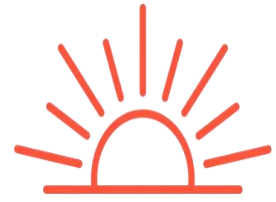




**On everything
will be alright in
the end**



Hey Leute, 😊

... and if it's not alright, it's not the end.

Habt ihr in der vergangenen Woche auch in der ein oder anderen Sondersitzung und Lagebesprechung gesteckt? Fühlte sich alles ganz schön wild an, was politisch um uns herum passiert, oder? Aber keine Sorge, ihr könnt entspannt weiterlesen.



Wir wollen uns nicht in die Kaskade aus +++EIL+++-Meldungen, Brennpunkten und Push-Nachrichten einreihen, die uns alle in den letzten Tagen auf Trab gehalten haben. Im Gegenteil. Ich beherzige gerade drei Dinge, die mir in turbulenten Zeiten stets weitergeholfen haben:

1. **Fokussieren auf das, was wir wirklich gut können:** In unserem Falle ist das Social Media und Creator Marketing. Da liegt unsere Kompetenz, in diesem Feld können wir etwas bewegen. Daher fokussieren wir uns auf die Dinge, die wir konkret in der Hand haben.
2. **Nicht das Ziel aus den Augen verlieren:** Die einmal gesetzten Ziele plötzlich über den Haufen zu werfen, solange ungewiss ist, welche Veränderungen wirklich kommen, ist selten eine gute Idee. Besser ist es, zu fragen: Wie leicht oder schwer haben wir es, unsere gesetzten Ziele unter den neuen Bedingungen zu erreichen? Wo müssen wir gegebenenfalls nachjustieren?
3. **In kleinen Schritten vorwärts gehen:** Von einem Zwischenziel zum nächsten, statt Riesensprünge ins Ungewisse zu machen. Das birgt weniger Risiken und ist kontrollierbarer. Ich bin die erste, der das schwer fällt, aber: One step at a time ist die Devise. Besser in kleinen Schritten voran als gar nicht voran! So können wir auf dem Weg immer wieder im Abgleich mit aktuellen Entwicklungen iterieren, in welche Richtung es weitergehen soll, ohne ganz grundsätzlich unseren Kurs zu verlieren (siehe Punkte 1 und 2).

Ich hoffe, diese Newsletterausgabe hilft euch, in aufgeregten Zeiten einen kühlen Kopf zu bewahren. Und wenn das nicht reicht, dann vielleicht ein Sparring mit unseren

erfahrenen HitchOn-Directors Natascha und Moritz. Sie sind mit ihrer Branchen- und Markterfahrung genau die richtigen Ansprechpartner, wenn ihr eure Social-Media-Strategie vor dem Jahreswechsel noch einmal challengen wollt.

Eine erste Gelegenheit, ins Gespräch zu kommen, bietet die Masterclass zur Creator Economy von Moritz Ende November. In der erfahrt ihr, mit welchen Strategien Marken und Medienorganisationen mit Creator:innen besser zusammenarbeiten können.

Und um meine eigenen Ratschläge zu befolgen, und nicht den Fokus zu verlieren, gibt es hier noch 3 Anlässe, die ganz unmittelbar vor uns liegen und die man jetzt schon kreativ in Angriff nehmen kann. Ganz unabhängig davon, was die Politik so mit uns vorhat.

Viel Inspiration und Spaß beim Lesen wünschen euch

eure Sarah und das HitchOn-Team



Ein frischer Kopf für eure Social-Media-Strategie

Wahrscheinlich steckt ihr gerade mittendrin, eure Social-Media-Strategie fürs kommende Jahr zu planen. Mit der richtigen Strategie beschäftigen sich unsere Directors Natascha Vollmuth und Moritz Meyer ebenfalls non stop.

Sie sprechen mit unseren Kund:innen aus der Wirtschaft und der Medienbranche darüber, was sie bewegt. Sie sind auf den wichtigen Konferenzen des Jahres, von der SXSW im Frühjahr in Austin, Texas, über OMR und re:publica im Mai bis zur Baby got Business oder den Videodays, wenn die Tage wieder kürzer werden. Dort diskutieren sie mit den Vordenker:innen der Branche, mit Creator:innen und Expert:innen und informieren sich über Themen und Trends. Vor allem bringen sie ohne Ende Inspiration und Ideen mit.

Wenn ihr für eure Social-Strategie jetzt noch einen frischen Kopf braucht, meldet euch. Moritz und Natascha checken mit euch, ob

- eure Botschaften zu euren Zielgruppen passen und ihr zeitgemäß auf Social Media kommuniziert,
- ihr den Fokus auf die richtigen Kanäle und Plattformen setzt,

- eure Workflows effizient sind und ihr mit euren Mitteln das Maximale rausholen könnt.

Meldet euch gerne bei:



Natascha Vollmuth



Moritz Meyer



Masterclass *Creator Economy verstehen* – Markenstrategien für 2025

Die Creator Economy boomt. Influencer:innen werden zu Unternehmer:innen. Marken kommunizieren wie Creator:innen. Das verändert Online-Marketing massiv.

HitchOn-Geschäftsleiter Moritz arbeitet seit mehr als zehn Jahren mit den erfolgreichsten Creator:innen Deutschlands zusammen. In dieser Masterclass am **29. November 2024** gibt er anhand konkreter Fallbeispiele und aktueller Studien eine fundierte Einführung in die Creator Economy und was Marken dazu wissen müssen. Nach dieser Session seid ihr in der Lage zu entscheiden,

- welche dieser Entwicklungen für euer Unternehmen relevant sind,

- welche nächsten Schritte nötig sind, um auf diese Entwicklungen zu reagieren,
- wie ihr eure Social-Media-Strategie darauf anpassen könnt.

JETZT [HIER](#) ANMELDEN AUF EVENTBRITE



3 Social Themen für 2025, die ihr jetzt schon planen könnt

Black Friday, Weihnachten liegen noch vor uns, sind gefühlt aber schon gestern. Jetzt geht es darum, den Social-Media-Kalender für die ersten Wochen des Jahres 2025 zu planen.

Super Bowl, 9. Februar: Der Faszination des größten, amerikanischen Sportereignisses erliegen auch die fußballverrückten Deutschen immer mehr. Fast vier Millionen Zuschauer hatte das Finale 2024 in Deutschland, ein Plus von 13 % zum Vorjahr. Auch für die Werbung ist es traditionell einer der Jahreshöhepunkte. Viele Super Bowl Spots haben Werbegeschichte geschrieben. Wer hier auf Social Media mitmischen will, sollte also eine wirklich gute Idee im Gepäck haben!

Valentinstag, 14. Februar: Wann, wenn nicht jetzt, können wir ein bisschen was fürs Herz gebrauchen? Der Tag für Verliebte ist in den letzten Jahren im Handel und vor allem im E-Commerce immer wichtiger geworden. Rund die Hälfte der Deutschen verschenkt Blumen, Süßes, Parfüm oder anderes zum Valentinstag. Die Konkurrenz zum Valentinstag ist hoch, vor allem im Influencer Marketing. Es lohnt sich, die Kampagne frühzeitig zu planen.

Internationaler Frauentag, 8. März: Gleichberechtigung ist für viele Marken längst ein hochrelevantes Social-Media-Thema. Die Inhalte rund um den International Women's Day nehmen auf Instagram, TikTok und anderen Social Plattformen jedes Jahr zu. Aber Vorsicht: Die Gefahr, sich mit „Pinkwashing“ zu blamieren, ist hoch. Hinter einer gut gemeinten Social-Media-Kampagne sollten immer echte und messbare Aktivitäten stehen!

IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler
und den Geschäftsführer Thomas B. Hohmann

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](#)