

KAMPAGNENBAUSTEINE DIGITAL #YOUTUBE

INSIDE YOUTUBE

ÜBER YOUTUBE

- # Vermarktungsuniversum mit drei starken Partnern
- # Gebündelte Vermarktung über EL CARTEL
- # Diverser Zielgruppenmix aus allen relevanten Bereichen

RTLZWEI | PORTFOLIO | DIGITAL | YOUTUBE

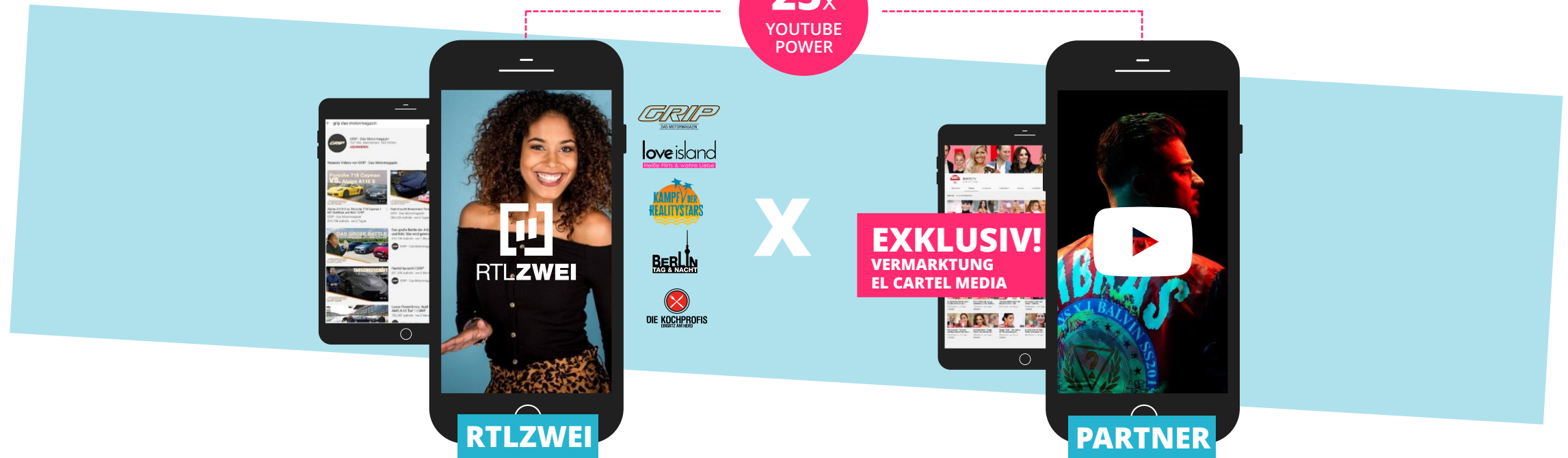
YOUTUBE-UNIVERSUM

RTLZWEI & PARTNER

► YOUTUBE OVERVIEW

Quelle: YouTube Creator Studio / Eigene Erhebung, Stand: Mrz 24
Youtube Studio, Videoviews Partnerchannel monatl. Wert Ø 01.12.2023-29.02.2024
*2 Youtube Studio, Videoviews exkl. Partnerchannel und Claimed, inkl. El Cartel Music, monatl. Wert Ø 01.12.2023-29.02.2024

25x
YOUTUBE
POWER



5x PARTNER
YOUTUBE-
KANÄLE

über 599 Tsd. PARTNER
YOUTUBE
VIDEOVIEWS *

19x RTLZWEI
YOUTUBE-
KANÄLE

über 62 Mio. RTLZWEI
YOUTUBE
VIDEOVIEWS *2

ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content (z. B. „GRIP Originals“) verlängert TV-Formate auch digital
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch zahlreiche Hintergrund- und Zusatzinfos

RTLZWEI | PORTFOLIO | DIGITAL | YOUTUBE

YOUTUBE-CHANNELS

RTLZWEI

► SNACKABLE CONTENT FÜR ALLE

Quelle
YouTube Creator Studio / Eigene Erhebung, Stand: Mrz 24
Videoviews exkl. Partnerchannel und Claimed, inkl. El Cartel Music, monatl. Wert Ø 01.12.2023-29.02.2024

19x YOUTUBE-KANÄLE

über **8,0** Mio.

YOUTUBE-ABONNENTEN

über **62** Mio.

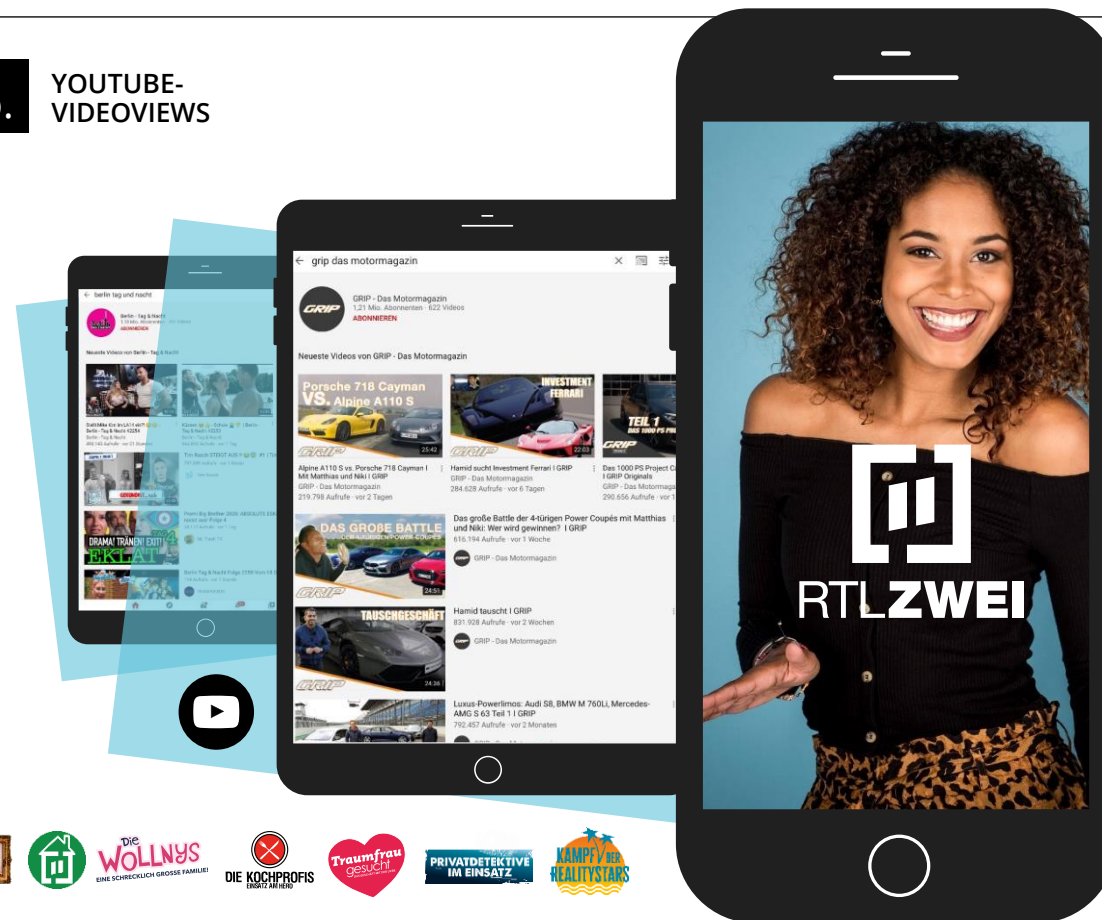
YOUTUBE-VIDEOVIEWS

► INFORMATIONEN

Die RTLZWEI-YouTube-Kanäle zu beliebten Formaten sind eine ideale Möglichkeit, Marken und Produkte über das TV hinaus zu verlängern. Die wirkungsvolle Integration von umfangreichen Werbemitteln hat eine extrem hohe Sichtbarkeit innerhalb der Channels.

► RTLZWEI-/YOUTUBE-CHANNELS

- | | | |
|--------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| # RTLZWEI | # Love Island | # Traumfrau gesucht |
| # RTLZWEI DOKUS | # Hilf mir! | # Privatdetektive im Einsatz |
| # GRIP Originals | # Die Straßencops | # u.v.m. |
| # GRIP Elektro | # Family Stories | |
| # Berlin – Tag & Nacht | # RTLZWEI Home / Der Trödeltrupp | |
| # Kampf der Realitystars | # Die Wollnys | |
| # Krass Schule | # Die Kochprofis | |



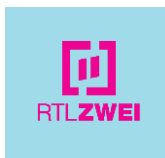









ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content (z. B. „GRIP Originals“) verlängert TV-Formate auch digital
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch zahlreiche Hintergrund- und Zusatzinfos

YOUTUBE
RTLZWEI

ÜBERBLICK | YOUTUBE ZUSCHAUERSTRUKTUR

Quelle
YouTube Creator Studio: Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024; bei Love Island und KDRS liegen Staffelzeiträume zugrunde

										
FRAUEN	<div><div>50 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>1%</div><div>F_13-17 Jahre</div></div> <div><div>11%</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>7%</div><div>F_25-34 Jahre</div></div>		<div><div>53%</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>27 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>9%</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>52 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>20 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>7%</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>60%</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>3%</div><div>F_13-17 Jahre</div></div> <div><div>24%</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>14%</div><div>F_25-34 Jahre</div></div>	<div><div>59 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>72 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>21 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>49 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>21 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>9 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>53 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>20 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>19 %</div><div>F_13+ Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>F_18-24 Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>F_35-44 Jahre</div></div>
MÄNNER	<div><div>50 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>14 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>94 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>32 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>25 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>15 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>47 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>22 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <td><div><div>48 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>21 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>7%</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>9 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>40 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>13 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>10 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div></td> <td><div><div>41 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>7 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>11 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>10 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>28 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>6 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>5 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>50 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>14 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>47 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>17 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>11 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>81 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div><div><div>19 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div><div><div>16 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div><div><div>16 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div></td>	<div><div>48 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>21 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>7%</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>9 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>40 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div>	<div><div>41 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>7 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>28 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>5 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>50 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>14 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>47 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>17 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>	<div><div>81 %</div><div>M_13+ Jahre</div></div> <div><div>19 %</div><div>M_18-24 Jahre</div></div> <div><div>16 %</div><div>M_25-34 Jahre</div></div> <div><div>16 %</div><div>M_35-44 Jahre</div></div>

RTLZWEI

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

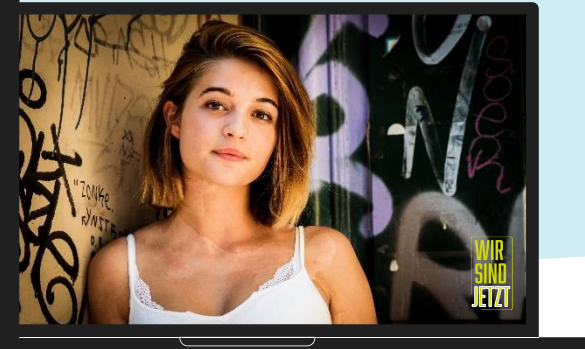
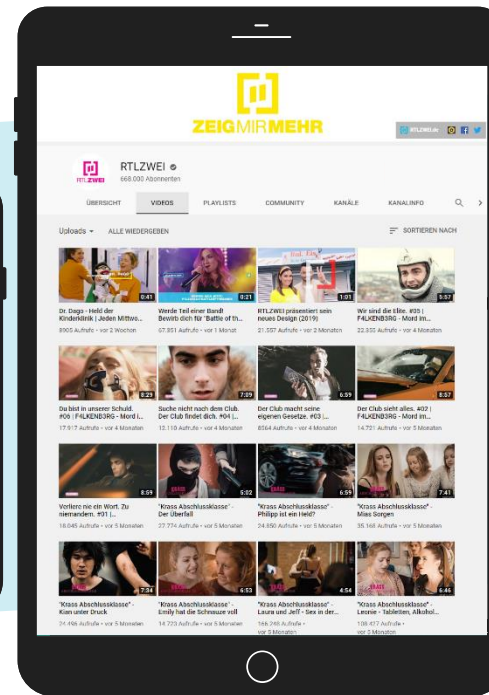
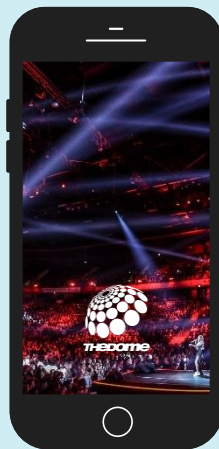
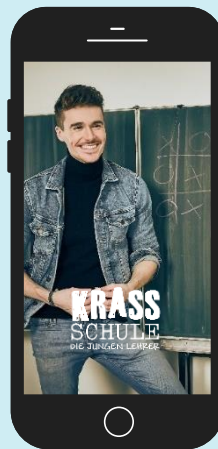
 über **785** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

5,9 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

11 % FRAUEN 18 – 24 J.

14 % MÄNNER 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



RTLZWEI DOKUS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

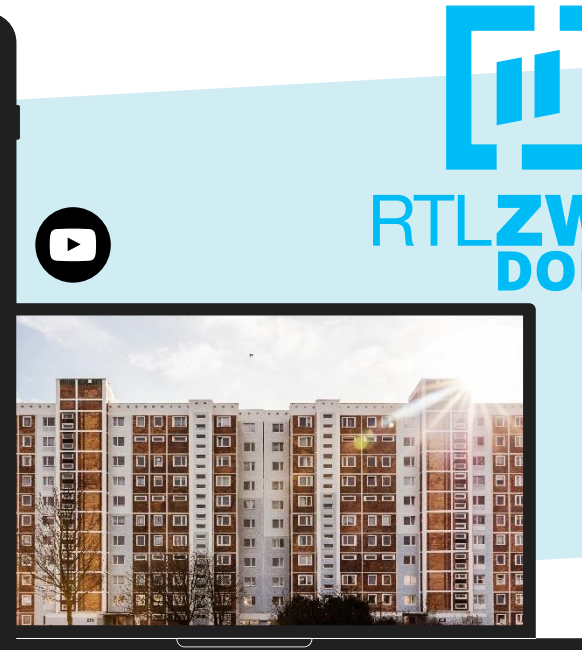
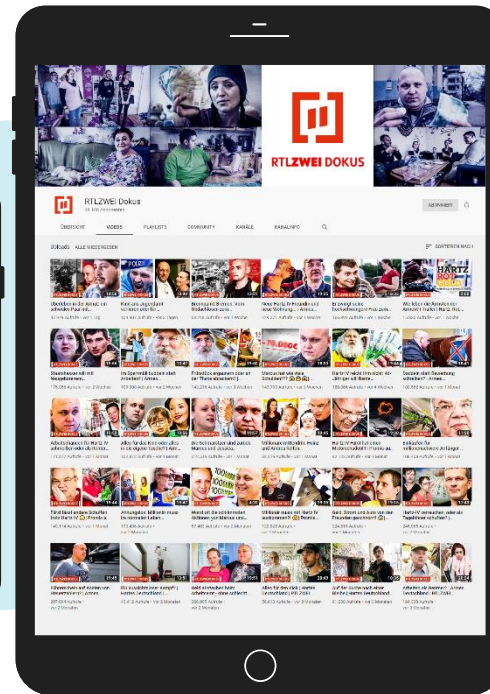
über **87** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

4,9 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

18 % MÄNNER 18 – 24 J.

23 % MÄNNER 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



GRIP – DAS MOTORMAGAZIN

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **1,5** Mio.

YOUTUBE
ABONNENTEN

6,5 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

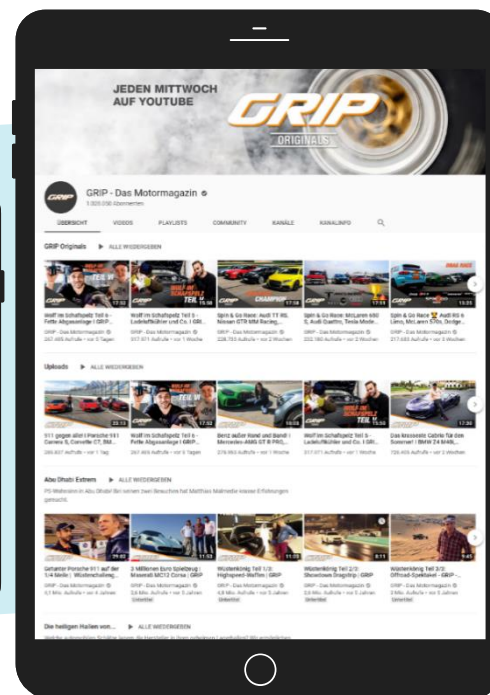
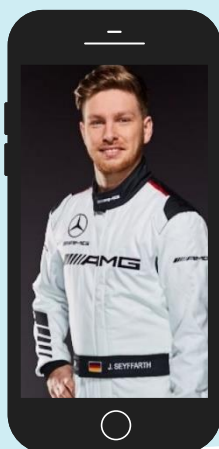
32 %

MÄNNER
18 – 24 J.

25 %

MÄNNER
25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



GRIP – ELEKTRO

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **50** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

38 Tsd.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

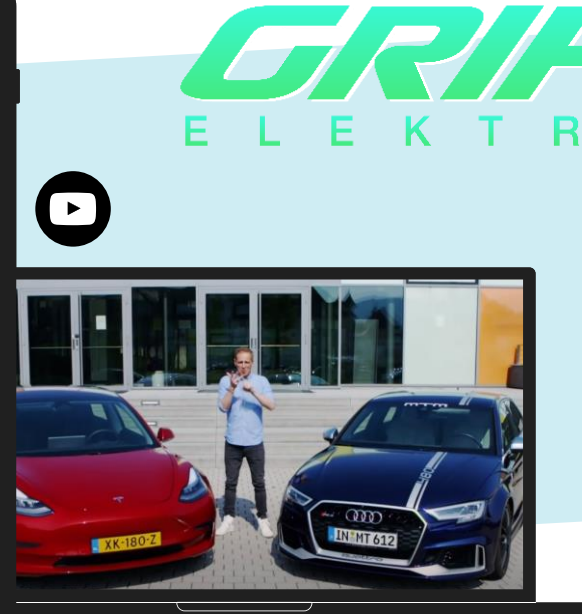
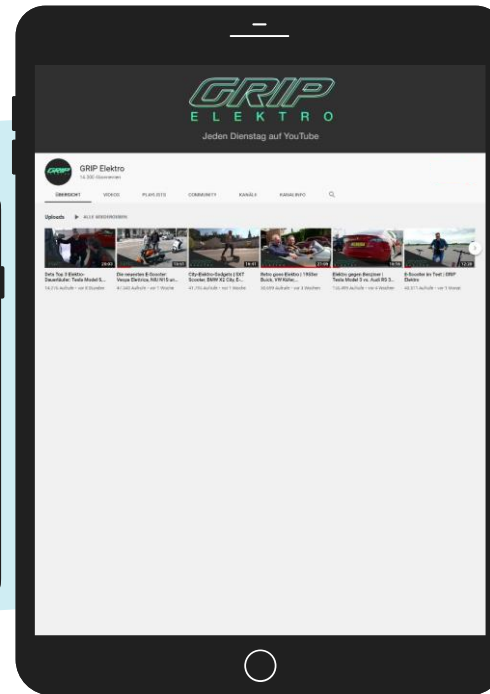
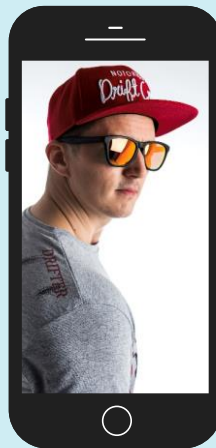
18 %

MÄNNER
18 – 24 J.

17 %

MÄNNER
25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



BERLIN – TAG & NACHT

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **1,5** Mio.

YOUTUBE
ABONNENTEN

11,6 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

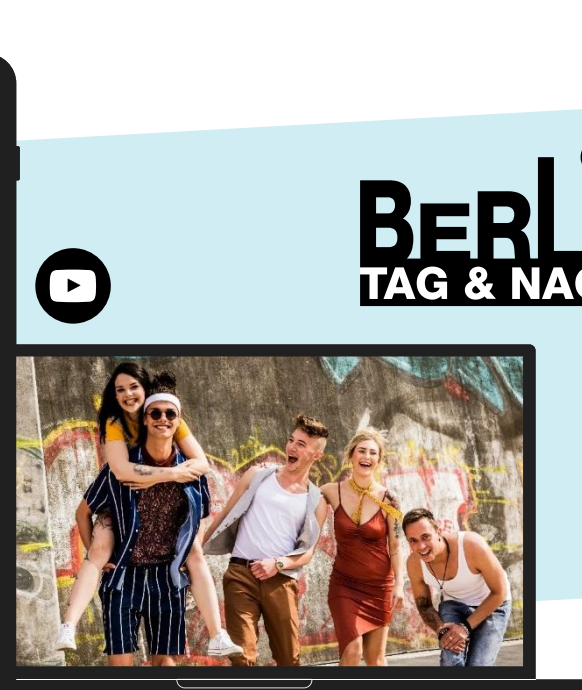
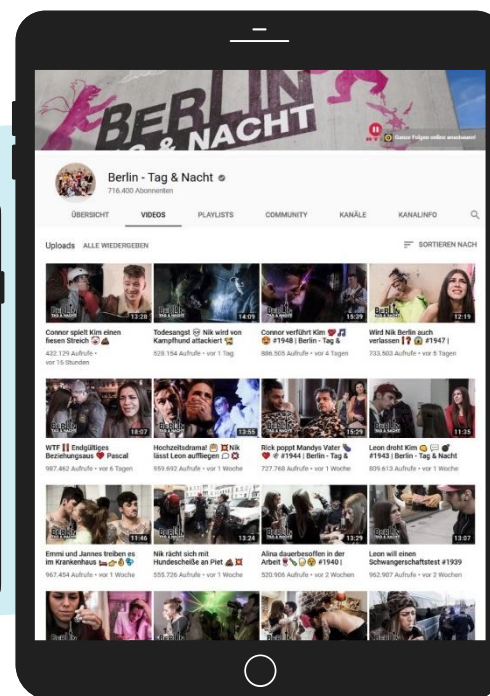
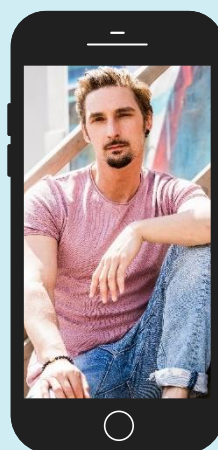
27 %

FRAUEN
18 – 24 J.

22 %

MÄNNER
18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



BERLIN
TAG & NACHT

LOVE ISLAND

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

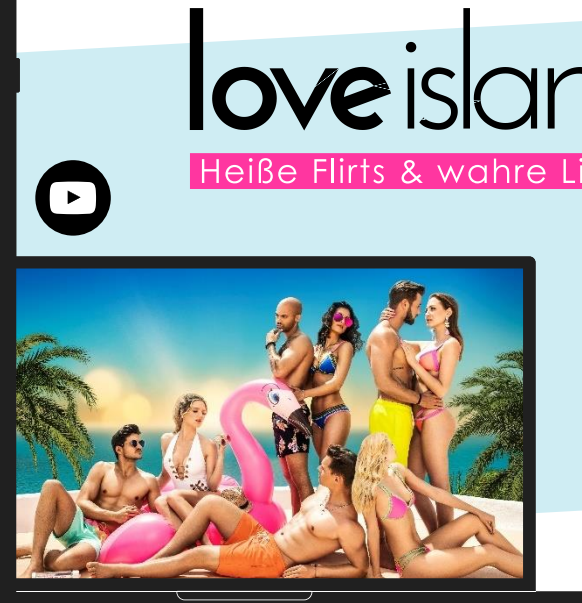
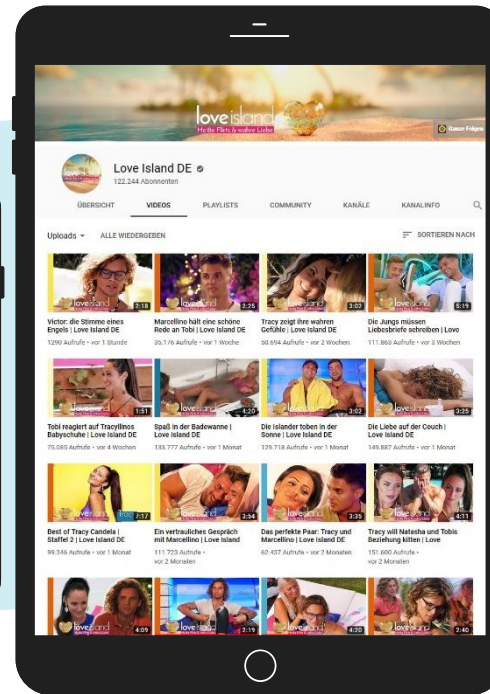
 über **260 Tsd.** YOUTUBE
ABONNENTEN

3,5 Mio. YOUTUBE
VIDEOVIEWS

24 % FRAUEN
18 – 24 J.

13 % MÄNNER
18 – 24 J.

Quelle
Youtube Studio 04.09.-09.10.2023 (inkl. 7DCU); Abonnenten:
Stand 07.03.2024
Strukturannteil Ø 01.09.2023-31.10.2023



KAMPF DER REALITYSTARS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **23** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

5,6 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

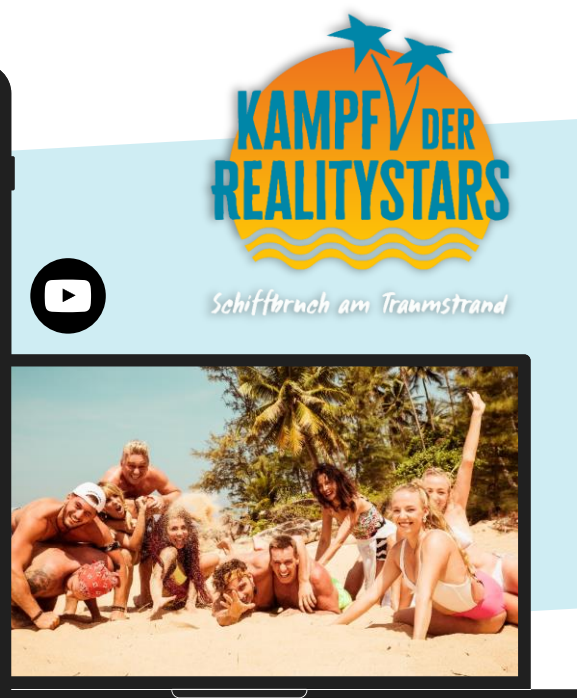
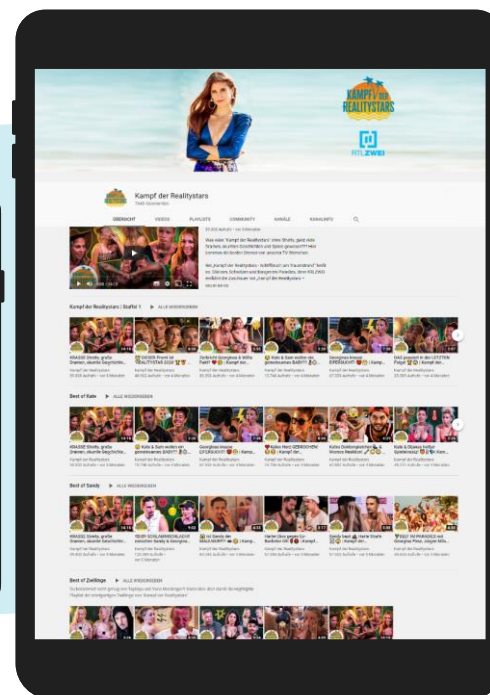
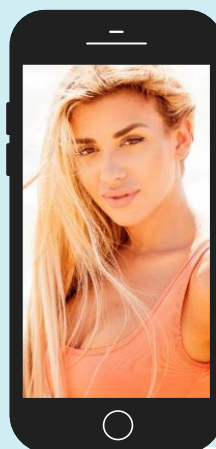
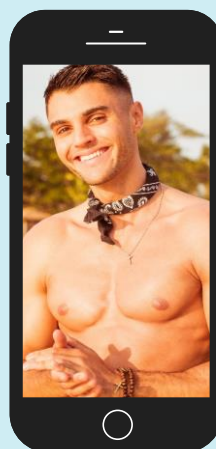
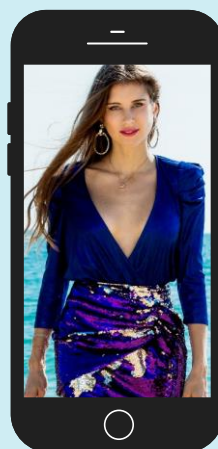
25%

FRAUEN
18-34 J.

18 %

MÄNNER
18-34 J.

Youtube Studio 20.03.-21.06.2023 (inkl. 7DCU);
Abonnenten: Stand Jul 23
Strukturanteil Ø 01.03.2023-30.06.2023



HILF MIR!

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

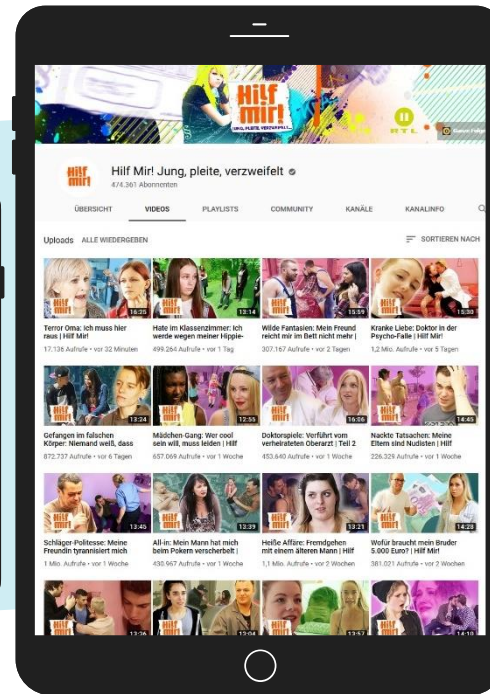
 über **885 Tsd.** YOUTUBE ABONNENTEN

7,5 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

20 % FRAUEN 18 – 24 J.

14 % MÄNNER 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturannteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



FAMILY STORIES

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **307** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

2,8 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

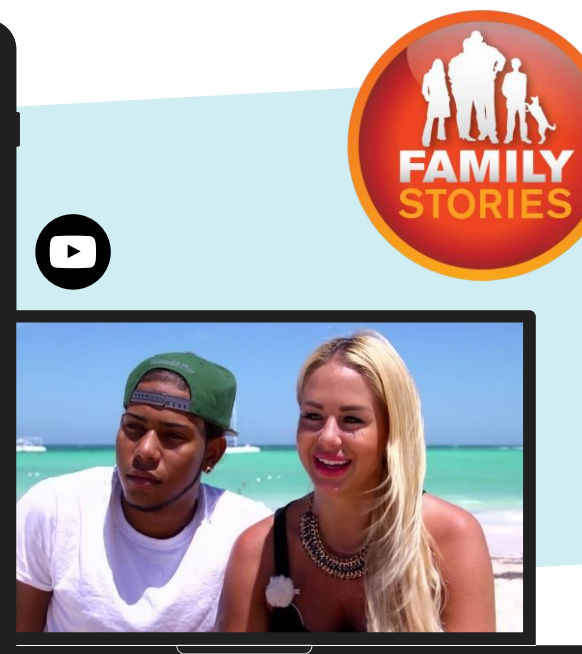
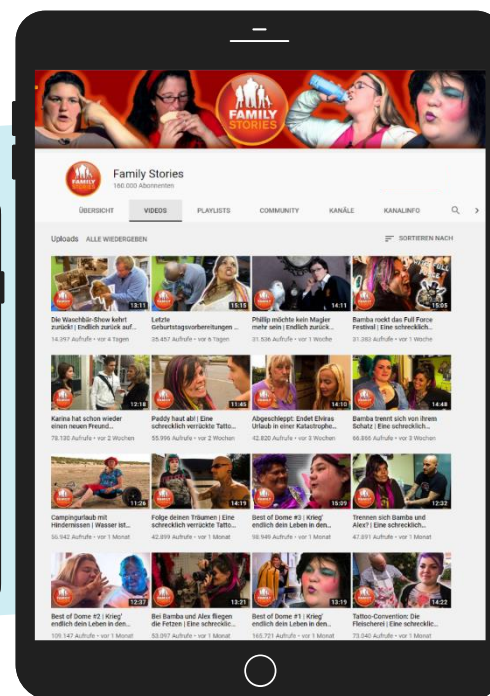
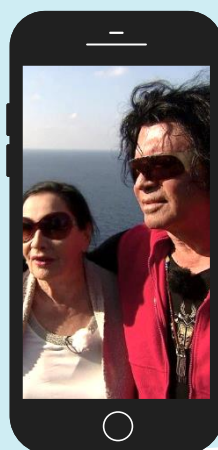
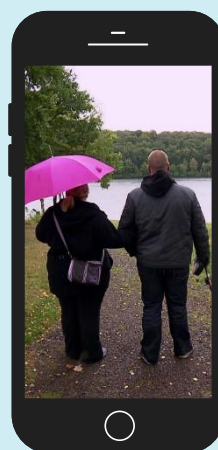
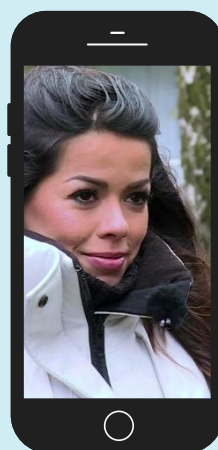
20 %

FRAUEN
18 – 24 J.

17 %

MÄNNER
18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



RTLZWEI HOME / DER TRÖDELTRUPP

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **56** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

1,0 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

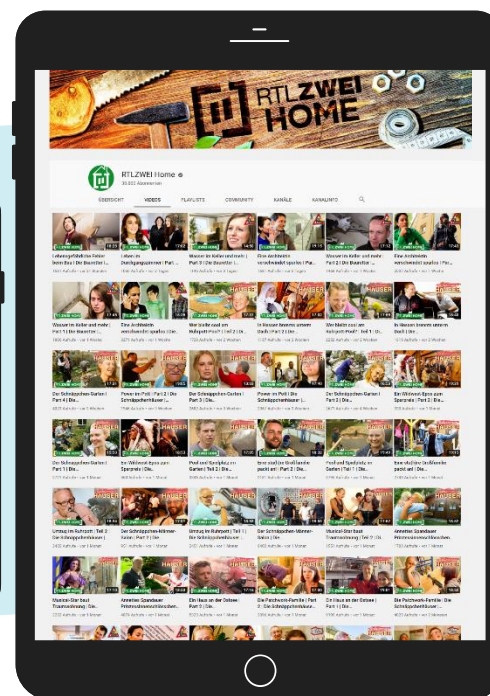
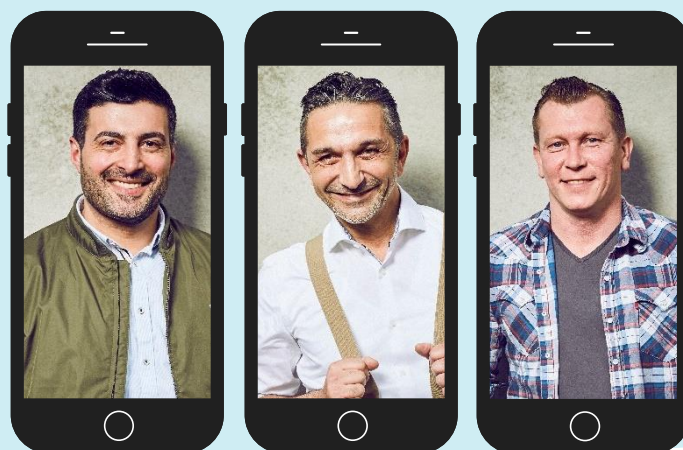
11 %

MÄNNER
18 - 34 J.

15 %

FRAUEN
18 - 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



DIE WOLLNYS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

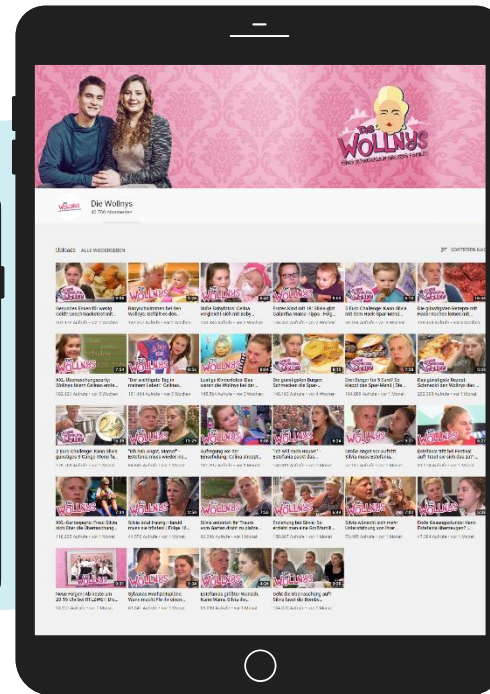
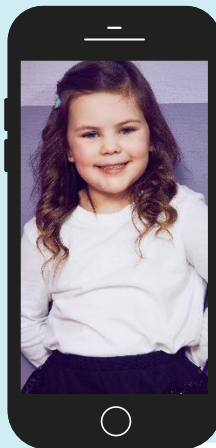
über **198** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

2,3 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

21 % FRAUEN 18 – 24 J.

13 % FRAUEN 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



DIE KOCHPROFIS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

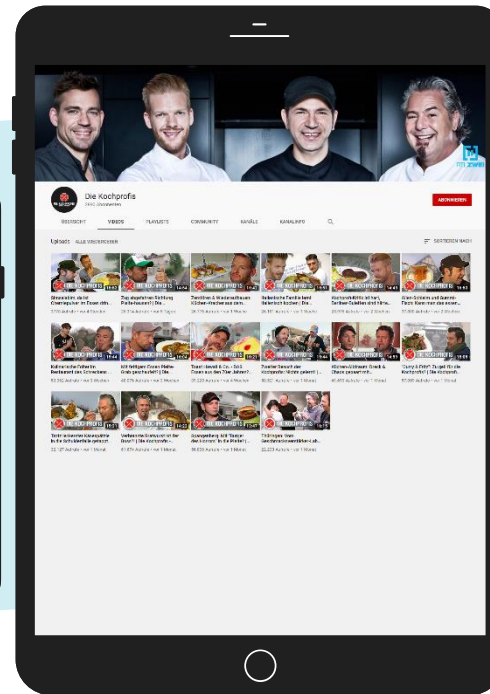
 über **43** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

1,9 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

24 % MÄNNER 25 – 34 J.

26 % MÄNNER 35 – 44 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



RTLZWEI CLASSICS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

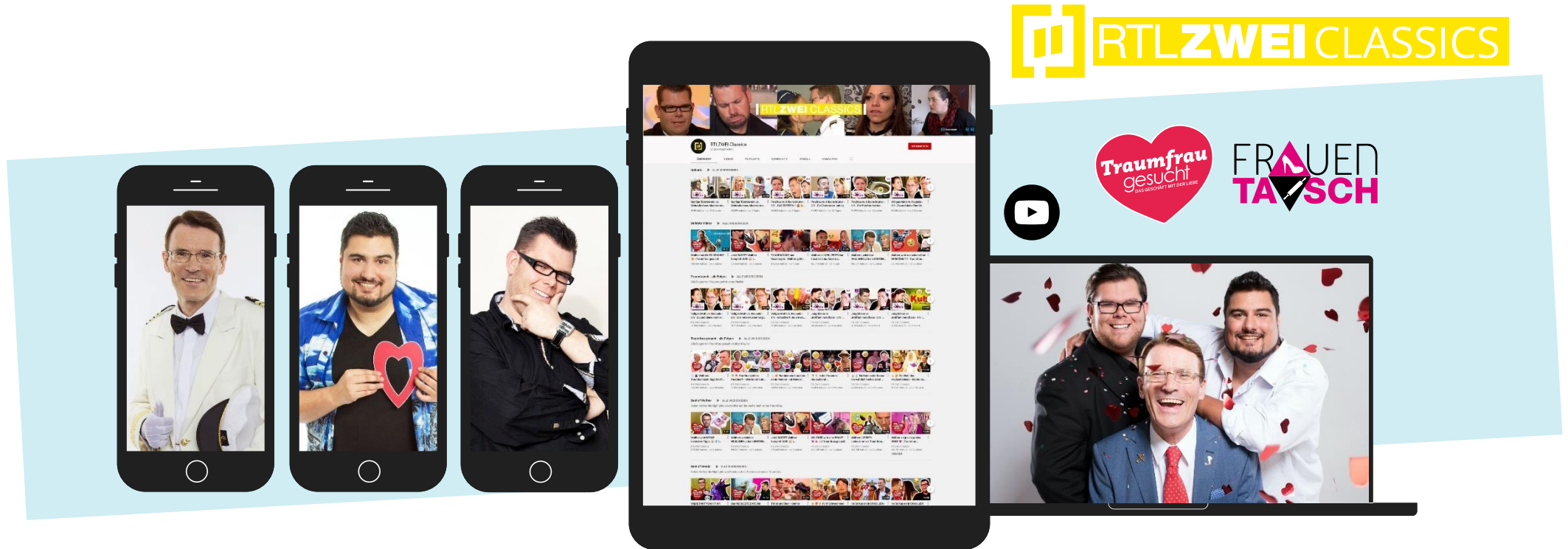
 über **44 Tsd.** YOUTUBE ABONNENTEN

1,4 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

26 % MÄNNER 18 – 34 J.

38 % FRAUEN 18 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



PRIVATDETEKTIVE IM EINSATZ

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

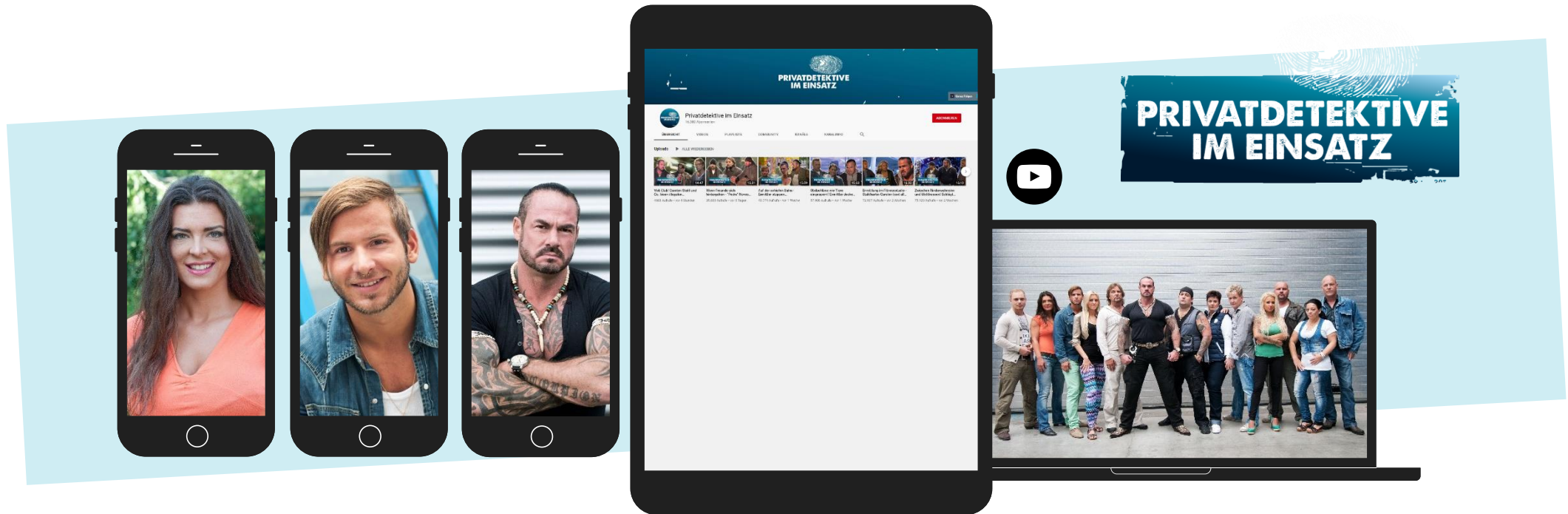
 über **189** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

4,3 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

19 % MÄNNER 18 – 24 J.

16 % MÄNNER 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate,
01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024



YOUTUBE / PARTNER CHANNELS

#DIGITAL #SOCIALMEDIA

1 / MRS. NINA CHARTIER 2 / PIETRO BASILE 3 / ESTEFANIA
4 / JEJELOPES 5 / JUAN DANIEL 6 / LOCO ESCRITO

ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch zahlreiche Hintergrund- und Zusatzinfos

RTLZWEI | PORTFOLIO | DIGITAL | YOUTUBE

YOUTUBE-CHANNELS

PARTNER

SEITE AN SEITE – MIT STARKEN PARTNERN

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024

5x

PARTNER-
KANÄLE

über 332 Tsd.

YOUTUBE-
ABONNENTEN

über 596 Tsd.

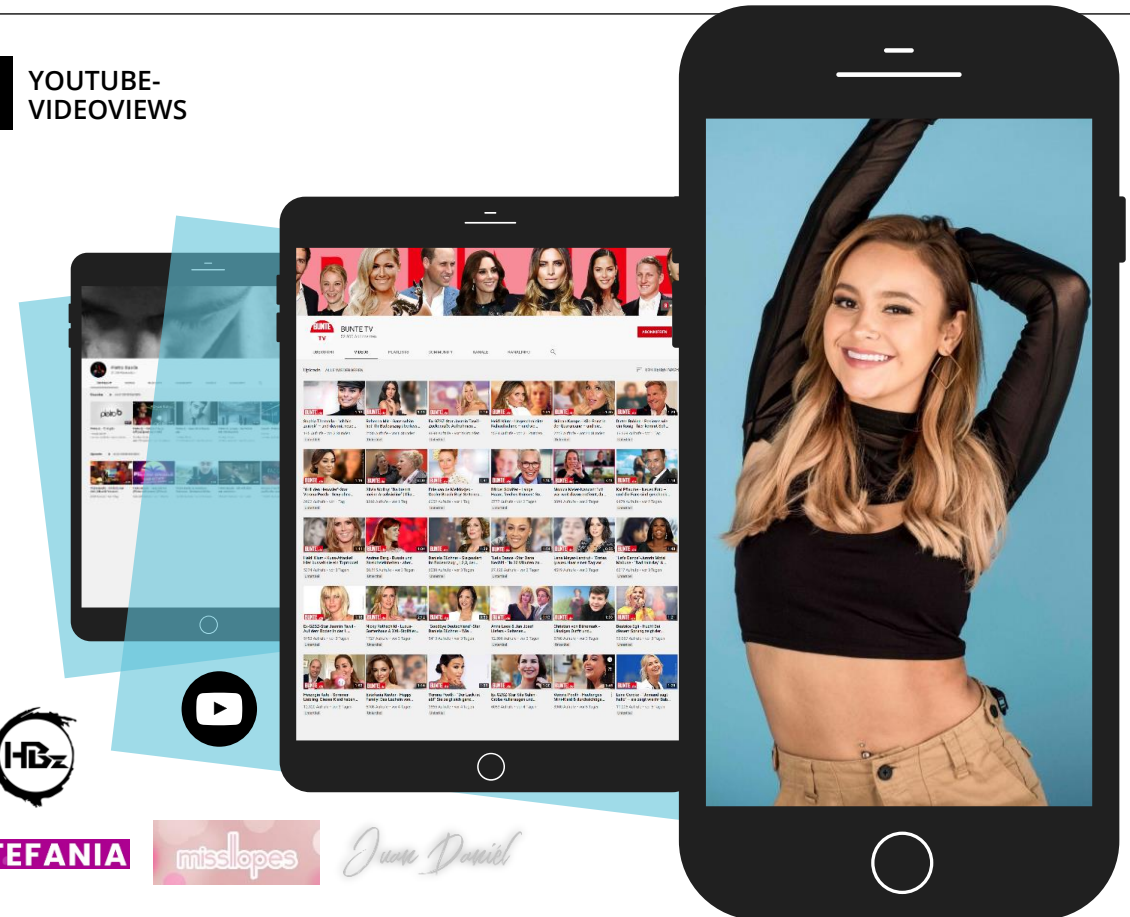
YOUTUBE-
VIDEOVIEWS

INFORMATIONEN

Mit der exklusiven Vermarktung von Partner-Channels erweitert EL CARTEL MEDIA gezielt sein Produktportfolio in den Bereichen Musik und People. So können Werbekampagnen auch über den RTLZWEI-Kosmos hinaus verlängert und je nach Zielsetzung, Marke oder Produkt auf den passenden Partner-Channels ausgespielt werden.

RTLZWEI-/YOUTUBE-CHANNELS

- # Pietro Basile
- # Estefania
- # JejeLopes
- # K-FLY
- # Juan Daniel
- # Ole ohne Kohle
- # HBz



PIETRO BASILE

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

 über **69** Tsd. YOUTUBE
ABONNENTEN

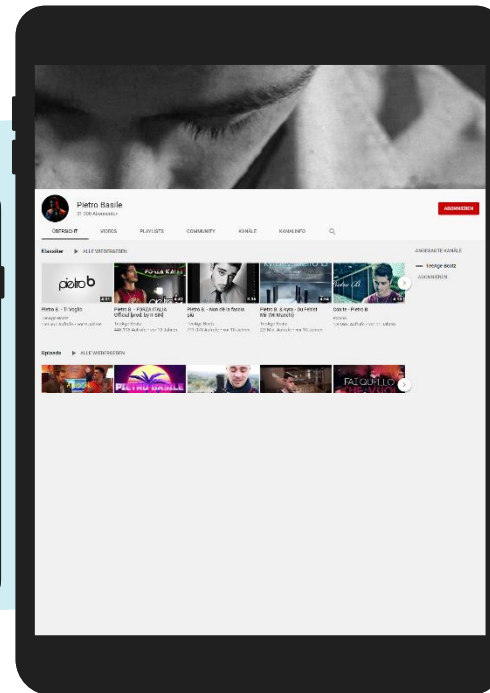
267 Tsd. YOUTUBE
VIDEOVIEWS

69 % FRAUEN

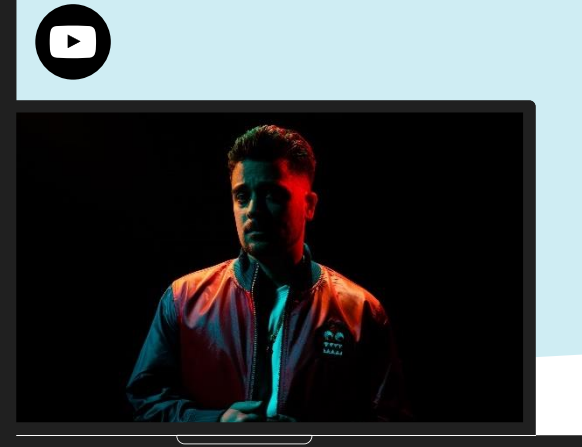
46 % FRAUEN
25-44 JAHRE

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø
letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand:
26.03.2024 / Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



PIETRO BASILE



JEJE LOPES

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

 über **129** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

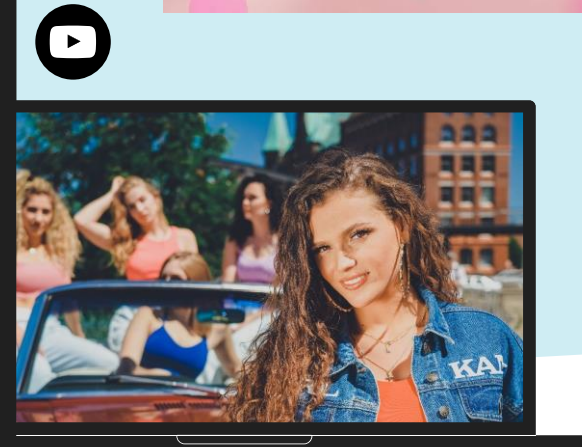
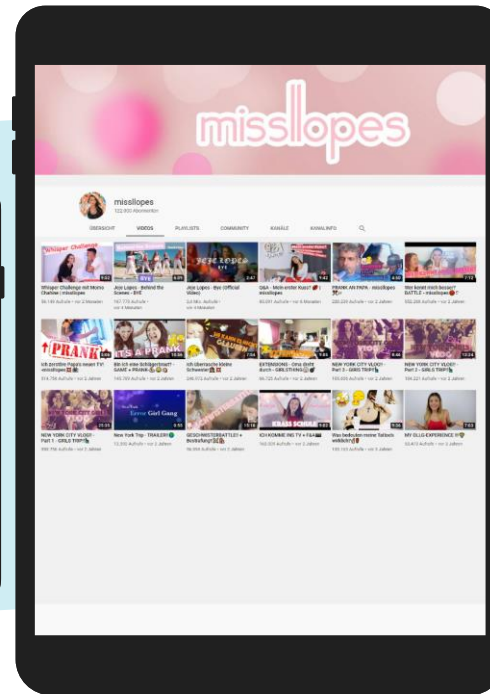
29 Tsd. YOUTUBE VIDEOVIEWS

71 % FRAUEN

44 % FRAUEN 18-34 JAHRE

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø
letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand:
26.03.2024 / Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



JUAN DANIEL

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

 über **15** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

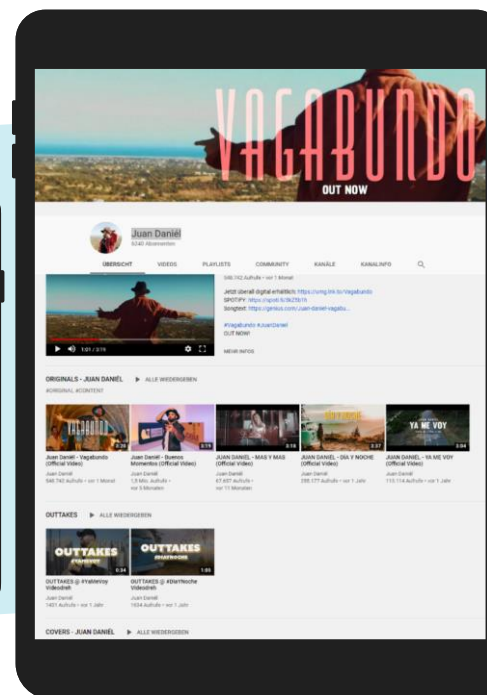
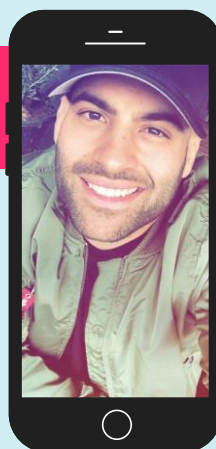
116 Tsd. YOUTUBE VIDEOVIEWS

54 % FRAUEN

23 % FRAUEN 18-34 JAHRE

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø
letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand:
26.03.2024 / Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



ESTEFANIA

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

 über **64** Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

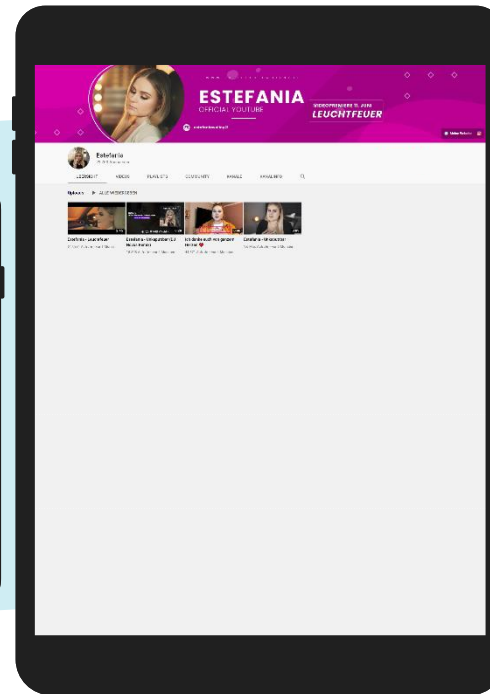
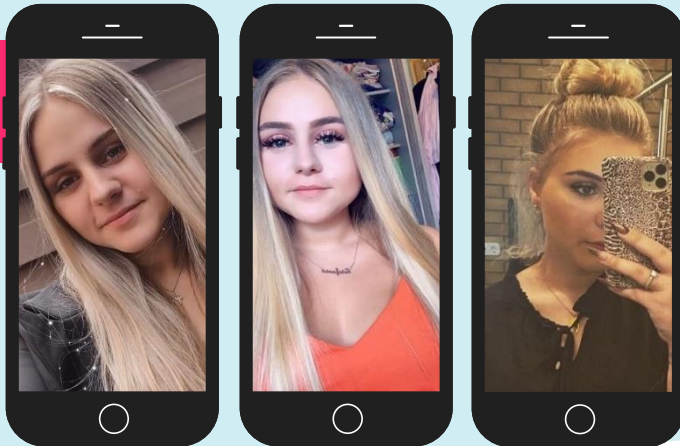
183 Tsd. YOUTUBE VIDEOVIEWS

75 % FRAUEN

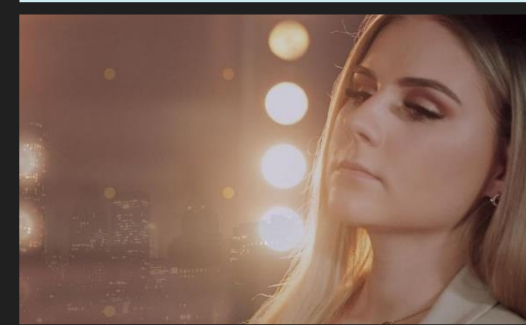
27 % FRAUEN
25-34 JAHRE

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø
letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand:
26.03.2024 / Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



ESTEFANIA



OLE OHNE KOHLE

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

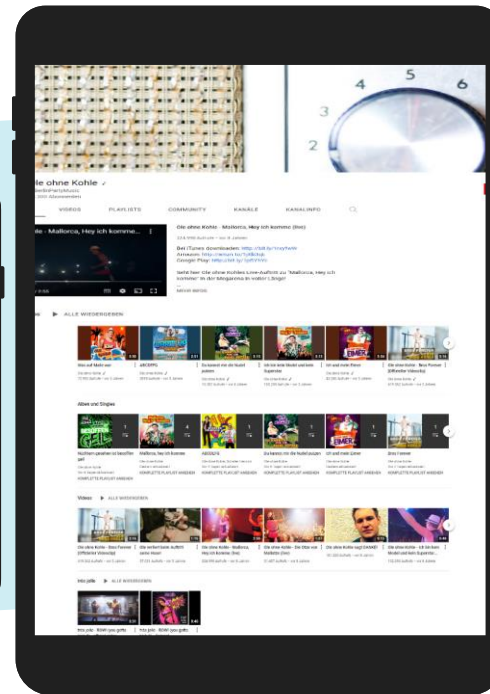
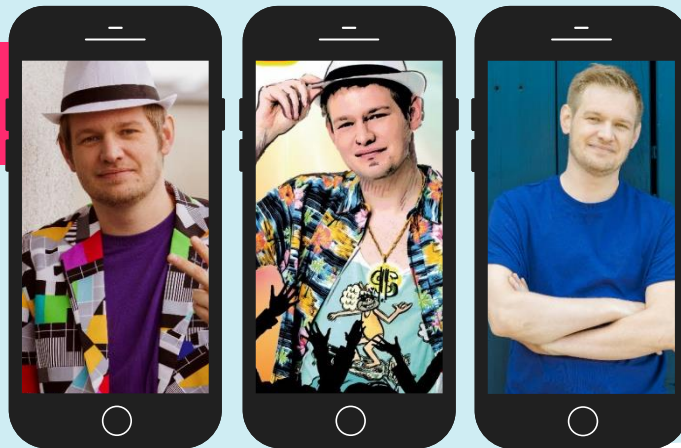
über **54** Tsd. YOUTUBE
ABONNENTEN

51 % Männer

15 % Männer
18-24 JAHRE

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø
letzte 3 Monate, 01.04.2023-30.06.2023, Stand:
26.03.2024 / Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



**ole
ohne
Kohle**



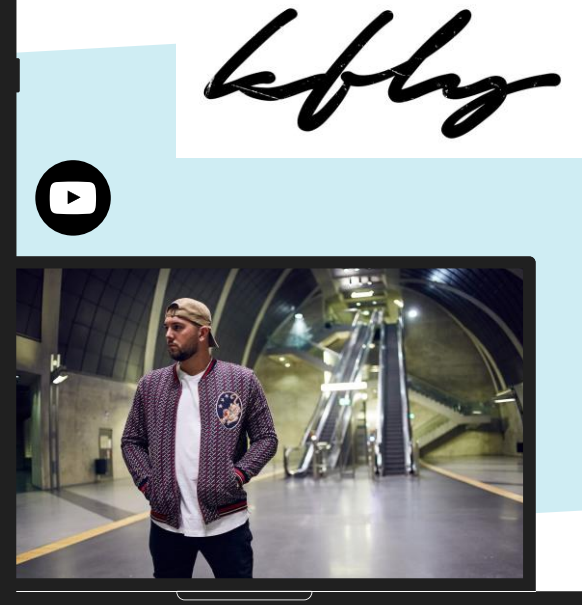
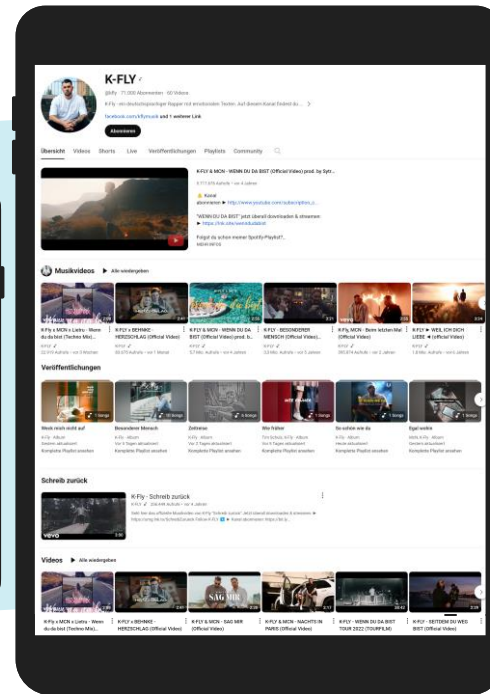
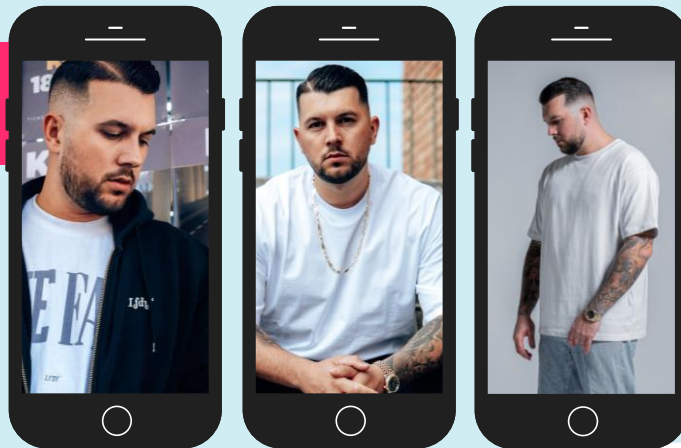
K-FLY

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

über 71 Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

Quelle
YouTube Creator Studio: Abonnenten Stand: 30.04.24 /

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



HBz

YOUTUBE / PARTNER-CHANNEL

über **963** Tsd. YOUTUBE
ABONNENTEN

Quelle
YouTube Creator Studio: Abonnenten Stand: 30.04.24 /

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA

