



Hey Leute, 😊

wer von euch hat schon mal Imposter auf dem Handy gespielt? Das virale Handy-Game ist eine der Creator-Storys aus 2025. Und es zeigt, wie sich gerade massiv verändert, was Creator eigentlich ausmacht.



Die meisten stellen sich unter Content Creatorn Menschen vor, die auf Social Media informative und oder unterhaltsame Inhalte verbreiten, damit ein großes Publikum erreichen und sich eigene Communitys aufbauen. Pamela Reif, Knossi, Levi Penell, Julia Beaux, solche Leute halt. Auch [**Hannes Knessel und Jeremy Okoth sind Content Creator**](#) mit Millionen Follower:innen auf mehreren Social-Media-Kanälen. Doch die beiden sind auch Gründer und App-Entwickler. Sie haben Deutschlands Schulhöfe nicht mit einem Video- oder Musiktrend erobert, sondern mit einem Handyspiel.

Mehr als zehn Millionen Mal wurde „Splash Games“ im vergangenen Jahr runtergeladen. Es ist eine der erfolgreichsten Apps aus Deutschland der letzten Jahre. Getestet, vermarktet und verbreitet haben die Entwickler Hannes und Jeremy ihr Spiel fast ausschließlich über ihre TikTok-Accounts, erzählen sie im [**Founder-Mode-Podcast**](#).

Die beiden Kölner sind Pioniere der nächsten Creator-Generation. Creator haben heute eine Fülle an Tools und Plattformen zur Verfügung. Damit können sie nicht nur lustige Videos, Memes und Social-Media-Inhalte kreieren. Bei ihnen verschwimmen Social-Media-Inhalte mit Gaming, Messaging und Entertainment.

Schon jetzt tummelt sich zum Beispiel eine sehr große Creator Community auf Roblox. Sie erschafft Spiele, In-Game-Items, Skins oder Upgrades. Überwiegend sind das Leute, die niemand kennt. Nach eigenen Angaben hat Roblox im Jahr 2024 eine Milliarde Dollar an Creator ausgezahlt. Für 2025 dürfte diese Summe noch höher liegen. Was YouTube für Video war, könnte Roblox für Games werden: Eine Plattform, die es jedem ermöglicht, Spieleentwickler zu werden.

Und Roblox investiert heftig in die Weiterentwicklung seines Ökosystems. Im letzten Jahr kam ein 9:16-Video-Feed namens „Moments“ dazu. Der erlaubt es Nutzer:innen, Szenen aus Roblox-Spielen zu capturen und direkt in der App zu teilen. [**Roblox hat dazu ein Lizenzprogramm**](#) gestartet. Damit können bekannte Formate wie Squid Game oder Stranger Things Rechte für Roblox freigeben. Die Community kann dann

Spiele aus diesen Formaten erstellen. Die Rechteinhaber werden über einen Revenue Share an den Einnahmen beteiligt.

App-Entwickler, Game-Designer, Avatare: Die nächste Evolutionsstufe der Creator Economy hat bereits begonnen. In diesem Newsletter stellen wir euch ein paar Beispiele vor, wie sich die Creator auf das KI-Zeitalter einstellen.

Und auch die Plattformen stellen sich auf diese neue Ära ein. Neil Mohan, der CEO von YouTube, hat in seinem [Blogpost zum Jahresstart](#) ein Feature offiziell vorgestellt, das schon seit ein paar Monaten in der Testphase war: Creator können zukünftig kleine Games in ihre Channels integrieren. Dafür brauchen sie keine Game-Developer anzustellen. Sie können die Mini-Spiele prompten, den Rest übernimmt Googles mächtige KI. Mehr zu YouTubes Strategie für 2026 hat unser Kollege [Kwink](#) für euch zusammengestellt.

Außerdem widmen wir uns Reddit, einer Plattform, die zwar schon seit 20 Jahren am Start ist, aber aktuell (mal wieder) richtig gehypt wird. Und natürlich will auf LinkedIn jeder von Anfang an Experte gewesen sein. Was wirklich hinter dem Hype steckt, erfahrt ihr in diesem Newsletter.

Viel Spaß beim Lesen.

Herzlichst

euer Moritz & das HitchOn-Team



Reddit: Vom Nischenforum zum Reichweiten-Hebel

Der Reddit-Hype ist real. Zum Jahresbeginn überschlugen sich auf einmal die Postings zu Reddit auf LinkedIn. In den USA ist Reddit schon lange eine der relevantesten Webseiten überhaupt. Laut dem Analysedienst Semrush ist Reddit in den Staaten hinter YouTube und Google die drittmeistbesuchte Webseite. Auch in Deutschland wächst die Nutzerbasis konstant. Mit rund 16 Millionen monatlich aktiven Nutzer:innen ist Deutschland tatsächlich der viertgrößte Markt für die Plattform.

Wir haben unser erstes Reddit-Projekt schon im Jahr 2022 gestartet. Für eine Distributionskampagne streuten wir verschiedene Dokumente auf Reddit. Unsere Beiträge erreichten dabei bis zu 56.000 Views in den verschiedenen Subreddits. Viel wichtiger: Sie wurden sehr stark kommentiert und vor allem nicht von den Communitys downgevotet.

Dass Reddit insbesondere bei lebensnahen Formaten einen starken Hebel bietet, haben nun auch die Macher der „Minentaucher“-Doku der ARD gemerkt. In r/de, dem

Hub der deutschsprachigen Reddit-Community, machten sie für die ARD ein [erstes Video-Ask-Me-Anything auf Reddit](#).

Für Benjamin Reibert, Distri-Strategie der ARD, ein wesentlicher Teil, warum die nischige Doku innerhalb eines Monats [eine Million Views in der Mediathek](#) erzielen konnte.

Wer auf Reddit erfolgreich sein will, sollte sich gut vorbereiten. Die Plattform verzeiht keine Fehler. Accounts, die bei der Community einmal durchgefallen sind, werden es schwer haben, Glaubwürdigkeit zurückzuerlangen. Am wichtigsten sind folgende Dinge:

Relevante Subreddits kennen: „Reddit“ gibt es nicht. Die Plattform besteht aus Millionen Unterbereichen, den Subreddits. Jeder ist eine eigene Community mit eigenen Regeln. Manche sind riesig, viele sind sehr klein und nischig. Wer blind drauf los postet, läuft Gefahr, direkt gebannt zu werden.

Das eigene Profil gut pflegen: Ein liebloses Profil ohne Beschreibung, ohne Aktivität, ohne Profilbild wird sofort als PR enttarnt. Es lohnt sich, erstmal ein bisschen „Karma“ zu sammeln. Der Wert gibt auf Reddit an, wie aktiv ein Account ist und wie gut dessen Beiträge auf der Plattform bei der Community ankommen.

Postings mit Mehrwert: Reddit lebt davon, dass sich die User:innen gegenseitig wertvolle Tipps geben, sich helfen und Antworten auf Fragen geben. Inhalte, die das unterstützen, werden gut funktionieren. Wer dort hingehört, nur um zu senden, wird wahrscheinlich schnell gemutet.



YouTube 2026: 3 Entwicklungen, die ihr im Blick haben solltet



In einem kürzlich veröffentlichten [Blogpost](#) skizziert YouTube-CEO Neal Mohan die strategischen Schwerpunkte der Plattform für 2026.

Unser YouTube-Experte [Kwink Kurze](#) fasst die drei wichtigsten Takeaways zusammen:

KI auf YouTube: Mehr Regeln, mehr Transparenz

YouTube geht stärker gegen massenhaft produzierten KI-Einheitscontent vor: Große sogenannte „Slop-Kanäle“ werden gelöscht, und der Einsatz von KI in Videos soll künftig klarer gekennzeichnet werden. Gleichzeitig bekommen Creator neue Kreativtools an die Hand, um KI sinnvoll für ihre Videos zu nutzen. Auch der Schutz vor unerlaubter Nutzung von Gesicht oder Stimme durch KI soll verbessert werden. Ein wichtiges und richtiges Vorhaben, allerdings eines, das mit der rasanten Entwicklung der Technologie Schritt halten muss.

Shopping direkt in der YouTube-App

Unter dem Druck des erfolgreichen TikTok-Shops baut YouTube sein Shopping-System grundlegend um. Künftig sollen Käufe nicht mehr über externe Shops laufen, sondern komplett innerhalb der YouTube-App, inklusive Bezahlung. Für alle, die mit dem Gedanken gespielt haben, einen YouTube-Shop zu starten, ist das der perfekte Zeitpunkt. Offen bleibt allerdings noch, wann diese Funktion auch in Europa verfügbar sein wird.

Neue Formate: Spiele auf YouTube?

Neben kleineren Neuerungen wie Bildposts im Shorts-Feed plant YouTube etwas Größeres: Creator sollen bald KI-erstellte Spiele („Playables“) direkt auf ihren Kanälen anbieten können. Das könnte der Startschuss für eine Transformation von YouTube zu mehr als nur einer Video-Plattform sein, vorausgesetzt, die Funktionen werden breit ausgerollt und es entstehen echte Spiele-Hits. Genauso gut könnte das Feature aber wieder verschwinden, wenn es kaum genutzt oder missbraucht wird – wie schon einige YouTube-Experimente zuvor.



Creator vs. AI

Mit ein bisschen Know-how kann sich jeder mit KI einen Creator erschaffen. Und KI verschiebt, welche Art von Inhalten das Publikum konsumieren wird. Hier sind drei Creator, die man sich angucken sollte.

About Malte, auf Insta 1,1 Millionen Follower:innen für seine Lifehacks bekannt, hat bereits [einen eigenen KI-Feed](#) gestartet. In seinen AI-Videos bringt er Gemüse, Nuss-Nougat-Cremes und, äh, dreckige Unterhosen zum Sprechen.



In ganz anderen Sphären ist der senegalesische TikTok-Superstar [Khaby Lame](#) unterwegs. Der soll angeblich die Rechte an seinem Avatar für 900 Millionen Dollar an ein Tech-Unternehmen lizenziert haben. Die dürfen mit Lamys virtuellem Abbild nun Content ohne Ende machen, Lame verdient mit, ohne selbst vor die Kamera zu müssen. Analyst Philipp Klöckner orakelte im [Doppelgänger-Podcast](#): „Der spürt, dass Creator bald alle durch KI ersetzt werden und nimmt nun die letzte Ausfahrt.“

[Granny Spills](#) ist eine von tausenden KI-generierten Influencern, die derzeit auf Instagram und TikTok aufploppen. Im Unterschied zu den meisten Vertretern dieses neuen Genres ist die virtuelle Oma mit der großen Klappe sehr erfolgreich. Wer dazu auf dem Laufenden bleiben möchte: Im Subreddit [r/ai4influencers](#) geben sich User Tipps, wie man die perfekte virtuelle Influencerin erschafft. Achtung: NSFW!



IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler und die Geschäftsführer Thomas B. Hohmann und Moritz Meyer
An den Grachten 27 | 55120 Mainz | Tel: +49 (0)6131 20 77 00 6
Web: www.hitchon.de | Email: info@hitchon.de
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989

Hier klicken zum [Abmelden](#)