



Hey Leute, 😊

unabhängig, aber nicht allein, das war schon immer unser Motto als inhabergeführte Agentur und gerade deshalb legen wir so einen großen Wert auf ein gutes Partnernetzwerk. Erst vor ein paar Tagen durften wir in unseren Agenturräumen im Mainzer Zollhafen Gastgeber des regionalen Netzwerkevents Heimspiel sein, zu eben genau diesem Thema – nämlich, was erfolgreiche partnerschaftliche Zusammenarbeit ausmacht.

90 Prozent unserer Partnerschaften sind und waren unglaublich bereichernd, doch natürlich hatten auch wir nicht nur positive Erlebnisse. Aber die Ausnahme bestätigt die Regel und umso schöner ist es, wenn wir merken, dass es so richtig matched. Dann werden die Projekte spannender, die Ergebnisse besser und es ist eine wirkliche Bereicherung für beide Seiten.

Wie solche Partnerschaften für uns aussehen und funktionieren, dazu stellen wir euch in dieser Newsletter-Ausgabe ein paar Beispiele vor. Es gibt außerdem coole Kooperationen da draußen, die die Marketingwelt begeistern und Lust auf Zusammenarbeit machen. Wir haben euch unsere vier Favoriten aus den verschiedensten Kollaborationsarten zusammengestellt, in denen mal zwei Brands, mal eine Brand mit Influencer:in, mal eine Brand mit einer NPO oder eine NPO mit Influencer:in miteinander kooperieren.

Viel Inspiration und Spaß beim Lesen wünschen euch

eure Sarah und das HitchOn-Team



Unser Agenturname ist Programm



Unser Firmenname HitchOn (to hitch on sb. = jdn. verkuppeln) sagt schon alles: Wir verkuppeln nicht nur „à la Date Doktor“ Influencer:innen mit namhaften Unternehmen oder Sendern. Auch wir verhandeln uns mit Partner:innen, indem wir uns mit unseren jeweiligen Kernkompetenzen zusammenschließen, ergänzen und somit erfolgreichen Content schaffen, von dem alle profitieren. Hier ein paar Beispiele unserer Kooperationen:

Volle Power mit Bauer

Seit vier Jahren arbeiten wir mit der **Bauer Advance KG** Hand in Hand, um innovative Ideen und spannende crossmediale Konzepte zu entwickeln. Gemeinsam sind wir ein unschlagbares Team: Wir unterstützen Bauer Advance mit maßgeschneiderten Influencer-Marketing-Maßnahmen und Social-Ads-Kampagnen. Gleichzeitig bekommen wir die Chance, an vielen großartigen Projekten mitzuwirken und gemeinsam mit den großartigen Experten von Bauer tolle, medienübergreifende Kampagnen zu konzipieren. Die Zusammenarbeit macht unglaublich viel Freude und ist ein Gewinn für alle Beteiligten, denn unsere Kunden profitieren von der geballten Erfahrung und den Angeboten beider Kooperationspartner:innen.

Perfect Match mit deep delta

Ganz jung und ein perfekter Match ist unsere Zusammenarbeit mit **deep delta**. Deep delta übernimmt die Planung, Umsetzung und das Reporting von aufwendigen Social-Ads-Kampagnen, da sie auf dieses Themenfeld spezialisiert sind. Sie selbst konzipieren keine ganzheitlichen Kampagnen – da kommen wir ins Spiel. Das geniale

ist die klare Aufgabenteilung sowohl für uns als auch die Kund:innen sowie die Zuverlässigkeit beider Seiten. Und falls einer unserer Mitarbeiter:innen in den wohlverdienten Urlaub fährt, kann jemand aus dem anderen Team einspringen. Es gibt also viele Chancen, um die Produktivität und den Input immer konstant und effektiv zu halten.

Ideales Sparring mit Influencer:innen

Kooperationen funktionieren aber nicht nur hinter den Kulissen, sondern auch davor. Die Influencer:innen **Dominik** und **Melina** sind unsere idealen Kooperationspartner:innen auf Projekten wie **@dasistalsokunst**, aber auch darüber hinaus, da sie auf ihren eigenen Plattformen die absoluten Expert:innen sind. Sie kennen ihre Zielgruppe sehr gut und können als Creator einen spannenden neuen Blickwinkel liefern. So haben wir die Möglichkeit, für unsere Kund:innen Expertisen zu bündeln und dadurch bestmöglichen Content für die Zielgruppe zu kreieren.

Kreieren mit Kreativen

Es macht riesigen Spaß, mit Kreativen an Projekten zu tüfteln und mit jedem Projekt neue interessante Arbeitsweisen kennenzulernen. Unser Team besteht aus vielen kreativen Köpfen, welche mit individueller Expertise die unterschiedlichen Projekte bereichern und neue Ideen und Blickwinkel liefern. Und wenn wir uns noch mehr frischen Wind wünschen, scheuen wir uns nicht, andere kluge Köpfe mit ins Boot zu holen. Kreative und langjährige Partner in Crime wie **Fabian Nolte** haben uns schon bei einigen Projekten mit ihrer Expertise bereichert.

Brückenbauen mit Gen-Up

Knapp ein Jahr ist jetzt der Beirat der Frankfurter Gen Z-Agentur **Gen-Up** alt, dem ich seit der ersten Stunde angehören darf. Er vereint erfahrene Marken- und Medienexpert:innen unterschiedlichen Alters, um eine Brücke zwischen den Generationen zu schlagen und Erfahrungen auszutauschen. In regelmäßigen vierteljährlichen Treffen tauschen wir Ideen aus und schaffen ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse verschiedener Alters- und Zielgruppen. Die beiden Gründer Ilias und Max sind mit ihrem Team super nah an der Gen Z bzw. den Unreachables dran, der Zielgruppe, die sie mit ihrem Content aktuell vorrangig in 9:16 Formaten erreichen wollen. Es geht also nicht nur um den Wissenstransfer von Erfahrenen zu den Jungen, sondern auch um sogenanntes Reverse Mentoring, bei dem die Älteren von den Jüngeren lernen. Eine Win-Win Situation für alle.



Better together – 4 erfolgreiche Kooperationen

Brands und Influencer:innen, die mit anderen Brands zusammenarbeiten, sind wohl die bekanntesten Formen der Kollaboration. Aber auch für NPOs ist es oft sinnvoll, sich mit Influencer:innen und Brands zusammenzutun. Hier sind vier Kooperationsbeispiele, die uns inspiriert haben.



Barbie x Bumble (Brand x Brand)

„Come on Barbie, Let’s go party“, heißt es für alle Kens und Barbies, die im Juli 2023 auf [Bumble](#) unterwegs waren. Mit den Barbie Darsteller:innen Margot Robbie und Ryan Gosling konnte man leider nicht auf ein Date gehen, dafür aber durch das neue „Encounter“-Feature mit den Darsteller:innen matchen. Wer nach rechts wischt, bekommt Tipps, warum Freundlichkeit wichtig und cool ist und Inspiration für das ein oder andere Kompliment. Wir finden die Idee jedenfalls mehr als Kenough! Freundlichkeit und Selbstvertrauen stärken? – We Like!

JNTO X DerHauge X Jack Wolfskin (Brand x Influencer)

"Leidenschaft verbindet". Bei dieser Zusammenarbeit sind nicht nur zwei, sondern gleich drei Partner:innen beteiligt. Der Streamer [DerHauge](#) reist gemeinsam mit Kamerafrau Delfina in den eisigen Norden Japans und testet dort bei hohen Minusgraden die Wolfskin-Outdoorwear. Das Ergebnis sind zwei tolle Videos: das eine mit reinem Wildlife-Fokus als Teil der [YouTube-Serie Rewild Ourselves von Jack Wolfskin](#); das andere ein [Reisevideo im winterlichen Hokkaido für die JNTO](#).

Die Besonderheit an dieser Kooperation: Die Brands legen ihr Budget zusammen, um außergewöhnlichen Content zu produzieren und ideale Synergien zu schaffen. HitchOn hat dieses besondere Projekt ins Leben gerufen und unsere langjährigen Kund:innen zusammengebracht. Von der ersten Idee an bis zum Schluss waren wir Teil dieser einzigartigen Kooperation. Die Leidenschaft für atemberaubende Natur hat auch uns in ihren Bann gezogen.

Edeka x WWF (Brand x NPO)

Nachhaltig leben und dabei Tiere retten, das können nicht nur Umweltschutzorganisationen, sondern auch die Kund:innen des Lebensmitteleinzelhändlers EDEKA. Genau das beweisen **WWF und EDEKA durch ihre Zusammenarbeit**. Gemeinsam stellen die Partner seit mittlerweile zehn Jahren erfolgreich sicher, dass Nachhaltigkeit und Umweltschutz in den Lieferketten und dem Sortiment ganz oben stehen. So werden Groß und Klein in ganz Deutschland erreicht, sei es durch die Auswahl des nachhaltigen Sortiments oder die jährliche Stickerbuch-Aktion, die Kindern spielerisch Klimaschutz-Themen näherbringt. EDEKA macht seinem Werbeslogan jedenfalls alle Ehre: Sie lieben (nachhaltig gute) Lebensmittel (und eben auch den Klimaschutz).

Julesboringlife X Deutsche Krebshilfe (Influencer:in x NPO)

Als junges Mädchen wurde bei Jule Nagel (**julesboringlife**) Krebs diagnostiziert. Doch sie hat den Krebs besiegt! Mittlerweile ist sie nicht nur krebsfrei, sondern auch zusammen mit ihrer Mutter das neue Gesicht der Deutschen Krebshilfe. Gemeinsam machen sie anderen Krebspatient:innen Mut und Hoffnung. Auf **Social Media** nutzt sie ihre Reichweite, um Hilfe zu leisten und ein Vorbild zu sein. Wir finden diese Kollaboration ist das beste Beispiel, um zu zeigen, dass Zusammenarbeit etwas verändern kann und in manchen Situationen sogar Leben rettet.



How to collaborate: Auf die richtigen Zutaten kommt es an

Kollaborationen sind erfolgreich, wenn für beide Seiten eine Win-Win-Situation entsteht. Dabei ist es wichtig, dass sich die Kooperationspartner:innen mit ihren jeweiligen Expertisen ergänzen und ähnlich ticken. Ich bin überzeugt davon, wenn:

- gleiche Werte vertreten,
- fair und auf Augenhöhe miteinander gearbeitet wird
- klar ist, wer welche Aufgabe hat und welche Rolle erfüllt und
- beide wissen, was der jeweils andere erwartet,

dann kann eine partnerschaftliche Zusammenarbeit gelingen!

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 | E-Mail: info@HitchOn.de
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)