufsteiger 2020 auf der Plattform und der beliebteste YouTube-Creator von sozialkritischen Videos.



“Bei vielen unserer Kampagnen hat YouTube einen großen Unterschied ausgemacht. Im Ergebnis konnten wir mit verschiedenen Organisationen und der Community vor Ort zusammenarbeiten, um das Leben der Menschen dort zu verbessern. So konnten wir uns beispielsweise bei unserem Projekt über den Welthunger-Index und das falsche Bild von erzwungener Migration in der Öffentlichkeit über sehr viele Aufrufe freuen. Wir konnten mehrere Plattformen erreichen, und die Menschen haben ihre Meinung dazu mitgeteilt. Wenn du auf YouTube bist, steigt deine Sichtbarkeit auch auf anderen Plattformen.”

Content Strategy Manager einer NGO

DAS SAGEN NUTZER UND CREATOR ÜBER YOUTUBE

ZAHLEICHE VORTEILE FÜR CREATOR

„In den Jahren 2014-2016 hat es mir bei einer persönlichen Krise sehr geholfen, die Freiheit zu haben, zu Hause zu arbeiten, Geld zu verdienen und das zu tun, was ich liebe. Vielen Dank dafür!“

**Creator (M), 35-44, Deutschland,
1,1-2,5 Millionen Abonnenten**

„Ich liebe es, aufwendige journalistische Inhalte zu produzieren, die in der werbegetriebenen Umgebung der (Online)-Medien sonst nicht stattfinden würden.“

Creator (M), 25-34, Deutschland, 0-500 Abonnenten

„Inzwischen werde ich auf der Straße angesprochen, Fans möchten Fotos mit mir machen, beides freut mich sehr. Gestresst bin ich von den vielen E-Mails, die ich erhalte ...“

**Creator (W), 55-64, Deutschland,
50.000-250.000 Abonnenten**

MEHR WISSEN UND VERSTÄNDNIS

„Eine tolle Plattform, für die meisten Menschen nicht nur Zeitvertreib, sondern auch wertvoller Informationskanal für Weiterbildung, Reisen, andere Länder und Mentalitäten.“

Nutzer (M), 65-74, Baden-Württemberg

„Ganz praktisch, da viele Leute ihr Wissen bzgl. Tipps, Tricks und DIY teilen! Erleichtert das tägliche Leben.“

Nutzer (W), 25-34, Berlin

„Ich erfahre immer wieder Neues über die Welt und finde viel Inspiration.“

Nutzer (W), 18-24, Hamburg

COMMUNITIES ENTSTEHEN ODER WERDEN GESTÄRKT

„Ich habe YT erst vor drei Monaten gestartet, um meine Passion mit anderen Menschen zu teilen. Ich bin froh, als Creator arbeiten zu können und Menschen zu erreichen, die ich sonst nicht erreichen könnte, da meine Viewers hauptsächlich in den USA und Indien zu finden sind.“

Creator (W), 35-44, Deutschland, 0-500 Abonnenten

„Ich habe durch YouTube sehr viele nette Menschen kennengelernt und verdiene etwas nebenbei, was aber nicht wichtig für mich ist :).“

**Creator (M), 35-44, Deutschland,
10.000-50.000 Abonnenten**

„Da ich Musik-Fan bin, ist es genial, auch seltene Musik auf YouTube zu finden.“

Nutzer (W), 45-54, Mecklenburg-Vorpommern

Quelle: Umfragen bei in Deutschland ansässigen Nutzern und Creatorn

OXFORD ECONOMICS

Oxford Economics wurde 1981 als Joint Venture des Business College der Oxford University gegründet, um wirtschaftliche Prognosen und Modelle für britische Unternehmen und Finanzinstitute bereitzustellen, die eine Expansion ins Ausland planen. Seit ihrer Gründung entwickelte sich die Organisation zu einem der führenden globalen und unabhängigen Beratungsunternehmen der Welt und bietet Berichte, Prognosen und Analysetools in über 200 Ländern, 250 Branchen und 7000 Städten und Regionen an.

Mit Sitz in Oxford (England) und regionalen Zentren in Frankfurt, London, New York und Singapur beschäftigt Oxford Economics 400 Vollzeitangestellte, darunter über 250 Ökonomen, Branchenexperten und Wirtschaftsredakteure. Das hochqualifizierte Team bietet eine breite Palette an Forschungstechniken und verfügt über wegweisende Expertise, unter anderem in Bereichen wie ökonomische Modellierungen, Scenario Framing und Wirkungsanalysen, aber auch Marktumfragen, Fallstudien, Expertenpanels und Web-Analysen.

Oxford Economics fungiert als wichtiger Berater für Entscheidungsträger in Unternehmen, Finanzinstituten und Regierungen. Zu den Kunden zählen weltweit über 1500 internationale Organisationen, unter anderem führende multinationale Unternehmen und Finanzinstitute, wichtige Behörden und Wirtschaftsverbände sowie führende Universitäten, Beratungsunternehmen und Think Tanks.



FRAGEN UND ANTWORTEN ZU UNSERER METHODE

Wie haben wir die Schätzung des Beitrags des kreativen Ökosystems von YouTube zum BIP vorgenommen?

Für die Schätzung des finanziellen Beitrags von YouTube 2019 insgesamt wurden die Ergebnisse unserer Umfrage bei in Deutschland ansässigen YouTube-Content-Creators und öffentlichen Umsatzzahlen aus der Musikbranche herangezogen.

Wir haben den direkten Beitrag der kreativen Unternehmer zum BIP geschätzt, indem wir die Vorleistungen von den Einkünften abgezogen haben, die auf eine YouTube-Aktivität zurückzuführen sind („Produktionsansatz“). Der direkte Beitrag von Musik- und Medienunternehmen zum BIP wurde geschätzt, indem wir für die Auszahlungsschätzungen eine standardmäßige BIP-Quote im Verhältnis zum Output herangezogen haben.

Anschließend haben wir ein Input-Output-Modell (im Wesentlichen eine Tabelle, in der angezeigt wird, wer was von wem in der deutschen Wirtschaft kauft) verwendet, um sowohl die (indirekten) Auswirkungen auf die Lieferkette als auch die (induzierten) Auswirkungen auf die Ausgaben der Beschäftigten zu schätzen. Das Modell für Deutschland basiert auf dem globalen Input-Output-Modell von Oxford Economics, das wiederum auf OECD-Daten basiert.

Unsere Ergebnisse werden als Bruttozahlen präsentiert: Mit anderen Worten, sie berücksichtigen nicht, wofür die Ressourcen, die von Content-Creators verwendet wurden oder durch ihre Ausgaben angeregt wurden, alternativ hätten eingesetzt werden können.

Sind bei den Ergebnissen Aktivitäten ausgeschlossen, die in Zusammenhang mit YouTube stehen?

Unsere Schätzungen beinhalten weder den wirtschaftlichen Beitrag der Geschäftstätigkeit von YouTube selbst noch die Vorteile für Unternehmen in Form von höheren Absatzzahlen nach Werbung auf YouTube.

Wie haben wir die Schätzung zum Beitrag von YouTube zu den Beschäftigungszahlen vorgenommen?

Die Zahl der FTE-Stellen (Vollzeitäquivalente) in Zusammenhang mit kreativen Unternehmern wurde auf Grundlage der Antworten auf die Umfrage geschätzt, wie viele Stunden Arbeit wöchentlich in YouTube investiert werden. Wir haben nur die Antworten von kreativen Unternehmern berücksichtigt, die mindestens acht Stunden Arbeit pro Woche in YouTube investieren. Die Zahl der Stellen in Zusammenhang mit bei kreativen Unternehmern dauerhaft Beschäftigten wurde ebenfalls auf Grundlage der Antworten auf die Umfrage geschätzt.

Die Zahl der Stellen in Zusammenhang mit Medien- und Musikunternehmen sowie im Rahmen von indirekten und induzierten Auswirkungen für Creators jeglicher Art wurde geschätzt, indem Produktivitätsannahmen für die BIP-Ergebnisse herangezogen wurden.

Hinweis: Die in diesem Dokument vorgestellten Fallstudien basieren auf Informationen, die von YouTube bereitgestellt wurden.

