



On U. S.



Hey Leute, 😊

wenn wir die Demokratie bewahren wollen, brauchen wir Social-Plattformen, die nach demokratischen Prinzipien organisiert sind. Das sagt Jay Graber, die Chefin des Microblogging-Dienstes Bluesky, auf der South-by-Southwest-Konferenz in Austin, Texas. Dass sie Facebook oder Instagram nicht dazuzählt, verrät ihr T-Shirt mit der Aufschrift „Mundus sine Caesaribus“.



Das ist Lateinisch für „Eine Welt ohne Kaiser“. Es ist eine subtile und provokante Anspielung auf ein T-Shirt, das Mark Zuckerberg mal getragen hat mit der Aufschrift „Aut Zuck aut nihil“. Das war Zuckerbergs egomanische Version der absolutistischen Herrscherformel „Aut Caesar aut nihil“: Der Kaiser oder nichts.

Genau vor diesem Allmachtsdenken der amerikanischen Tech-Oligarchen hat auf derselben Konferenz ein paar Tage vorher auch Meredith Whittaker gewarnt. „Die Menschen, die an der Macht sind, setzen unsere Inhalte, unsere Online-Kontakte und Ortsdaten als Waffen gegen uns ein. Der einzige Weg, Daten richtig zu schützen, ist, sie nicht zu besitzen“, sagt Whitaker, die CEO des Messengerdienstes Signal.

Bluesky ist ein Gegenentwurf zu X, der von Elon Musk kontrollierten Plattform. Signal ist eine Alternative zu WhatsApp oder dem Facebook-Messenger von Mark Zuckerberg. Die beiden Multimilliardäre sind Aushängeschilder der Tech-Bro-Generation. Der Begriff beschreibt eine Kaste von superreichen Männern, die es in den vergangenen gut 20 Jahren geschafft haben, einen Großteil der wichtigsten Online-Plattform auf diesem Planeten so groß zu machen, dass wir uns ein Leben ohne sie kaum noch vorstellen können.

Whittaker und Graber sind der Gegenentwurf zu den Tech-Bros, die Tech-Sisters, wenn man so will. Sie glauben beide daran, dass Online-Plattformen nach wie vor dazu beitragen können, diese Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Ihre Plattformen gehören nicht einer einzigen Person und sind open source. Jeder Mensch, der es möchte, kann den Code einsehen und damit arbeiten. Sie beuten nicht die Daten der Nutzer aus. Und sie verweigern sich der Logik der „Enshittification“: Sie wollen nicht die Nutzererfahrung absichtlich verschlechtern, um ein besseres Erlebnis gegen Geld anbieten zu können. Und vor allem setzen die weiblichen CEOs die Plattformen nicht zum persönlichen Vorteil ein. Gewinn erzielen sie mit ihren Unternehmungen allerdings auch nicht. Den machen weiter die Milliardäre aus dem Silicon Valley, die ihre wirtschaftliche Dominanz nun in die politische Sphäre ausdehnen.

Musk, Zuckerberg oder auch Jeff Bezos sind zu Handlangern von US-Präsident Donald Trump geworden, der an die Verfassung der USA die Kettensäge anlegt. In Austin frage ich die renommierte Journalistin Kara Swisher und den Wirtschaftsprofessor Scott Galloway in ihrem Podcast „Pivot“, ob wir damit rechnen müssen, dass Elon Musk nach den USA auch anderen Demokratien Schaden zufügen will. „Auf jeden Fall!“, prophezeit Swisher. „Musk wird nicht aufhören. Wir werden das auf der ganzen Welt sehen. In Australien, wo demnächst gewählt wird, fürchten sie seinen Einfluss“, sagt die Journalistin. Galloway ergänzt: „Demokratie und Bürgerrechte sind inzwischen komplett abhängig davon, wie viel Geld und Wohlstand man hat, vor allem in den USA.“ Galloway sagt: „Die Reichen werden von den Gesetzen geschützt, sind aber nicht an sie gebunden. Die Ärmere sind an die Gesetze gebunden, aber nicht von ihnen geschützt.“

Es braucht einen Gegenentwurf zum neuen Playbook der Oligarchen. Das zielt darauf ab, populistische und antidemokratische Kräfte finanziell zu unterstützen, damit sie auf Social Media große Reichweite erzeugen und möglichst viele Menschen beeinflussen können. Noch stehen Whittaker und Graber mit ihren Plattformen am Anfang. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok oder Amazon sind eng mit unserer alltäglichen Nutzung des Internets verknüpft. Die Geschäftsmodelle von Millionen Unternehmen und Creator:innen sind auf ihnen aufgebaut. Diese Plattformen komplett zu verlassen oder gar zu verbieten, ist (noch) keine echte Option.

Gleichzeitig ist es keine Option, auf diesem Weg einfach so weiterzumachen. Im Februar haben wir darum unseren ersten „Meta Zukunftsdialo“ bei HitchOn abgehalten. In dem digitalen Talkformat haben wir mit rund 20 Menschen aus der Medien- und Social-Media-Branche diskutiert, wie wir mit der neuen Situation auf den Social-Plattformen umgehen können. Ich finde, solche Räume zu schaffen, ist ein erster Schritt dahin, einen besseren und positiven Umgang mit den sozialen Netzwerken zu finden.

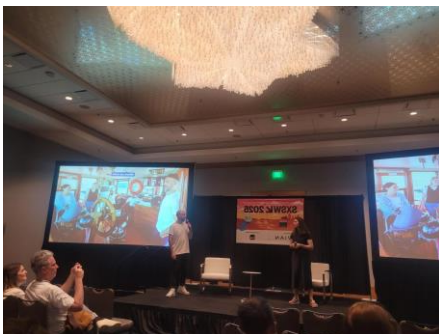
In dieser Sonderausgabe des Newsletters zur South-by-Southwest 2025 teile ich mit euch ein paar spannende Facts von der Messe. Bevor ihr euch in diese Ausgabe vertieft, sind hier noch drei Podcast-Empfehlungen:

- Den Originalton von meiner Frage an Kara Swisher und Scott Galloway und ihre Reaktion darauf könnt ihr euch **auf YouTube** ansehen.
- Außerdem habe ich in Austin zum Thema XR und Apple Vision Pro mit zwei absoluten Experten der Szene gesprochen. Das kurze Interview gibt es **im Podcast Spatial Realities von Thomas Riedel**.
- Und schließlich hat mich Gavin Karlmeier **in den Haken-dran-Podcast** eingeladen. Dort hört ihr mehr über Bluesky, was eine Whistleblowerin in einem neuen Buch über Facebook enthüllt und Elon Musks neueste Idee in Sachen Mars.

Und jetzt viel Spaß mit dieser Ausgabe.

Herzlichst

euer Moritz und das HitchOn-Team



3 Zahlen zur Creator Economy von der SXSW 2025

Die wachsende Creator Economy war eines der Schwerpunkt-Themen der diesjährigen South-by-Southwest. Einer der wichtigsten Entwicklungen ist die immer größere Auswahl an Monetarisierungsoptionen abseits von Online-Video und Influencer Marketing. Auch wenn Influencer Marketing auf Instagram, TikTok und Co. weiter die wichtigste Erlösquelle ist, gibt es inzwischen viele neue Möglichkeiten, auf anderen Plattformen mit Inhalten und kreativer Leistung Geld zu verdienen. Das Spannende dabei ist, dass viele dieser Alternativen ohne Online-Video auskommen.

11

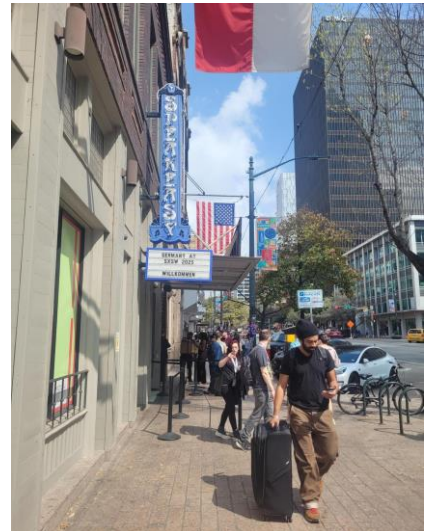
Minuten beschäftigen sich Nutzer:innen auf Roblox mit gesponsorten Inhalten im Schnitt. Auf Social-Media-Plattformen seien es nur 1,5 Sekunden. Das sagt Charles Humbro von der Analyse-Plattform Geeiq. Er und sein Team analysieren Kampagnen in Gaming-Universen wie Roblox oder Fortnite. Die Gaming-Plattformen stehen insbesondere bei der langsam aber sicher in den Fokus rückenden Gen Alpha hoch im Kurs und werden dort mehr genutzt als TikTok. Kein Wunder, dass sich dort ganz neue Vermarktungsoptionen auf tun. Könnte sein, dass der Platzhirsch in Sachen Jugendkultur in den nächsten Jahren abgelöst wird. Und aus Social Media Social Gaming wird.

943,6

Millionen Dollar werden Creator:innen in diesem Jahr nur mit Podcasts umsetzen. Das schätzt die Marketing-Analystin Jasime Enberg von eMarketer. Der Hype ist also keineswegs vorbei. Das zeigt unter anderem der 250-Millionen-Deal, den der umstrittene Podcaster Joe Rogan von Spotify für seine Show „The Joe Rogan Experience“ in den nächsten Jahren erhalten wird. Wie in so vielen Creator-Branchen auch, verteilen sich die größten Stücke des Kuchens allerdings auf eine kleine Anzahl an Top-Creator:innen. Die große Masse an Podcaster:innen kann nicht allein vom Podcasten leben und benötigt weitere Erlösquellen.

6,35

Millionen Dollar hat Heather Cox Richardson 2025 verdient. Sie ist die derzeit erfolgreichste Autorin auf dem Newsletter-Portal Substack. Das schätzt der Medienexperte Evan Shapiro, der selbst auf der Plattform aktiv ist. Die Historikerin Richardson schreibt den Newsletter „Letters from an American“. Der erreicht mehr als 1,3 Millionen Leser, die bereit sind, fünf Dollar im Monat für die täglichen Ausgaben zu zahlen.



Meta Zukunftsdialog

**META ZUKUNFTSDIALOG
I HITCHON**

**INTERESSE AN INFOS ÜBER
ZUKÜNFTIGE KOSTENLOSE ONLINE-EVENTS?**

f **ig** **@**

HitchOn

Wie geht es weiter mit den großen Social-Media-Plattformen?

In unserem regelmäßig stattfindenden, kostenlosen Meta Zukunftsdialog diskutieren unsere Expert:innen mit euch über die Auswirkungen des sich verändernden Meta-Universums und den Umgang mit Facebook, Instagram und anderen Plattformen.

Interesse? Dann trage dich **hier** ein und erfahre zuerst, wann der nächste Zukunftsdialog stattfindet.

3 Social Themen für die nächsten Monate, die ihr jetzt schon planen könnt!

Der Sommer rückt näher – jetzt ist der perfekte Zeitpunkt, um den Social-Media-Kalender für die kommenden Wochen zu füllen. Hier sind drei Anlässe, die ihr im Blick haben solltet:

re:publica, 26.–28. Mai: Die re:publica ist eine der wichtigsten Konferenzen zur digitalen Gesellschaft in Europa. Sie ist die perfekte Gelegenheit, um Social-Media-Inhalte rund um digitale Trends, Networking und Innovationen zu gestalten. Ob spannende Insights, Live-Eindrücke von der Veranstaltung oder interaktive Formate wie Umfragen und Diskussionen – hier könnt ihr zeigen, dass eure Marke am Puls der Zeit ist.

Pride Month, Juni: Der gesamte Juni steht im Zeichen von Vielfalt, Toleranz und Inklusion. Nutzt den Pride Month, um eure Marke bunt, kreativ und engagiert zu präsentieren. Ob inspirierende Storys, regenbogenfarbene Designs oder Aktionen rund um Diversity – dieser Monat bietet viele Anknüpfungspunkte für authentischen Content. Wichtig: Zeigt echte Haltung und bleibt glaubwürdig – Rainbow-Washing kommt nicht gut an!

Sommeranfang und Ferienzeit, ab Ende Juni: Sommer, Sonne, Urlaubszeit! Mit dem offiziellen Sommeranfang am 21. Juni und dem Start der Sommerferien bieten sich zahlreiche Möglichkeiten für frischen und leichten Content. Ob Tipps rund um Reiseinspirationen, Packing-Listen oder einfach nur entspannte Sommer-Vibes – die warmen Monate laden dazu ein, eurer Community positive Inhalte zu bieten. Nutzt die Gelegenheit, um Sommer-Gewinnspiele oder kreative Story-Templates („Welches Urlaubsziel passt zu dir?“) zu starten und die Interaktion zu fördern.

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 | Email: info@HitchOn.de
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)