

Hey Leute! 😊

Jetzt mal ehrlich: Hast Du noch eine Fernsehzeitung zu Hause? Wahrscheinlich nicht. Ich habe es mal bei den IVW-Auflagen nachgeguckt: Der Klassiker "Hörzu" hat trotz prominent besetzter Out-of-Home-Kampagnen ein Viertel seiner Reichweite verloren.

Wenn es darum geht, welchen Inhalten die Menschen ihre knapp bemessene Aufmerksamkeit schenken, verlassen sie sich inzwischen auf andere Dinge. Zum Beispiel auf Empfehlungen der Streaming-Algorithmen, die inzwischen viel weniger auf persönlichen Vorlieben basieren als auf blanker FOMO-Strategie: "Das sind die meistgesehenen Serien heute in Deutschland."

Als jemand, der selbst in der Film- und Fernsehproduktion gearbeitet hat, kann ich sagen: Für viele Medienproduzent:innen, die aus einer Zeit kommen, in der ein linearer Stream den Menschen ihre Angebote buchstäblich vor die Nase gesetzt hat, ist das in vieler Hinsicht eine neue Welt. Sie müssen sich damit auseinandersetzen, dass es jetzt zu ihren Aufgaben gehört, Menschen von ihren Medienerzeugnissen zu überzeugen und im besten Fall zu begeistern.

Sehen wir also bald mehr Influencer im Cast von TV-Filmen und Serien? Muss eine Serie in Zukunft wie der Netflix-Hit Wednesday auf TikTok viral gehen, um bekannt zu werden? Wie sieht eine gute Distributionsstrategie aus? Darüber sprechen wir **am 16. Juni beim HitchOn "Distri Day"** mit Social-Media-Expert:innen, Redakteur:innen und Produzent:innen. Alle, die sich für das Thema interessieren, können sich kostenlos anmelden.

P.S. Gerade ist die **re:publica** in Berlin und ich bin natürlich auch vor Ort. Lass uns gern ein Treffen vereinbaren! 😊

## Distribution mit Influencern

Die Einbindung von Influencern ist für Marketingverantwortliche aus der Unternehmenswelt längst Alltag. Nun machen die Creator auch auf Medieninhalte aufmerksam, so wie zuletzt **Louisa Dellert** für die Mega-Produktion "Der Schwarm" oder **Mirella Precek** (@mirellativegal), die bei der Netflix-Show "Too hot to handle" moderierte. Noch einen Schritt weiter geht Top-Creatorin **Julia Beaux**: Sie bringt ihre Fans mit der Hauptrolle in der ZDF-Dramaserie "Gestern waren wir noch Kinder" dazu, in Scharen in die ZDF-Mediathek zu gehen, und baut sich parallel eine Karriere als ernstzunehmende Schauspielerin auf. Mehrwert für alle Beteiligten - das war schon immer der vielversprechendste Weg für Kooperationen zwischen Creatorn und Marken.

Julia Beautx in der ZDF Serie „Gestern waren wir noch Kinder“, auch zu sehen in der ZDF Mediathek

Die Insta-Seite der Serie „Notruf Hafenkante“ bietet spannendes Zusatzmaterial und Raum für Interaktion.

Auf Phil Laudes Insta-Kanal finden sich Snippets aus der Serie "Almania". Zusätzliche Distribution läuft via Twitch.

## 16. Juni DISTRI DAY

### ANMELDUNG

Wie kommt die Zielgruppe in die Mediathek? Sei dabei beim **Barcamp mit Sendern, Expert:innen und Produzent:innen!**

Die Teilnahme ist **kostenlos**.

---



**WELCHE SÄTZE WIR ZUM  
THEMA DISTRIBUTION  
HÖREN:**



**"Ein extra Marketing-  
budget haben wir leider  
nicht dafür."**

Danika  
Brodam





**"Können wir nicht einfach  
80 Influencer anschreiben  
mit der Bitte, unseren  
Inhalt zu teilen?"**

Maria  
Plotnikova



**"Könnt ihr uns euer  
Konzept einfach bis Ende  
der Woche schicken?"**

Moritz  
Meyer



**Beim ersten “Distri-Day” von HitchOn am 16. Juni wollen wir Redakteur:innen, Social-Media - und Distributions-Expert:innen, Produzent:innen und Kreative zusammenbringen, um voneinander zu lernen, Herausforderungen zu diskutieren und sich zum Thema “Distribution” zu vernetzen.**

- Klicks vs. Quote: Brauchen wir reichweitenstarke Influencer statt bekannter Schauspieler:innen im Cast?
- Mediatheksconversion vs. Plattformformat: Was macht ein (gutes) Distributionskonzept aus?
- TikTok vs. Grimme: Schreiben Autor:innen jetzt besser lustige Memes statt starker Dialoge?

Diese und weitere Fragen wollen wir mit euch diskutieren. Der Distri-Day ist keine Expert:innenkonferenz, sondern offener Austausch **im Barcamp-Style**. Das bedeutet: Wir werden Themen und Impulse vorbereiten. Aber die Veranstaltung wird von eurer Diskussion und eurem Input leben.

Das Beste kommt zum Schluss: Nach dem Austausch gibt's Pizza, Kaltgetränke und gemeinsames Networken. Sei dabei am Freitag, den 16. Juni 2023, **von 14 bis 19 Uhr**.

Melde Dich bis zum 09. Juni 2023 verbindlich an. Die Teilnahme ist kostenlos.

Updates zu Sessions folgen über unseren HitchOn LinkedIn-Account.

Wir freuen uns auf euch!

IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler  
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](#)