



**On Twitter?
Off Twitter?**



Liebes Twitter,

dieser Newsletter fällt mir schwer, richtig schwer. Ich weiß noch genau, wie wir uns kennengelernt haben. Deine hellblaue Farbe, das Vögelchen, die kurzen und prägnanten Nachrichten – selbst über den Anblick des Failwhales habe ich mich gefreut, war er zwar ein Zeichen deiner Überlastung, zeigte er aber doch, dass du an dir arbeitest.

Und wie du an dir gearbeitet hast! Bist von „Was machst du gerade?“ zu einer ernsthaften News-Quelle geworden. Hast uns mitgenommen, zur erfolgreichen Notlandung auf dem Hudson River im Jahr 2009 und auf den Rasen des Maracana, als wir 2014 den WM-Titel unserer Fußballnationalmannschaft gefeiert haben. Du hast geholfen, Missstände wie #metoo und #aufschrei aufzudecken und Initiativen wie #BlackLiveMatters zu unterstützen. Du hast ihnen eine stärkere Stimme gegeben, ihre Botschaften verbreitet und damit unsere Gesellschaft zum Positiven verändert.

Du bist mit uns durch Dick und Dünn gegangen und hast uns dabei nie allein gelassen. Hast uns vernetzt, uns Freund:innen und Geschäftspartner:innen finden lassen und uns eine gute Zeit beschert. Zuerst in gerade mal 140 Zeichen, dann in 280. Immer kurz, immer prägnant, mal unterhaltsam, mal mahnend, immer informierend.

Doch das ist jetzt vorbei. Liebes X, ehemals Twitter – ich habe es versucht, aber es geht nicht mehr. Hiermit trenne ich mich von dir - trennen wir uns als Company von dir. Endgültig und für immer!

Warum? Weil du eine wandelnde Red Flag bist.

Damit du meine Beweggründe verstehst, habe ich sie hier für dich und für alle anderen zusammengefasst.

5 Gründe, warum auch ihr (Unternehmen) X verlassen solltet

Verbreitung von Hassinhalten: Hassinhalte jeglicher Art nehmen seit der Übernahme Elon Musks zu, die Beschwerden hierzu haben sich um 50% erhöht, gleichzeitig wurde das Melden solcher Nachrichten erschwert, gelöscht wird kaum noch. In der Folge nehmen Rassismus, Antisemitismus, Trans- und Queerfeindlichkeit, Misogynie und andere menschenfeindliche Inhalte auf der Plattform zu. Das schafft ein untragbares Umfeld für Marken, die eine Vorbildfunktion haben.

Desinformation: Gleichzeitig hat die Verbreitung von Desinformationen zugenommen, was die Informationsqualität auf der Plattform erheblich beeinträchtigt. Die Kennzeichnung von Fake News wird durch die Community Notes reguliert – die Quelle der Community Notes sind aber einfach Nutzer:innen, keine qualifizierten Kräfte. Von denen wurde der Großteil nämlich entlassen.

Mangelnde Regulierung und Moderation: Die Plattform weist Mängel in der Regulierung und Moderation auf, was dazu führt, dass Hasskommentare und problematische Inhalte unkontrolliert verbreitet werden. Algorithmen sind nicht mehr nachvollziehbar und Content wird scheinbar willkürlich priorisiert.

Infragestellung der Verifizierung: Rechtsextreme Accounts wurden wieder freigeschaltet, das Verifizierungssystem wurde kommerzialisiert, wodurch die Glaubwürdigkeit von Nutzern und Quellen auf der Plattform beeinträchtigt wird.

Mangelnde Brand Safety: All diese Faktoren und mehr führen dazu, dass Brand Safety auf X quasi nicht mehr existiert. So wird z.B. die Werbung von Unternehmen auf rassistischen Profilen ausgespielt. Kein Wunder, dass ein Großteil der Werbekund:innen auf X nicht mehr wirbt.



Anstand, Würde, ein Miteinander – all das ist auf X nicht mehr möglich. Deshalb lautet unsere Empfehlung an Marken und Unternehmen: Wechselt die Plattform und setzt damit ein Zeichen gegen Hass und Desinformation.

Eure Community wird euch folgen. Auf eine neue Plattform oder auf eine, wo ihr sowieso schon aktiv seid.

Solltet ihr beim Schlussmachen unsere Unterstützung wünschen oder eine initiale Beratung benötigen, meldet euch gerne bei: info@hitchon.de

Eure Sarah

P.S. Unsere Aktivitäten finden vorrangig auf LinkedIn statt. Folgt uns gerne

Geschäftsführerin Sarah Kübler

**Director Broadcast & Media
Moritz Meyer**

**Director Brands & NPO's
Natascha Vollmuth**

HitchOn Company Page

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](#)