

09.09.2025 - 13:21 Uhr

Bibel TV lässt Yellow Tree crossmediale Kampagne für Serie "God Friended Me" entwickeln / Mit Großflächenplakaten und interaktiven Social Media Elementen soll jüngeres Publikum erreicht werden



Hamburg (ots) -

Die **Siegener Agentur Yellow Tree** hat für Bibel TV eine umfangreiche Kampagne entwickelt, in deren Mittelpunkt eine junge, social-media-affine Zielgruppe steht. Es geht dabei um die neue Serie **"God Friended Me - Die Freundschaftsanfrage"**, die ab Oktober **auf Bibel TV und in der Bibel TV Mediathek** startet.

Yellow Tree hebt in ihrer Kreation auf die Besonderheit der Serie ab, die christliche Werte, Sinnsuche und den Impuls zu konkretem moralischen Handeln mit der digitalen Lebenswelt junger Menschen verbindet. Dabei steht die Frage "Wer ist Gott?" bei vielen Kampagnen-Elementen im Zentrum und sorgt für Spannung, Diskussionsstoff - und Interaktion mit dem Publikum.

"'God Friended Me' verbindet die digitale und die reale Lebenswelt, verknüpft reale Beziehungen mit digitalen Freundschaften und macht digitales Handeln unmittelbar wirksam im echten Leben", sagt Yellow Tree-Inhaber Heiko Rafflenbeul. "Das eröffnet viele Erzähl- und Aktivitätsräume - über Social Channels und Podcasts bis hin in den Stadtraum - und erlaubt es, die Serie organisch über unterschiedliche Kanäle hinweg weiterzuerzählen".

Verknüpfung von digitaler und echter Lebenswelt

So wird zu Beginn der Kampagne mit dezenten Hinweisen auf die Serie gearbeitet, im Anschluss wird die Sichtbarkeit durch Titel-Visuals und die Hauptdarsteller erhöht. Es folgen dann spirituelle Impulse, in denen Menschen dazu angeregt werden, sich mit Fragen des Glaubens auseinanderzusetzen, ihre Umwelt aufmerksamer wahrzunehmen und auch konkret einzugreifen und zu helfen. "Die Kampagne verlängert die Serienlogik ins echte Leben", so Yello Tree.

Die **Werbemittel der Kampagne**, die im September startet, umfassen im Wesentlichen Großflächenplakate, Social Media Werbung auf den Accounts von Bibel TV (Facebook, X und Instagram) sowie Videospots in den digitalen

Playstations der U- und S-Bahnen. Die Werbung in den Public Video Stations wird sich auf bestimmte Großstädte wie Hamburg und Stuttgart konzentrieren. Auf der Landingpage www.bibel.tv/de/gfm gibt es dann mehr Infos zur Serie.

Die Agentur Yellow Tree versteht sich als "**Branding- & Digitalagentur**", die auf **Markenbildung** spezialisiert ist (<https://www.yellowtree.de/de>). Sie soll die Marke Bibel TV stärken sowie jüngere, online-affine Zielgruppen sowohl im christlichen, als auch im nicht explizit christlichen Umfeld generieren und diese in interaktiven Social-Media-Content mit einbeziehen. Yellow Tree hat für Bibel TV bereits die Social Media Kampagne für die Serie "The Chosen" gestaltet.

Über Bibel TV: Bibel TV ist ein christlich-ökumenisches Medienhaus mit Sitz in Hamburg. Neben dem 24-stündigen Fernsehprogramm und einem Programmheft gehören zu dem Angebot von Bibel TV eine umfassende Mediathek und verschiedene Apps und Social Media-Kanäle. Auf seiner Streaming-Plattform verbreitet Bibel TV neben seinem eigenen Programm auch christlichen Content anderer Anbieter (EWTN, Hope TV, K-TV) sowie über www.meingottesdienst.com/ Live-Gottesdienste aller christlichen Konfessionen mit über 120 Partner-Gemeinden.

Das Fernsehprogramm von Bibel TV ist neben dem Web-Stream im deutschsprachigen Raum (D/A/CH) über ASTRA sowie in Deutschland über DVBT2-HD zu empfangen. Bibel TV ist eine gemeinnützige GmbH und hat 16 Gesellschafter, dazu gehören die katholische und die evangelische Kirche in Deutschland mit jeweils 12,75 % der Anteile.

Pressekontakt:

Bibel TV Stiftung gGmbH
Wandalenweg 26
20097 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 44 50 66-17
Fax: +49 (0) 40 / 44 50 66-18
E-Mail: presse@bibel.tv

Medieninhalte



Pictured L to R: Violet Beane as Cara Bloom, Brandon Micheal Hall as Miles Finer and Suraj Sharma as Rakesh Singh. Photo Credit: Barbara Nitke/©2018 Warner Bros. Entertainment Inc. All Rights Reserved. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/55188 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100013786/100934893> abgerufen werden.