

TikTok erobert die Leinwand: Constantin Film startet innovative Zusammenarbeit!

TikTok und Constantin Film kooperieren ab Juli 2025, um durch „Spotlight“ innovative Filmvermarktung und Community-Engagement zu fördern.



Berlinale, Deutschland - Am 2. Juni 2025 kündigt Constantin Film eine aufregende Partnerschaft mit TikTok an, die die Filmvermarktung revolutionieren könnte. TikTok, einst als reine Entertainment-Plattform gestartet, hat sich zu einem bedeutenden Akteur in der Filmbranche entwickelt. Diese Kooperation wird durch den Einsatz des neuen TikTok-Features „Spotlight“ ergänzt, das eine innovative Möglichkeit bietet, aktuelle Kinofilme zu bewerben.

Eine erste Welle von Marketingmaßnahmen wird die Filme „MÄDCHEN MÄDCHEN“, dessen Kinostart am 3. Juli geplant ist, sowie „DAS KANU DES MANITU“, das am 14. August in die Kinos kommt, umfassen. Mit dieser Zusammenarbeit zielt Constantin

Film darauf ab, sowohl neue Zielgruppen als auch langjährige Filmfans anzusprechen, kann auch auf beeindruckende Zahlen verweisen: Aktuell hat das Unternehmen 607.000 Follower und über 10 Millionen Likes auf TikTok.

Der Einfluss von TikTok auf die Filmvermarktung

Laut **OTS** hat TikTok durch Partnerschaften mit Festivals, wie der Berlinale, seinen Einfluss in der Filmvermarktung unter Beweis gestellt. Martin Bachmann von Constantin Film beschreibt „TikTok Spotlight“ als ein wertvolles Marketing-Tool, das es ermöglicht, das Engagement der Community zu fördern und eine maximale Reichweite für die Filme zu erzielen. Karsten Samland von TikTok ergänzt, dass diese Partnerschaft von großer Bedeutung für die deutsche Film-Community ist.

Mit TikTok Spotlight können Produktionsstudios relevante TikToks identifizieren und diese auf einer speziellen Landing Page bündeln. Diese Seite enthält nicht nur Filmzusammenfassungen und Informationen zu den Darstellern, sondern auch Inhalte, die von den Nutzern erstellt wurden. So können Zuschauer direkt auf Ticketing-Optionen zugreifen oder den Film über Streaming-Plattformen anschauen. Das Tool zielt darauf ab, ein immersives Erlebnis zu bieten und wertvolle Einblicke für zukünftiges Storytelling und Community Building zu liefern.

Neue Möglichkeiten für Filmstudios

Die Werbung für Filme auf TikTok hat sich als äußerst effektiv erwiesen. Eine Studie zeigt, dass TikTok-Nutzer 44% wahrscheinlicher sind, mindestens einmal im Monat ins Kino zu gehen. Diese Nutzer interagieren aktiv mit Filminhalten, wobei 80% der TikTok-Nutzer bereits mit ihren Lieblingsfilmen auf der Plattform interagiert haben. Dies könnte erklären, warum 36% der Nutzer, die einen neuen Film auf TikTok entdeckt haben,

unmittelbar ein Ticket kaufen. Darüber hinaus zeigen 77% der TikTok-Kinogänger ein starkes Interesse, Filme innerhalb von zwei Wochen nach deren Veröffentlichung zu sehen.

TikTok positioniert sich somit als entscheidender Partner für Filmstudios, um das Publikum zu erreichen und die Ticketverkäufe zu steigern. Erfolgreiche Kampagnen auf TikTok haben bereits nachweislich den Ticketverkauf in die Höhe getrieben, wie Beispiele wie „Bad Boys: Ride or Die“ zeigen, das einen Anstieg von 249% bei den Ticketkäufen verzeichnete. Die Plattform ist bekannt dafür, Trends und Conversations in Echtzeit zu identifizieren und so das Engagement mit dem Publikum effektiv zu optimieren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Kooperation zwischen Constantin Film und TikTok nicht nur die Vermarktung neuer Filme neu definiert, sondern auch das gesamte Filmmarketing in der heutigen digitalen Landschaft transformiert. Die Möglichkeiten, die sich durch diese Partnerschaft ergeben, eröffnen sowohl Filmstudios als auch Zuschauern innovative Wege, um sich miteinander zu verbinden.

Abschließend lässt sich festhalten, dass sowohl das Nutzerverhalten auf TikTok als auch die innovative Nutzung von Features wie „Spotlight“ die Filmlandschaft nachhaltig beeinflussen könnten. Mit bis zu 1 Milliarde aktiven Nutzern weltweit bietet TikTok eine Plattform, die sowohl für neue als auch für bestehende Filmformate von großem Wert ist.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Berlinale, Deutschland
Quellen	• www.ots.at • newsroom.tiktok.com • ads.tiktok.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at