



Hey Leute, 😊

Wie guckt ihr die Spiele der Fußball-WM? Zu Hause vor dem Fernseher mit der ganzen Familie bei ARD und ZDF, kommentiert von Tom Bartels, Claudia Neumann und Co.? Oder doch bei einem Public Viewing-Event in eurer Nähe? Beides könnte sich schon bald ganz schön altmodisch anfühlen. Die Tätigkeit „Fußball gucken“ hat sich in den vergangenen Jahren vor allem dank YouTube völlig verändert.



Das beginnt bei den Match-Highlights, die für jedes Sportmedium zu einem der wichtigsten Reichweiten-Treiber geworden sind. In Deutschland treten die Kanäle der ARD Sportschau, vom ZDF Sportstudio, von Streaming-Herausforderer DAZN, von Sky Sports und Magenta TV jeden Tag in einen Battle um die beste Kombination aus Titel und Thumbnail an. Dabei stehen sie nicht nur im nationalen Wettbewerb, sondern müssen im Kampf um Aufmerksamkeit und Subscriber auch den offiziellen Fifa-Kanal, ESPN und User Generated Content ausstechen.

Auch der Match Talk, also die Diskussionen und Analyse der Spiele, findet inzwischen nicht mehr nur in TV-Expertenrunden statt. Auf YouTube diskutieren in zahllosen Vlogs, Shows, Podcasts und Shorts echte und vermeintliche Experten und Expertinnen über jedes noch so winzige Detail bei dieser WM. Dabei bilden sich tausende kleine Communitys um ehemalige Stars, Fandoms von Mannschaften oder Creator wie den deutschen Manu Thiele. Der Shift ist massiv: Es braucht keine teuren Übertragungsrechte, um über Fußball zu reden. Es reicht eine starke Community, die sich mit dem Creator und seinen Themen identifiziert.

Beispiel Trevor Noah: Der ehemalige Host der Daily Show veranstaltet mit seinem Podcast „What Now“ täglich auf YouTube Watchpartys mit vielen Gästen als Livestream. Dabei zeigt er nicht eine einzige Minute des Spiels live, man sieht nur ihn und seine Gäste, wie sie über das parallellaufende Spiel reden. Noah bevorzugt [Spiele afrikanischer Mannschaften](#), was perfekt auf die Community des gebürtigen Südafrikaners einzahlt. Seine Show ist der Second Screen, über die er seinen Fans ein besonderes WM-Community-Erlebnis bietet, natürlich in Kooperation mit den passenden Marken, zum Beispiel Mazda. Das Eröffnungsspiel haben fast eine Million

Menschen gemeinsam mit ihm geschaut, die folgenden Streams erreichten rund 250.000 Views im Schnitt.

In Brasilien hingegen liegen die Übertragungsrechte bereits bei einem Creator. Der 32-Jährige Casimiro Miguel hat auf seinem Kanal CazéTV fast 35 Millionen Subscriber. Während der WM ist sein Kanal nur in Brasilien verfügbar. Er hat die Übertragungsrechte für alle WM-Spiele erhalten und damit den bekannten und bisherigen Rechteinhaber Globo ausgestochen, der 55 Spiele des Megaturniers zeigt. Casimiro hat seinen YouTube-Kanal zu einem Streaming-Netzwerk ausgebaut, an dem über das Broadcasting-Unternehmen Livemode auch Cristiano Ronaldo beteiligt ist, [berichtet AP](#).

Eben jener Ronaldo aka CR7, der reichweitenstärkste Sportstar auf diesem Planeten, hat auch einen der am schnellsten wachsenden YouTube-Channels. „UR“ steht nach zwei Jahren bei inzwischen mehr als 80 Millionen Abonnenten, so viele wie Deutschland Einwohner hat. Dieses Wachstum verdankt er auch cleveren Creator-Koops, zum Beispiel mit [Fußball-Influencerin Celine Dept](#), ihrerseits mit mehr als 60 Millionen YouTube-Subscribern eine Größe in der Szene. Angesichts dieser medialen Power von Ronaldo verbunden mit seinen Investments in Streaming ist es nicht abwegig zu mutmaßen, dass die Fußball-WM irgendwann auf dem YouTube-Kanal von Ronaldo selbst laufen könnte.

Die gesamte Sportrechte-Ökonomie verschiebt sich massiv in Richtung Creator Economy. Und YouTube spielt dabei wie so oft eine dominante Rolle mit seiner perfekten Verknüpfung von Shorts, Longform- und Live-Content, die in der Form keine andere Plattform bieten kann. Dazu kommt die verlässliche Monetarisierung des Contents. Die Fußball-WM zeigt exemplarisch, wie stark der Einfluss von YouTube auf die gesamte Broadcast-Welt ist.

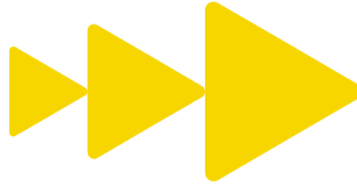
Die alte Senderwelt muss sich also beeilen, nicht abgehängt zu werden. Um beim Fußball zu bleiben: Es braucht neue Streaming-Formate, diversere Angebote, ein Sportereignis zu erleben und vor allem Strategien, die vielen verschiedenen Communitys, die sich unter dem Dach dieser Sportart versammeln, zu erreichen.

In dieser Ausgabe werfen unsere YouTube-Experten Kwink und Marius einen Blick darauf, warum YouTube an der Spitze aller Videoplattformen steht und welche Veränderungen in Sachen KI auf euch zu kommen. Außerdem haben wir noch drei virale Videoempfehlungen von der Fußball-WM für euch. :)

Als zertifizierte YouTube-Agentur hilft HitchOn Sendern und Marken seit elf Jahren, auf YouTube erfolgreich zu sein. Wenn ihr die Plattform für euch entdecken wollt, nehmt gerne Kontakt mit uns auf.

Herzlichst

Euer Moritz & das HitchOn-Team



## Drei Gründe, warum YouTube weiter an Bedeutung gewinnt



Während viele Plattformen um Aufmerksamkeit kämpfen, behauptet sich YouTube seit Jahren als feste Größe im digitalen Ökosystem. Für Marken wird die Plattform sogar immer spannender, nicht zuletzt durch neue KI-Funktionen und ihre wachsende Rolle als Wissensquelle für Suchmaschinen und Chatbots. Warum? Dafür sprechen aus Sicht unseres **YouTube-Experten [Kwink](#)** [Kurze](#) drei zentrale Thesen:

- 1. YouTube bringt immer neue Features:** Keine andere Plattform hält sich seit so vielen Jahren so erfolgreich an der Spitze. Mit neuen Features, starken Monetarisierungsmöglichkeiten und der Verbindung von Shorts, Longform-Inhalten, Podcasts und Smart-TV-Angeboten entwickelt sich YouTube kontinuierlich weiter.
- 2. Die Gen Z setzt auf YouTube:** Aktuelle Studien zeigen, dass viele junge Nutzer:innen YouTube als verlässlicher und nachhaltiger wahrnehmen als TikTok. Während TikTok zunehmend als kommerziell und anstrengend empfunden wird, genießt YouTube ein hohes Maß an Vertrauen.
- 3. KI macht YouTube noch wertvoller:** YouTube entwickelt sich immer stärker zur Wissensplattform. Neue KI-Funktionen und die geplante KI-Suche sollen komplexe Fragen direkt mit passenden Videoausschnitten beantworten. Gleichzeitig greifen KI-Systeme wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity bereits heute häufig auf YouTube-Videos als Quelle zurück. Mehr dazu im nächsten Text von Marius.

Quellen: [Pew Research Center](#), [The Harris Poll](#)



## Game-Changer Suche: YouTube wird unverzichtbar für Sichtbarkeit in KI

Ab Sommer wird „Ask YouTube“ in den USA ausgerollt. So heißt die neue KI-Suche von YouTube.

Unser **KI-Experte [Marius Szynalski](#)** erklärt, warum damit ein neues Zeitalter für YouTube beginnt.



Der Chatverlauf wird Nutzer direkt an die Videostellen weiterleiten, die sie brauchen. Dabei wird die KI-gestützte Suche mehrere Videovorschläge und Timecodes von verschiedenen Kanälen anzeigen. Nutzer:innen können dann immer weitere Fragen stellen und YouTube Ask wird die besten Stellen von verschiedenen (auch neuen) Videos finden.

### **Kapitel werden unverzichtbar**

Das bedeutet, dass einzelne Informationen innerhalb von Videos wichtiger werden. Ich vermute, dass Ask YouTube extrem auf Kapitelmarken reagieren wird. Info-Content muss relevante Fragen beantworten. Diese am besten in der Infobox sowie als Kapitel markieren. SEO und GEO werden verschmelzen. Kapitel sollten schon jetzt deutlich mehr und mit größerer Detailtiefe genutzt werden bei Videos. De Facto läuft der Index der KI-Suche schon. Wer damit erst anfängt, wenn das Feature in Deutschland ankommt, ist zu spät dran.

### **Folgen für YouTube-Metriken**

Die Absprungrate bei Videos wird vermutlich steigen, und die Watchtime wahrscheinlich sinken. Weil der KI-Suchverlauf einem direkt die relevanten Stellen von verschiedenen Videos zeigt, sinkt die Hürde für User, sich überall durchzuklicken. Genau das könnte für viele Kanäle unangenehm werden, weil damit die Konkurrenz steigt.

Die größte Chance liegt in der Videoqualität. Videos, die bisher eventuell insgesamt nicht gut liefen, könnten dadurch aufholen, wenn sie gute einzelne Passagen enthalten, die viel in der Suche auftauchen. In Zeiten von AI-Slop kann man mit Qualität gewinnen. Bei Unterhaltungsvideos ist die Prognose schwieriger. Hier wird man sehen müssen, ob es große Effekte geben wird.

Quelle: [Google](#)



## YouTube verschärft Regeln für KI-Inhalte

YouTube zieht die Zügel bei KI-generierten Inhalten an und setzt damit ein Zeichen in einer Zeit, in der viele Plattformen eher auf Deregulierung setzen. Für Creator und Unternehmen bedeutet das: mehr Transparenzpflichten und ein genauerer Blick auf den Einsatz von KI.

### Hier sind die wichtigsten Änderungen im Überblick:

**Kennzeichnungspflicht für KI-Inhalte:** Wer generative KI nutzt, um Ereignisse, Personen oder Szenen darzustellen, die so nie stattgefunden haben, muss dies künftig über die entsprechende Funktion in YouTube-Studio kennzeichnen.

**Verstöße können Folgen haben:** Wird die Kennzeichnungspflicht missachtet, drohen Einschränkungen beim Zugriff auf bestimmte YouTube-Funktionen.

**Automatische KI-Erkennung:** YouTube will KI-generierte Inhalte künftig auch selbst algorithmisch erkennen und entsprechend kennzeichnen.

**Dauerhafte Labels:** Inhalte, die mit KI-Tools von YouTube erstellt wurden, erhalten automatisch ein KI-Label. Dieses kann nicht entfernt werden.

**Mehr Schutz für sensible Daten:** Unabhängig vom KI-Thema wird YouTube künftig sensible Informationen – etwa die Privatadresse von Minderjährigen – in Videobeschreibungen automatisch ausblenden können. Nach einer Korrektur kann die Wiederfreigabe beantragt werden.

### Warum das wichtig ist:

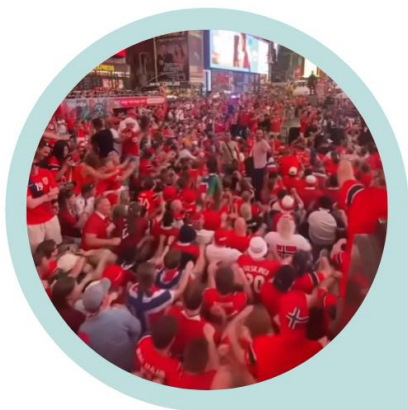
Die neuen Vorgaben erhöhen die Anforderungen an die Kennzeichnung von KI-Inhalten, sorgen aber gleichzeitig für mehr Transparenz auf der Plattform. Wer KI in der Content-Produktion einsetzt, sollte seine Prozesse daher frühzeitig überprüfen und an die neuen Richtlinien anpassen.

Quelle: [Google](#)

# 2026

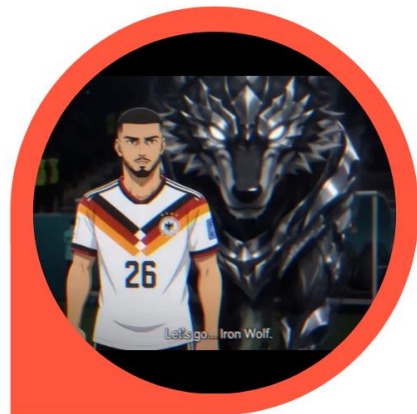
## 3 Videos von der Fußball-WM 2026, die das Internet erobern

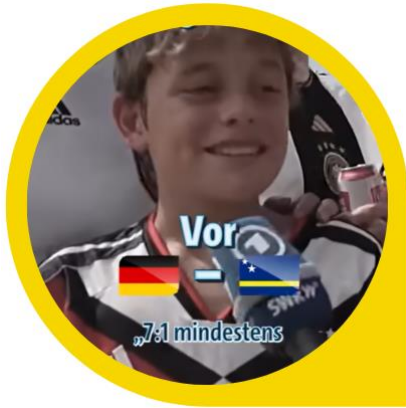
Natürlich kreiert ein globales Sportereignis wie die Fußball-WM unzählige virale Momente. Wir haben drei Videos für euch, die in den ersten Wochen der WM die Online-Welt begeistert haben.



Row, row the boat: Wer „Norway“ in die Suchleiste von YouTube eingibt, bekommt aktuell „norway fans rowing“ als Top-Suchbegriff vorgeschlagen. Das „Ruder-Ritual“ der Skandinavier, bei dem tausende Fans im Stadion mit ihrer Mannschaft oder auf dem Times Square in New York gleichzeitig so tun, als würden sie rudern, hat die WM und das Internet im Sturm erobert.

Super-Sayajin Messi: AI-Slop nervt in 99 Prozent der Fälle. Aber was ist, wenn der vermeintliche Slop-Content funktioniert? Auf TikTok und Instagram existieren zahlreiche Channels, die die WM im Stil von Animeklassikern aus den 1990er-Jahren wie „Die tollen Fußballstars“ oder „Dragonball Z“ nacherzählen. Videos von Messi als Super-Sayajin oder Deniz Undav, der einen Spezialangriff entfesselt, nutzen Anime als einen der derzeitigen Megatrends auf Social Media clever aus und triggern gleichzeitig nostalgische Gefühle.





Das unfehlbare Kinder-Orakel? Bei früheren WMs waren es meist Tierorakel, die für unterhaltsamen Content sorgten. Unvergessen ist Krake Paul aus Oberhausen, der bei der WM 2010 einen perfekten Streak von acht korrekt vorhergesagten Spielen hinlegte. Nun wird sich zeigen, ob er einen würdigen Nachfolger gefunden hat. Die Sportschau hat **Fußball-Fan Noah** entdeckt, der beide Deutschland-Spiele korrekt getippt hat, inklusive des spektakulären 7-1-Erfolgs über Curacao.

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](http://www.hitchon.de) | Email: [info@hitchon.de](mailto:info@hitchon.de)  
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)