



Die Crème de la Crème der YouTube- & Creator-Szene mit über 100 Millionen Reichweite war der Einladung von Lexware zur Premiere der zweiten Staffel von YouTube Deutschland gefolgt.

LEIDENSCHAFT TRIFFT BUSINESSPLAN

## Wie YouTuber das Unternehmertum neu erfinden

**Wer gründet, folgt einem strikten Businessplan. Eigentlich. Dass es auch anders geht, beweisen die YouTuber. Sie stehen für eine neue Generation von Unternehmer:innen, die ihrer Leidenschaft folgen und das machen, was sie lieben: Streaming Content. Christian Steiger, Geschäftsführer von Lexware, hat das Potential der Creator Economy früh erkannt. Sein Unternehmen ist Hauptpartner der Dokumentation YouTube Deutschland, die einen Blick hinter die Kulissen ermöglicht.**

### Bühne frei für ein neues Unternehmertum

Nachdem bereits die erste Staffel ein voller Erfolg war, fand am 5. Februar die Premiere der zweiten Staffel von YouTube Deutschland im CineNova in Köln-Ehrenfeld statt: Mit über 350 geladenen Gästen und einer Reichweite von über 100 Millionen traf sich das Who-is-who der deutschen YouTube- und Creator-Szene zu Saxofon-Klängen auf dem roten Teppich. Naomi Jon, Kayef, Phake, Mrs. Bella, Ben Berger, Simon Will, Steuerfabi – sie alle waren gekommen.

Der Ort hätte nicht besser gewählt sein können: Ehrenfeld ist ein junges und kreatives In-Viertel mit einer ausgeprägten Club- und Kulturszene. Hier ist zuhause, wer sein Ding machen will und eher unkonventionell unterwegs ist. Ähnlich dürften die meisten YouTuber ins Unternehmertum gestartet sein. Ihnen ging es weniger darum, ein Business aufzubauen, als vielmehr YouTube als Bühne für sich zu nutzen und Spaß zu haben. Zuschauer:innen zu unterhalten. Und einen Ort zu schaffen, wo man so sein kann, wie man wirklich ist. Von ihrem Erfolg waren die meisten YouTuber jedenfalls selbst überrascht. Irgendwie können sie es immer noch nicht fassen, dass sie hier heute als erfolgreiche Unternehmer:innen stehen.

### Mehr als nur Entertainment

Lange galten YouTuber als Entertainer, nicht als Unternehmer:innen. Als Menschen mit Kameras, nicht mit Geschäftsmodellen. Doch

wer heute auf Plattformen wie YouTube, TikTok oder Instagram erfolgreich ist, führt ein Unternehmen – mit Mitarbeitenden, Budgets und Strategien. Sie produzieren Inhalte, verhandeln Kooperationen, werten Daten aus. Nur heißen ihre Kund:innen Follower, ihre Märkte Communities. Laut einer Umfrage unter knapp 150 der erfolgreichsten Creators (Lexware x WeCreate Creator Survey, 2025) können 63 Prozent der befragten Creators von ihrem Einkommen leben, 68 Prozent sehen ihre Arbeit als Beitrag zur deutschen Wirtschaft. Ihre Einnahmen schwanken zwischen 3.000 und 110.000 Euro

**»Creators stehen für Unternehmertum in seiner freiesten Form: kreativ, digital, mutig. Und vor allem selbstbestimmt.«**

Christian Steiger, Geschäftsführer Lexware

im Monat, ihre Verantwortung nicht: gegenüber Mitarbeitenden, Partner:innen und Millionen Followern.

»Wir sind die größten Meinungsführer einer Generation. LOL.« sagt Rezo an einer Stelle in der Dokumentation. Er weiß, wovon er spricht: 2019 befeuerte er mit einem Webvideo den politischen Diskurs. Die Creator Economy hat seitdem noch an kultureller und gesellschaftlicher Relevanz dazugewonnen. Digitale Inhalte und Plattformen verdrängen zunehmend traditionelle Medien und sind auf dem Weg, zur primären Nachrichtenquelle für junge Generationen zu werden. Creators gestalten also nicht nur Inhalte, sondern

tragen auch zur Meinungsbildung und gesellschaftlichen Debatten bei.

### Wertschätzen statt unterschätzen

Unternehmertum ist eine treibende Kraft für Innovation und Fortschritt. Doch die Art, wie Menschen heute wirtschaftlich tätig sind, wandelt sich rasant. Rund 19 Millionen Creators in Deutschland nutzen digitale Plattformen, um Inhalte zu schaffen und daraus ein Geschäft zu entwickeln. Die Creator Economy zeigt, wie vielfältig Unternehmertum geworden ist: Mut, Eigeninitiative und Innovationskraft sind Teil ihrer DNA. Was YouTuber und andere Creators leisten, ist mehr als das bloße Hochladen von Videos. Gleichwohl wird diese Form der Selbstständigkeit noch oft unterschätzt. Nicht von der jüngeren Generation: Laut einer Studie will jede:r fünfte Jugendliche Creator werden (IW-Report 46/2023). Damit gehört Creator zu den Traumjobs der Zukunft und steht für eine dynamische und immer beliebter werdende Form des Unternehmertums. Lexware hat sich zum Ziel gesetzt, Unternehmertum einfach zu machen. Als einer der führenden Anbieter von Buchhaltungssoftware nimmt Lexware Selbstständigen Bürokratie ab, sodass sie sich voll auf ihr Business konzentrieren können. Als Partner der Dokumentation YouTube Deutschland und Gastgeber der Premiere in Köln setzt Lexware ein Zeichen: für die Anerkennung einer neuen Generation von Unternehmer:innen, die Verantwortung übernehmen und wirtschaftliche Impulse setzen – weit über die digitale Welt hinaus.

### TELL YOUR STORY: VON DER KAMERA ZUR SELBSTSTÄNDIGKEIT



Wusste schon früh, dass sie Beauty-Creatorin sein will. Gestartet als Make-up-Artistin, leitet sie heute ein kleines Imperium aus Parfümlinie, Musik und Modeprojekten.



Der Tischler nutzt Social Media, um den Traum von der eigenen Handwerksschmiede zu finanzieren. Gleichzeitig setzt er sich für Gleichberechtigung und eine Modernisierung der Branche ein.



Die Unternehmerin hat das früher Unmögliche geschafft: Als gelernte Friseurin steht sie vor, statt hinter der Kamera. Die Beauty-Creatorin hat eigene Beauty-Kollektionen und ist Autorin eines Spiegel-Bestsellers.

Jetzt die unterschätzte Creator Economy entdecken:

Beide YouTube Deutschland-Staffeln, spannende Hintergründe und Studien sowie inspirierende Unternehmensgeschichten gibt es unter [lexware.de/youtube](https://lexware.de/youtube)

**Lexware**