



Hey Leute! 🇩🇪

2023 rückt näher. Wir haben uns deshalb die Frage gestellt: **Welche Entwicklungen und Learnings werden uns auch im nächsten Jahr begleiten?** 🏃

### 1. Sozialer Zusammenhalt und Purpose '

Bei uns war es dieses Jahr DAS Thema schlechthin: Ob mit der Kampagne [Join the loop](#) für unseren Kunden bpb oder bei der [ARD Themenwoche](#), die wir redaktionell begleiten durften. Die großen Fragen lauten: "*Wie finden wir als Gesellschaft wieder zusammen? Wie können wir uns produktiv miteinander austauschen, um die Konflikte und Herausforderungen dieser Zeit zu lösen?*". Eine Vielzahl von Creatoren bezog 2022 auf Social Media Stellung zu Themen wie Hate Speech und Fake News. Wir sehen diesen Thementrend auch nächstes Jahr! [Weiter unten erfährst du mehr.](#)

### 2. Die Zusammenarbeit mit Creatoren...

...setzt sich auf allen Plattformen immer mehr durch, denn auf den Reichweiten- und Vertrauensbonus der Köpfe können und wollen unsere Kund:innen nicht mehr verzichten. Auch Corporate Influencer, etwa auf LinkedIn, sind ein unabstreitbarer Trend. Wir glauben: Wer verstanden hat, [wie man Köpfe selbst aufbaut](#), wird 2023 die Nase ein Stück weit vorn haben.

### 3. YouTube 🇩🇪

Es ist schon bemerkenswert: Plattformen kommen und gehen, andere altern unabstreitbar. Doch YouTube ist in Deutschland beliebt bei Jung und Alt. Was YouTube Deutschland richtig macht und was wir daraus lernen können, [erklärt unser Head of Content Kwink Kurze.](#)

Viel Spaß beim Lesen, bleibt am Ball und einen guten Rutsch

🏃 Sarah und das HitchOn-Team

# YouTube – die ewige Plattform?



# Purpose, purpose, purpose!



#FitForDemocracy mit Jokah Tululu |  
Bedroht das Netz unsere Demokratie?

Die heutige Jugend ist informiert und engagiert. Klimaschutz, Gesundheitspolitik, Bildung und Gleichberechtigung gelten für sie als die wichtigsten Felder.\*\* Themen, die online viral gehen, sind für die Gen Z von globaler Wichtigkeit.\*\*

Mit einem eigenen Kampagnen-Hashtag, Partizipationsmöglichkeiten sowie repräsentativen Köpfen aus der Zielgruppe lässt sich die notwendige Reichweite herstellen.

#FitForDemocracy lautete der Hashtag der **klicksafe-Kampagne** anlässlich des Safer Internet Day 2022, die wir dieses Jahr mit AlwaysOn umsetzten. **Gardinia** und **Jokah Tululu** waren die Botschafter:innen aus der Zielgruppe.

Zusammen mit der HORIZONT haben wir in diesem Jahr eine **Kolumne zu Purpose Influencern** erstellt:

**PURPOSE STARS**  
**Diese 5 Influencer kämpfen auf Instagram fürs Klima**  
von Tim Theobald  
Montag, 19. September 2022

**MDRMEDIA**  
JETZT KONTAKTIEREN

Marie Naemann war 2009 bei "GNTM" dabei - heute setzt sie sich unter anderem für den Klimaschutz ein.

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind zwei der bedeutendsten Themen unserer Zeit. Schließlich geht es um die Zukunft unseres Planeten - und damit ums Überleben unserer Spezies. Welche fünf Influencer sich aktuell besonders stark auf Instagram fürs Klima und nachhaltiges Handeln einsetzen, zeigt HORIZONT zusammen mit der Mainzer Social-Media-Agentur HitchOn in der Kolumne "Purpose Stars".

**PURPOSE STARS**  
**Diese 5 Creator zeigen, wie man auf Instagram gegen Rassismus kämpft**  
von Tim Theobald  
Freitag, 08. Juli 2022

Armut soll moderner sein, anders bei Fark.

(Alltags-)Rassismus ist und bleibt ein großes Problem in unserer Gesellschaft. Umso wichtiger sind Personen des öffentlichen Lebens, die sich für Menschen fremder Herkunft und anderer Hautfarbe stark machen und über Probleme und Stereotype aufklären - insbesondere auch in Social Media, wo Hatespeech weit verbreitet ist. HORIZONT und die Mainzer Social-Media-Agentur HitchOn stellen exemplarisch fünf Creator vor, die Instagram gekonnt zum Kampf gegen Rassismus nutzen. Das Besondere: Alle fünf sind Journalist:innen.



## 3 Tipps zum Aufbau von Köpfen

### 1 Kluge Auswahl

- **Talent** ist das eine, noch entscheidender ist aber die **Motivation!** Auch Ausdauer ist gefragt.
- Wenn die Person bereits eine gewisse **Reichweite** mitbringt, umso besser!

### 2 Schulung

- Creation erfordert spezielle **Skills**. Welche sind bereits vorhanden, wo muss mit Hilfe von **Workshops** ergänzt werden?

### 3 Begleitung

- Jetzt lasst das Talent bitte nicht allein, sondern entwickelt gemeinsame **Routinen**, **Workflows** und **Retroformate** für regelmäßige Check-Ups.
- Für den Anfang ist eine **Plattform** absolut ausreichend. Doch wenn's sehr gut läuft, lässt sich auch über mehr nachdenken.



Rebecca Vitz, Charlotte Leuchter und Sarah Kübler über Influencer Marketing und Corporate Influencer

**Vielen Dank**

an unsere treuen Leser:innen in 2022! 🍷

Dich interessiert, wie man mit Influencern zusammenarbeitet und wie man Köpfe selbst erfolgreich aufbaut? **Dann klick auch unseren kommenden Newsletter:**

**On Creator** 

\*Quelle: WhitePaper Mediennutzung der Generation 9:1; 28 Nov 2022 © WeCreate Germany GmbH

\*\*Quelle: Teengeist Report V1 © fischerAppelt, W & Vappinio

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](#)