



On Highlights 2023



Hey Leute, 😊

geht es euch auch so? Für mich ist 2023 wie im Flug vergangen und ehe man sich versieht, steht schon das neue Jahr in den Startlöchern.

Welche Highlights nehme ich aus diesem Jahr mit? Es war ein Jahr voller Bewegung und des noch schnelleren Wandels. Gerade die rasanten Entwicklungen rund um AI hat unsere Art zu arbeiten förmlich auf den Kopf gestellt. Weiß noch irgendwer, wie wir vor einem Jahr fast ohne KI gearbeitet haben? Und jetzt? Jetzt ist sie aus unserem Arbeitsalltag kaum mehr wegzudenken!

Das Jahr war auch wieder gespickt mit grandios kreativen und erfolgreichen Kampagnen. Drei, die uns besonders im Kopf geblieben sind, haben entweder den Zeitgeist getroffen (**Telekom-Kampagne gegen Hass im Netz**), mit unserer Neugier gespielt (**Werbung für die dritte Staffel der RTLplus-Serie „Sisi“**) oder uns überraschend anders grandios unterhalten (**Aevor auf TikTok mit Belinda und Felix**). Wir haben sie euch weiter unten nochmal kurz zusammengefasst.

Und das hat mich 2023 noch sehr bewegt – und zwar im positivsten Sinne: endlich wieder mehr persönlicher Austausch. Unser "Distry Day" und "Summer of Content" haben gezeigt, wie wichtig Face-to-Face-Kontakt, bereichernde Gespräche und das Netzwerken vor Ort sind. Denn: Guter Content lebt von Interaktion und Inspiration.

Apropos Interaktion und Inspiration: Besonders beliebt in Sachen Newsletter waren bei euch die Ausgaben **On Content**, **On Community Management**, **On KI** und **On Gen Z**. Wer nochmal stöbern möchte, schaut einfach auf unserer Website vorbei. Ihr findet alle Ausgaben unter **News**.

Und mein Wunsch für 2024? Dass es spannend bleibt! Wir haben viel vor, haben Strukturen umgebaut, mit Tools experimentiert und erschließen für unsere Kunden neue Plattformen wie Threads. Auch der Newsletter soll sich weiterentwickeln, wir wollen natürlich nur Content bringen, der interessiert und Spaß macht. Dafür brauchen wir euch und euer Feedback – hier geht's zur **Umfrage**.

Jetzt aber erstmal frohe Feiertage, guten Rutsch, wir sehen und hören uns im neuen Jahr

eure Sarah und das HitchOn-Team



Social Media/Marketing-Aktionen 2023 - unsere 3 Favoriten

Ob Social Media Stories, Marketing-, Charity- oder virale Aktionen: Alle Jahre wieder eifern Kreative und Marketingabteilungen großer Unternehmen um die Wette, die beste, coolste, authentischste, zeitgemäße oder emotionalste Kampagne auf den Weg zu bringen. Das sind unsere Favoriten aus diesem Jahr:

Kampagne der Telekom gegen Hass im Netz:

Hass im Netz kann jede und jeden treffen – unvorbereitet, grundlos und mit voller Wucht. Und wir alle können entscheiden, ob wir das Netz dem Hass überlassen oder positive Kommentare verbreiten. Darauf machten die Deutsche Telekom und ihr Sponsoring-Partner FC Bayern München mit einer Kampagne Anfang 2023 aufmerksam. Mit dabei waren Fußballprofis Leon Goretzka, Joshua Kimmich und Kingsley Coman. Sie thematisierten realistische Hasskommentare, riefen zu mehr Haltung im Netz auf und sorgten damit für viel Aufmerksamkeit und Aufklärung. Für uns mehr als einen Jubel wert – denn so setzt man sich richtig ein.

Werbung für die dritte Staffel der RTLplus-Serie „Sisi“:

„Elisabeth, wir hatten doch für immer gesagt.“, stand auf einem Riesenplakat aus Bettlaken, das an einer Hauswand am Ehrenfeldgürtel in Köln hing. Tagelang haben die Kölner und Menschen in den sozialen Medien gerätselt, was es mit der verzweifelten Liebensebotschaft auf sich hat. Am Samstag (2.12.) hatte das Rätseln dann ein Ende, denn die überdimensionale Botschaft wurde um ein weiteres Plakat an der Hauswand ergänzt. Zu sehen: Werbung für die dritte Staffel der RTLplus-Serie „Sisi“. Unserer Meinung nach ein genialer Schachzug in Sachen Marketing, der vor allem die Jecken am Rhein ein paar Tage mit Rätseln in Trab gehalten hat.

Aevor auf TikTok mit Belinda und Felix:

Das Start-up Aevor verkauft eigentlich Rucksäcke, doch anstatt diese in Szene zu setzen, nutzt es ein neues Marketing-Modell und geht damit auf TikTok viral. Das Ergebnis: Reiner Entertainment-Content, der wie eine Gen Z-Variante der Serie Stromberg wirkt. Im Mittelpunkt stehen die beiden Mitarbeitenden Belinda – eine junge Angestellte, die das Klischee von Gen Z verkörpert – und Felix – Belindas junger Vorgesetzter. Sie liefern sich im Büroalltag einen Contest, wer die Community eher dazu bringt, dank ihrer Sympathiewerte, ihren persönlichen Rabattcode einzulösen. Aevor stellt somit die Beliebtheit von Belinda und Felix vor die Präsentation ihrer Produkte – und das mit vollem Erfolg. Unserer Meinung nach Marketing der Königsklasse und ein super Beispiel, wie man auch eine jüngere Zielgruppe mitnimmt!

Und jetzt seid ihr gefragt!

Dieser Newsletter ist für euch! Deshalb ist uns eure Meinung wichtig. Was gefällt euch an unserem Newsletter? Wovon würdet ihr gerne mehr, wovon weniger lesen? Welche Themen interessieren euch? Was fehlt euch? Auf eure Antworten sind wir gespannt. Danke euch für eure Zeit und euer **Feedback**.

Vielen Dank

an unsere Leser:innen aus 2023! 🥰

