



On TV



Hey Leute, 😊

„Für uns ist YouTube Fernsehen.“ Diesen selbstverständlichen Satz habe ich in der vergangenen Woche mal wieder in einer Runde gesagt und damit für Erstaunen gesorgt. Noch immer wird bei YouTube darüber gesprochen, ob die Plattform eine sinnvolle Ergänzung zum Free-TV sein könne. Ich erwiderte, dass sie doch längst Free-TV sei. Der Connected TV im Wohnzimmer ist auch bei den von uns betreuten YouTube-Kanälen größtenteils die



wichtigste View-Quelle geworden, noch vor Mobile und mit weitem Abstand vor Tablet und Desktop. In den USA ist YouTube laut Nielsen die meistgenutzte TV-Plattform mit einem Marktanteil von 14 Prozent.

Auch die Nutzer:innen in Deutschland haben ihre Entscheidung längst getroffen. Laut ARD/ZDF-Medienstudie ist das lineare Fernsehen insgesamt das am häufigsten genutzte Medium. Das liegt aber vor allem an der Alterspyramide in unserem Land, in der es mehr über 60-Jährige als unter 25-Jährige gibt. Doch je jünger wir werden, desto mehr wird unsere Mediennutzung von Googles Videogiganten bestimmt. Bei den 14-29-Jährigen sind es stolze 77 Prozent, die mindestens wöchentlich auf YouTube sind.

Die deutsche Medienlandschaft sucht nach wie vor nach einer Haltung gegenüber der relevantesten Videoplattform. „Ist YouTube noch zu stoppen? Kann der deutsche TV-Markt Paroli bieten?“ So lautet der fragezeichenlastige Titel einer Panel-Diskussion auf den derzeit in München laufenden Medientagen. Wer es böse meint, würde kurz und bündig mit NEIN! auf beide Fragen antworten.

Ich stelle lieber zwei Gegenfragen: Wieso stoppen und was für ein Paroli? Seit elf Jahren betreuen wir bei HitchOn diverse YouTube-Kanäle für große deutsche Medienhäuser und haben dabei geholfen, neue Zielgruppen zu erschließen und Inhalte zu verlängern. Mit den von uns betreuten Kanälen erzielen wir über das YouTube-Partnerprogramm konstant signifikante Umsätze für verschiedene Lizenzgeber.

Wenn es eine Erkenntnis aus der Arbeit mit mehr als drei Dutzend YouTube-Kanälen gibt, dann die, dass diese Aktivitäten noch nie Zuschauer gekostet haben, im

Gegenteil. Weder im TV, noch im Streaming verlieren Medienhäuser Publikum, wenn sie auch auf YouTube präsent sind.

Diese Erkenntnis ist nun auch bei RTL angekommen. Lange hat sich der Kölner Sender gesträubt, ganze Formate auf die größte Videoplattform der Welt zu bringen. In Cannes verkündete CEO Stephan Schmitter nun die große Kehrtwende, verbunden mit der Erkenntnis: „**Wer heute über die Zukunft der Medien spricht, kommt an den großen Plattformen nicht vorbei. Die gute Nachricht: Sie auch nicht an uns!**“

Schmitter diskutierte auf der MIPCOM mit dem YouTube-Chef für Europa, Pedro Pina, und berichtete begeistert davon, wie das Dauerbrenner-Format „Cobra 11“ im 30. Jahr seiner Existenz auf YouTube ein ganz neues Publikum findet. Und RTL neue Umsätze.

Es geht nicht darum, YouTube zu stoppen oder Paroli zu bieten. Wer in dieser Logik denkt, verliert Reichweite und verpasst die Möglichkeit, Inhalte zu monetarisieren, die auf keiner anderen Plattform mehr funktionieren würden. Das zu erreichen, erfordert Erfahrung im Umgang mit YouTube und ständige Bereitschaft zur Veränderung. Neue Features auf der Plattform, Veränderungen in den Algorithmen und Trends im Nutzerverhalten machen das Videonetzwerk zu einer dynamischen Umgebung.

Ein paar aktuelle Neuerungen stellt euch unser Kollege Kwink in dieser Ausgabe des Newsletters vor. Wenn ihr Fragen dazu habt, zögert nicht, mich und mein Team zu kontaktieren. Kwink feiert in diesem Jahr übrigens ein ganz besonderes HitchOn-Jubiläum. Mehr dazu weiter unten.

Und nicht nur Kwink darf feiern: Der ZDF-Instagram-Kanal „Das ist also Kunst“ ist für den Grimme Online Award nominiert. Schon die Nominierung ist eine tolle Anerkennung für das Projekt, für das wir drei Creator-Formate produzieren. Wer uns, die Creator und das ZDF unterstützen möchte, kann das beim Publikumsvoting gerne tun. Wir würden uns sehr freuen.

Herzlichst

euer Moritz & das HitchOn-Team



## Feature-Check: YouTube Communitys und Live-Content



### Eine Einschätzung unseres YouTube-Experten [Kwink Kurze](#)

Community Building ist ein nicht wegzudenkendes Element des Erfolgs für große Kanäle. Und YouTube, was als Plattform ein Interesse am Erfolg seiner User:innen hat, unterstützt das von jeher. Mittlerweile gibt es einiges mehr als Likes und Kommentare, um eine starke Verbindung zwischen Kanälen und ihren Fans zu bauen.

Ein gutes Beispiel sind die **YouTube Communitys**. Kanäle ab einer gewissen Größe, die sich nicht an Kinder richten, haben seit einiger Zeit schon die Möglichkeit, einen Bereich für Fans zu schaffen, wo diese selbst Text- und Bildnachrichten posten und sich austauschen können, im Idealfall mit reger Beteiligung der Kanal-Macher:innen. Das funktioniert erstaunlich gut, wohl auch weil YouTubes KI-Moderator:innen mittlerweile sehr gut geworden sind und Beschimpfungen oder unpassende Postings erfolgreich zurückhalten. Demnächst soll das Feature um geschlossene Bereiche ergänzt werden, wo dann nur zahlende Kanal-Mitglieder diskutieren können sollen. Empfehlenswert für alle, die den Austausch mit dem Publikum suchen und auch die Kapazitäten haben, dranzubleiben.

Gleichzeitig investiert YouTube weiter in **Live-Content**. Mit „Stations“ sollen Kanäle demnächst ihre Playlists als linearen Dauer-Stream auf dem Kanal anbieten können. Im Livechat dazu gibt es neue Möglichkeiten, dem Kanal kleine Geschenke, „Jewels“, zukommen zu lassen. Mehr noch, Streams können nun simultan im Querformat auf dem Kanal laufen und sind auch über den Shorts-Feed in vertikal auffindbar. Die Chats aus beiden Formaten werden zusammengeführt. So pusht YouTube die direkte Interaktion der Creator mit ihren Communitys. Und die Zukunft bleibt spannend: YouTube experimentiert aktuell damit, Streams live in andere Sprachen zu übersetzen, sodass Menschen überall sie verstehen und mitchatten können.



## 10 Jahre YouTube-Expertise bei HitchOn



Ein Jahrzehnt HitchOn, unzählige YouTube-Updates und jede Menge Know-how: Unser Kollege [Kwink Kurze](#) hat am 1. Oktober sein zehnjähriges Firmenjubiläum gefeiert. Er ist damit der erste Mitarbeiter, der diese besondere Marke bei uns erreicht hat!

Als Senior Strategist YouTube & Content ID kennt Kwink die Plattform wie kaum ein anderer. Kein Wunder: Bereits seit 2009 ist er selbst als YouTuber aktiv, wurde zweimal für den Deutschen Webvideopreis nominiert und hat schon vor seiner Zeit bei HitchOn Marken und Produktionen professionell auf YouTube begleitet.

Heute sorgt er dafür, dass wir und unsere Kund:innen bei neuen Features, Algorithmen und Trends immer auf dem Laufenden bleiben. Und auch intern profitieren wir regelmäßig von seinem geballten Plattformwissen.

Danke, lieber Kwink, für zehn Jahre Expertise, Engagement und Teamspirit. Wir freuen uns auf viele weitere gemeinsame Jahre!



**„Das ist also Kunst“ ist nominiert!**



## Grimme Online Award

Von Klimts heimlicher Affäre über Heavy Metal bis hin zu aktuellen Social-Media-Trends: Dass Kunst und Kultur alles andere als langweilig sind, zeigt der ZDF-Kanal „Das ist also Kunst“ seit mittlerweile fünf Staffeln. Jetzt wurde das Format für den Grimme Online Award in der Kategorie Kultur und Unterhaltung nominiert!

Eine tolle Anerkennung für ein Projekt, das wir bei HitchOn gemeinsam mit dem ZDF und AlwaysOn Production seit 2022 begleiten dürfen. Inzwischen sind mehr als 500 Reels mit insgesamt sieben Creatoren entstanden, die Kunst und Kultur auf unterhaltsame, überraschende und manchmal auch provokante Weise vermitteln.

Besonders schön: Wir durften den Kanal von Anfang an mitgestalten, neue Formate ausprobieren und gemeinsam mit allen Beteiligten immer wieder kreative Ideen umsetzen.

Wir freuen uns riesig über die Nominierung, bedanken uns beim ZDF für das langjährige Vertrauen und drücken dem gesamten Team die Daumen für die Preisverleihung! Stimmt gerne [beim Publikumsvoting](#) mit ab.

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



Hier klicken zum [Abmelden](#)