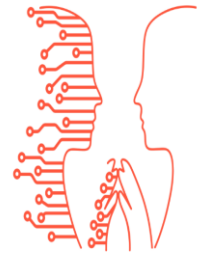




On Human Generated Content



Hey Leute, 😊

Wenn selbst Mr. Beast nervös wird, ist was in Bewegung geraten. Der derzeit reichste Creator der Welt sorgt sich darum, **dass KI-Tools die Lebensgrundlage von vielen Creator:innen bedrohen könnten**. Ich bin ehrlich: Ja, ich sehe die Risiken. Gleichzeitig finde ich es unfassbar spannend, welche Möglichkeiten sich für Kreative oder kleinere Produzent:innen auftun.



Sowohl Google als auch OpenAI haben in den vergangenen Wochen deutlich verbesserte Video- und Bildgenerierungstools gelauncht. Parallel zum Release von Sora2 hat OpenAI noch eine Art TikTok für AI-only Videos veröffentlicht, die prompt auf Platz 1 in den App Stores in den USA ging. Kein Wunder also, dass da auch Creator:innen das Zittern kriegen. Kurz darauf hatte ich dann auch die KI-Schauspielerin Tilly Norwood in meinem Feed. Ich habe kein Problem damit, zuzugeben: Ich fand **dieses Video von ihr** sehr gut und witzig gemacht.

Die Creatorin von **Tilly Norwood** hat kürzlich ein **Statement auf Instagram** gepostet, in dem sie erklärt, dass sie AI nicht als Ersatz für menschliche Schauspieler:innen sieht. Für sie ist es wie viele Technologien vorher eine Erweiterung der Möglichkeiten. Den Charakter „Tilly Norwood“ zu erschaffen, sei für sie wie einen Charakter zu entwickeln oder ein Drehbuch zu schreiben.

Ich musste da an eines meiner ersten Erlebnisse in der Medienbranche denken. Es war ein Praktikum am Set eines Tatorts. Für eine Szene wurde ein zusätzliches Auto für eine Verfolgungsszene benötigt. Nach dem Motto „Ich war jung und brauchte das Geld“ habe ich meinen alten Golf zur Verfügung gestellt. Danach war der reif für die Werkstatt. Die Reparatur hat der Tatort natürlich übernommen und hey, mein Auto war im Fernsehen. Doch hätte es nicht auch Vorteile, wenn man solche Stunts in Zukunft einfacher machen könnte?

Ich glaube jedenfalls an das Potenzial von Leuten mit Ideen. Es werden coole Sachen mit diesen Tools umgesetzt werden, die uns genauso begeistern werden wie die Inhalte von echten Menschen. Die werden nicht verschwinden, auch da bin ich mir

sicher. Gleichzeitig, auch das gehört dazu, sinken die Kosten durch diese Tools in vielen Bereichen gewaltig. Und so ehrlich muss man sein: Diesen Entwicklungen werden sich Produzent:innen nicht verschließen. Ich glaube, mit pauschaler Ablehnung tun wir uns in der Medienbranche darum keinen Gefallen.

Diese und weitere Entwicklungen werden sicherlich ein Thema auf den **Münchener Medientagen** sein. „WTFuture“ ist das passende Motto in diesem Jahr. Ich freue mich auf den Austausch vor Ort. Wer Lust auf ein Treffen hat, kann sich gerne **hier** direkt melden und was ausmachen.

Und a propos Auto: Ich bin zwar keine Autonärrin. Mobilität und die Frage, wie wir in Zukunft unterwegs sein werden, finde ich als jemand, der jede Woche quer durch Deutschland reist, aber definitiv eines der wichtigsten und spannendsten Themen unserer Zeit. Umso mehr habe ich mich gefreut, dass ich in diesem Jahr Teil der Jury für den erstmals vergebenen Award „CMO Mobility of the Year“ von **Turi.Moove** und der Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG auf dem auto, motor und sport Kongress in Stuttgart sein durfte. Mehr dazu lest ihr gleich zu Beginn dieses Newsletters.

Außerdem gibt euch unsere Senior Content Strategin **Maria Plotnikova** noch eine kurze Einschätzung zum neuen Ultra-Landscape-Format auf Insta.

Viel Spaß beim Lesen wünschen euch

eure Sarah & das HitchOn-Team



Der CMO Mobility of the Year 2025

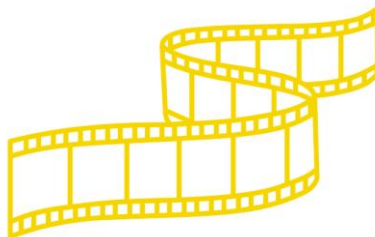


Sven Schuwirth hat es geschafft, Cupra zu einem der beliebtesten E-Fahrzeuge in Deutschland zu machen. Dafür zeichnet ihn Turi.Moove und die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG als „CMO Mobility of the Year“ aus. Den erstmalig vergebenen Preis, der herausragende Marketing-Leistungen in der Mobilitätsbranche für strategische Weitsicht, kreative Exzellenz und starke Kommunikation würdigt, nahm er Anfang dieser Woche auf dem auto motor und sport Kongress in Stuttgart entgegen.

Mehr zur Preisverleihung erfahrt ihr auch bei **turi.one** und in der Sonderedition **turi.moove**, der neuen Plattform für Vordenker:innen der Mobilitäts- und Medienbranche.

Jury-Selfie mit dem Preisträger (von vorne nach hinten): Stefanie Wurst, Michael Trautmann, Sven Schuwirth, Harald Hamprecht, Dominik Wichmann, Sarah Kübler, Birgit Priemer, Jonas Wagner, Peter Turi.

© Bildrechte: Michael Trautmann



Feature-Check:

Das neue Ultra-Landscape-Format auf Insta



**Eine Einschätzung unserer
Senior Content Strategin
Maria Plotnikova**

Cinematic Look trifft Content-Experiment, aber was bedeutet das wirklich?

Ihr habt es wahrscheinlich auch schon gesehen: Diese ultrabreiten Videos im Feed, die aussehen wie aus einem Film geschnitten. Das 5120×1080-Format macht gerade die Runde, und alle sind erstmal begeistert. Und genau deswegen funktioniert's momentan.

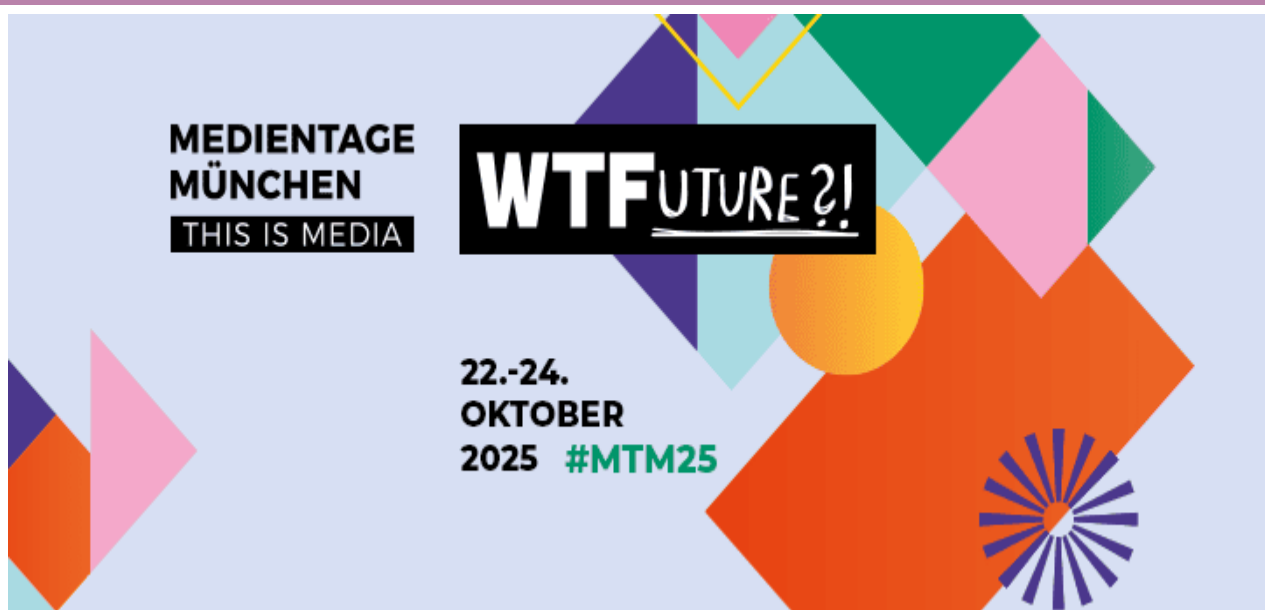
Real Talk: Das ist ein ästhetischer Kniff, kein strategisches Wundermittel. Der Look sticht raus, weil er ungewohnt ist und in einem Meer von Hochformat-Content wirkt so ein Filmstreifen-Look einfach besonders. Aber ob der Content damit besser wird? Das steht auf einem anderen Blatt.

Ich sehe das Format vor allem bei zwei Typen von Accounts funktionieren: Entweder bei denen, die ohnehin sehr starkes Material aus Kampagnen oder Produktionen haben und das jetzt einfach clever ummünzen. Oder bei Travel-, Food und Architektur-Accounts: Also überall, wo Bildsprache eh schon zieht und Bildweite was hermacht.

Aber keine Panik, wenn jetzt alle glauben, sie müssen das auch machen. Nein, müsst ihr nicht. Testet es, wenn's zu euch passt. Aber vergesst nicht: Am Ende gewinnt immer noch die Story, nicht das Seitenverhältnis. Trends kommen und gehen, aber guter Content bleibt.



Meet Sarah @MEDIENTAGE MÜNCHEN



Sarah ist nächste Woche vom **22. bis 24. Oktober 2025** auf den Medientagen in **München**.

Zeit und Lust für einen kurzen Austausch?

Hier könnt ihr euch mit ihr vernetzen oder **hier gleich einen Termin vor Ort buchen**.

Fotohinweis © Medien.Bayern GmbH

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



in

Hier klicken zum [Abmelden](#)