



On Threads



Hey Leute, 😊

herzlich willkommen zur ersten Newsletter-Ausgabe 2024!

Neues Jahr, neue Plattform: Threads ist gestartet. Ob Metas Twitter mehr ist als ein Tritt von Mark Zuckerberg an Elon Musks Schienbein, das wollen wir in dieser Ausgabe herausfinden.

Zuerst möchte ich euch gerne meinen Kollegen Moritz vorstellen. Er ist Director Broadcast bei HitchOn und als gelernter Journalist ein kritischer Kopf und guter Schreiber. Da wir es uns zum Ziel gesetzt haben, diesen Newsletter noch regelmäßiger erscheinen zu lassen, wechseln wir uns ab sofort bei den Ausgaben ab und ihr lest mal von mir, mal von ihm.

In dieser Ausgabe stellt sich Moritz mit seinen ausführlichen Gedanken zu Threads vor. Viele User:innen, Creator:innen und auch Marken sind auf Threads aktiv. Sicher fragen sich aber auch viele: Lohnt sich diese Plattform überhaupt? Moritz hat sich Threads intensiver angeschaut und teilt seine Erfahrungen mit euch.

Mein Kollege Kwink Kurze, Twitter- und Threads-User der ersten Stunde, hat außerdem ein paar Tipps für euch, wie ihr einen guten Start auf Threads hinlegen könnt.

Wer diesen Newsletter aufmerksam verfolgt, weiß: Von X haben wir uns aus Gründen zurückgezogen. Wenn ihr X verlassen möchtet, dann ist vielleicht unser KI-assistierte X-it-Programm das Richtige für euch! Es dauert nur eine Woche, und ihr habt X hinter euch gelassen. Vielleicht ein guter Start ins neue Jahr?

In diesem Sinne, viel Spaß mit diesem Newsletter und rüber zu dir, Moritz!

Eure Sarah und das HitchOn-Team



Neuer Player mit viel Potenzial



Vielen Dank Sarah, auch von mir ein herzliches Willkommen an alle Leser:innen! Steigen wir direkt mal ins Thema ein mit einer Nachricht, die ganz gut zu der anhaltenden Diskussion um X, formerly known as Twitter, passt.

Zehntausende russische Bots haben die Plattform X mit Millionen Beiträgen zugemüllt, um russische Propaganda zu verbreiten und die Stimmung gegen die Ampel-Regierung in Deutschland weiter anzuhetzen. Das war das Ergebnis einer Untersuchung des deutschen Außenministeriums, **über das deutsche Medien Ende Januar berichteten**. So viel erst mal zur vollmundigen Ankündigung von Elon Musk, das Bot-Problem auf X in den Griff zu kriegen.

Wer auf X unterwegs ist, muss im Grunde davon ausgehen, dass ein Großteil der Interaktion das Ziel hat, die verbliebenen menschlichen User:innen zu brainwashen. Als hätte es noch eines weiteren Grundes bedurft, diese inzwischen komplett verkommene Plattform, die mal Twitter war, zu verlassen. Und jetzt?

Starke Reichweite

Insbesondere Threads hat sich zum Jahresbeginn als interessanter, neuer Player im Social-Media-Game hervorgetan. Hauptgrund dafür ist die eingebaute Verbindung zu Instagram. Die macht es vor allem Insta-Power-Usern und Influencer:innen sehr einfach, auf Threads von Tag eins an eine signifikante Reichweite aufzubauen. Wer sich auf Threads via Instagram anmeldet, wird gefragt, welchen Insta-Accounts, denen man bereits folgt, auch auf Threads folgen möchte. Dabei spielt es keine Rolle, ob diese auf Threads sind oder nicht. Sobald ein Konto aktiviert wird, werden die Follower:innen übertragen.

Die Wirkung dieser Mechanik ist nicht zu unterschätzen. Ein Creator mit rund 250.000 Follower:innen auf Instagram berichtete mir, dass er am ersten Tag seiner Threads-Nutzung bereits mehr als 15.000 Follower:innen auf seinem Konto hatte, ohne, dass er irgendwas gemacht hätte. Das sind knapp 6% des Gefolges. Das ist kein schlechter Wert.

Textbasierte Plattform

Die Instagram-Connection hat einen weiteren Effekt: Es bringt Influencer:innen auf eine vor allem textbasierte Plattform, die sich dort bisher nicht unbedingt getummelt haben. Vielen Creator:innen dürfte X zu toxisch, Mastodon zu nerdig und Blue Sky zu abgeschottet sein. Auf Threads treffen sie auf ihre eigenen Fans und auf die X-Emigrant:innen, die der Plattform den Rücken gekehrt haben. Darunter sind viele Multiplikatoren: Andere Promis, Medienschaffende, Journalist:innen und Aktivist:innen. Und Marken. Viele Marken.

Für Creator:innen hat beides seinen Reiz. Eine neue Plattform verspricht neue Zielgruppen und Reichweiten. Marken versprechen Kooperationen, also Business. Nun muss sich zeigen, wie wertvoll die Kommunikation auf Threads ist. Einige Creator:innen, die ich auf Threads sehe, sind super aktiv. Andere haben stark angefangen und dann stark nachgelassen.

Klare Strategie von Vorteil

Die Creator:innen waren als Erste da, die Marken ziehen jetzt nach. Viele davon, die ich auf Threads erlebt habe, haben sich für eine klare Strategie entschieden: das **"Bro-Sieben-Copycat"** (siehe unten). Und was für eine Brand funktioniert, kann für andere ja nicht schlecht sein. Der super selbstironische Marken-Account, laut Bio gerne betrieben vom "Social-Media-Praktikanten" (Zwinker-Smile, höhö!), ist vielleicht der Social-Media-Trend of 2024, der uns allen am schnellsten auf den Wecker gehen wird.

Die Komms-Abteilungen geben sich aktuell jedenfalls alle Mühe, das Threads-Race um das Meme des Tages zu gewinnen. Das führt zu ulkigen Postings, in denen eine x-beliebige Marke den Tag mit einem funny und relatable Post der Kategorie "Eure Morgenroutine in 3 Emojis" beginnt. In den Antworten findet sich dann ein komplettes Supermarktregal an Consumer Brands ein, die sich alle fröhlich gegenseitig liken, commenten, threaden, was auch immer. Echte User:innen hingegen werden in diesen Threads ungefähr so oft gesichtet wie das Monster von Loch Ness.

Raum für kreativen und kritischen Austausch

Dabei soll nicht untergehen, dass Threads durchaus wertvoll ist. Der Instagram-Push macht Threads zu einer Plattform für kreative Menschen und kreative Inhalte. Auch die Protestbewegung gegen Rechtsextremismus hat Threads in den vergangenen

Wochen intensiv zum Austausch genutzt. Die Kommunikationskultur ist nicht so verdorben wie auf Twitter, und das spürt man deutlich.

Wenn Marken sich durchringen könnten, Threads ausnahmsweise ironiefrei zu betrachten, bietet sich auf dieser Plattform tatsächlich eine Chance für echte und authentische Kommunikation mit einer neuen, spannenden und bot-freien Zielgruppe, insbesondere, wenn man auf Insta bereits stark ist. Das würde natürlich voraussetzen, die Plattform und ihre Nutzer ernst zu nehmen, bevor man sie zum Kanonenfutter für alle halb garen Gags aus dem internen "Lustig"-Teams-Channel macht.

Mein Fazit zu Threads

Es bietet Potenzial. Noch ist es weniger toxisch als X. Das macht es brand safer, was ein klarer Vorteil für Marken ist. Ob das so bleiben wird, hängt stark davon ab, was Mark Zuckerberg für eine Strategie verfolgt. Dabei geht es nicht nur darum, russische Bots abzuwehren, die mit Sicherheit schon damit begonnen haben, auch auf Threads aktiv zu werden. Sondern auch darum, eine Diskussionskultur zu etablieren, die wertvoll für die Community ist und nicht auf Polarisierung setzt. Wenn das gelingt, kann ich auch mit Emoji-Memes zur Morgenroutine leben. Wer meine herausfinden möchte, kann mir ja auf Threads folgen, [@mr_mo56](#).



5 FAQ: How to deal with Threads?



Überlegt ihr noch oder „threadet“ ihr schon? Falls ihr neu bei Threads seid oder mit dem Gedanken spielt, euch anzumelden, hat unser **Threads-Experte Kwink Kurze** in den folgenden fünf FAQ wichtige Punkte zusammengetragen, die es zu beachten gilt.

Vorher wollen wir euch noch ein besonderes Angebot von uns vorstellen: **Der X-it in 5 Tagen.**

Wenn Beziehungen toxisch werden, muss man sie beenden. Twitter hast du geliebt, aber X ist nicht mehr die Plattform, die dir so viel gegeben hat? Elon Musk, Bots und Trolle gehen dir auf die Nerven? Dann lass die Plattform hinter dir.

Mit unserem X-it-Programm wechselst du in nur fünf Tagen zu Threads, ohne dass dir was fehlt. Dieses Programm stellt sicher, dass der Wechsel gut geplant ist, ordentlich kommuniziert wird und keine Informationen verloren gehen. Das Beste: Ein von uns aufgesetzter GPT-Bot begleitet dich durch den Prozess und nimmt dir unnötige Arbeit ab.

X verlassen? Dann schreib eine Mail an m.meyer@hitchon.de

Und nun fünf Tipps für euren Start auf Threads:

1. Was solltet ihr über die Plattform wissen, bevor ihr euch einen Account anlegt?

Bei Threads erfolgt die Anmeldung über das Instagram-Konto. Bis zu 500 Zeichen dürfen in einem Post verwendet werden. Innerhalb von 5 Minuten nach der Veröffentlichung können Posts vollständig bearbeitet werden. Jeder Post ist auf einen Hashtag limitiert. Die Plattform bietet ein hohes Maß an dynamischem Diskussionspotenzial, da Threads noch viele Nutzer außerhalb der Zielgruppe anzeigt und somit unterschiedliche Meinungen aufeinandertreffen.

2. Wofür lohnt es sich, Threads zu installieren? Ich bin schon auf so vielen Plattformen vertreten.

Threads ist viel informativer als Instagram. Hier sind Accounts gefragt, deren Inhalte spannender sind als ihre Bilder, wie es beispielsweise bei Parteien der Fall ist. Auch [@ProSieben](#) zeigt sich mit seinem durch eine einzige Person vertretenen Threads-Account aka „BroSieben“ von einer ganz anderen Seite (mehr zum Profil weiter unten im Newsletter).

3. Solltet ich einfach alle Follower:innen von Instagram übernehmen?

Die Instagram-Follower:innen werden automatisch in Threads übernommen. Diese haben es dann aber selbst in der Hand, ob sie euch auf der neuen Plattform folgen oder nicht. Für die Erschließung neuer Zielgruppen auf Threads kann eine Änderung der Tonalität hilfreich sein. Es birgt jedoch das Risiko, Teile der alten Zielgruppe durch Inhaltsveränderungen zu verlieren.

4. Wie viel Input ist sinnvoll?

Wie auf jeder Plattform ist es sinnvoll, deutlich präsent zu sein. Ein täglicher Post ist empfehlenswert. Es gilt, das Optimum für seine Zielgruppe zu finden. Viel Interaktion bedeutet auch eine starke Präsenz. Dennoch solltet ihr eher auf Qualität als auf Quantität setzen.

5. Wie komme ich in Diskussionsrunden?

Diskussionsrunden selbst zu starten ist eher schwierig. Wichtiger Türöffner ist und bleibt es, den richtigen Hashtag ausfindig zu machen und sich so einer Diskussion anzuschließen. Ihr müsst nicht immer selbst Initiator einer Diskussion sein.

Generell gilt: Diskussionen sind auf Threads viel einfacher nachzuverfolgen als auf Instagram. Die Plattform befindet sich in einer aufregenden, stark wachsenden Anfangsphase und muss noch ihren eigenen Ton finden. In ein paar Monaten könnten sich dort völlig neue Communities entwickelt haben. Es bleibt also spannend!

Probiert euch aus und sammelt eure eigenen Erfahrungen. Teilt sie uns gerne mit. Wir würden uns freuen.



3 Threads Accounts, denen es sich lohnt, zu folgen

Wir zeigen euch drei Accounts, die auf Threads richtig gut mit ihrer Community connecten und deshalb sicher nicht mehr so schnell aus den Köpfen oder der Timeline der User:innen verschwinden werden.

Nummer 1: ProSieben

Denken wie ein Meme. Nachdem BroSieben auf TikTok ein voller Erfolg war, startet **der Account** nun auch auf Threads durch. Das Erfolgsrezept? Humor und Selbstironie. ProSieben hat durch seinen namenlosen Admin einen fiktiven Entertainer geschaffen, der wie ein Corporate Character funktioniert. Dabei schreibt er lustige Threads in Gen-Z Sprache und lässt seine Follower:innen weiter rätseln, wer genau da eigentlich hinter den Zeilen sitzt. „BroSieben Admin ist _____ Jahre alt. (alle denken, ich wäre 15 lol)“, schreibt er vor wenigen Tagen und die Community ist weiter fleißig am Diskutieren. Ihrem Werbeslogan werden sie also definitiv gerecht: ProSieben loves to entertain us.

Nummer 2: Fabio Manuel Knez

Lachen, Drama und Kakerlaken. Der Reality-TV Star **Fabio Manuel Knez** wagt sich ins Dschungelcamp und nimmt seine Threads-Follower:innen mit in die Wildnis der Unterhaltung. Seit seinem Antritt bei der 17. Staffel des Dschungelcamps postet er, bzw. sein Team, auf Threads lustige Schnappschüsse aus dem Camp und schafft es mit viel Selbsthumor, seine Community zu begeistern. „Was denkt ihr [wer] macht Fabio die Zöpfe im Camp? 🤔“. Ob seine Zöpfe oder sein Talent, über sich selbst zu lachen: die Zuschauer:innen lieben es. Auch wenn er nicht König des Dschungels werden sollte, König der Herzen ist er laut seiner Threads-Follower:innen jetzt schon.

Nummer 3: Caren Miosga

Erst Anker der Tagesthemen und jetzt Moderatorin ihrer eigenen politischen Talkshow. Vor wenigen Tagen wurde die erste Sendung von **Caren Miosga** ausgestrahlt, und gleich war ihre Sendung auch auf Threads zu finden, als einer der ersten, offiziellen Accounts einer ARD-Sendung. Live wurden Sonntagabend die wichtigsten Aussagen ihrer Gäste auf ihrem Account gepostet, eine elegante Idee, um Zuschauende zuhause Teil an der Diskussionsrunde haben zu lassen und ihren Meinungen eine Plattform zu geben. Und diese wurde auch fleißig genutzt. Ein gelungener Start, den ihre

Kollegin Susanne Daubner in gewohnter Jugendsprache-Manier sicherlich ebenso mit "Digga, wie fly ist eigentlich Caren Miosga" bewerten könnte.

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](#)