



Hey Leute, 😊

„Suchen lohnt sich!“

Die Suche ist wichtiger als das Finden. Das ist keine chinesische Weisheit, sondern war das Motto an Ostern in meiner Familie. Das haben wir immer groß gefeiert.

Mein Dad – genau wie ich eher der chaotische Typ – hat das Verstecken von Schokohasen zur Kunstform gemacht. Mit dem Ergebnis, dass wir oft noch im Juni irgendwo ein vergessenes Ei in der Sofaritze gefunden haben. Die Suche war bei uns das Highlight!



Auf Social Media ist die Suche eine der wichtigsten Funktionen. Obwohl die Plattformen uns die vermeintlich anstrengende Suche gerne abnehmen wollen. Ihnen wäre es lieber, ihre Algorithmen entscheiden für uns, was wir finden sollen. Und sie sind zugegeben sehr gut darin, unsere Aufmerksamkeit zu fesseln. Gleichzeitig bremsen sie damit unsere Neugier und unseren Entdeckergeist. Hand hoch, wer es schon erlebt hat, dass er oder sie auf TikTok gegangen ist, um einen ganz bestimmten Inhalt zu suchen und dann sofort auf der For You hängen geblieben ist. Fast forward 30 Minuten später; und man hat schon vergessen, was man eigentlich wollte. Suchten statt suchen, ist das Motto.

Doch nur wer selber sucht, weiß, was er oder sie finden möchte! Als Kind habe ich bei der Eiersuche genau überlegt: Welche guten Verstecke gibt es bei uns? Welches davon wäre „typisch Papa“? Welche Orte habe ich schon abgesucht, welche noch nicht? Suchen erfordert Nachdenken und Strategie. Genau diese Vorgehensweise zahlt sich auf Social Media aus. Wer wirklich Wirkung entfalten will, muss oft tiefer graben – nach versteckten Features, die nur ein paar Klicks entfernt sind, aber riesigen Impact haben. Oder nach Creator:innen, die (noch) unter dem Radar fliegen, aber in ihrer Nische echte Stars sind.

Darum ist dieser Newsletter unser Appell, der Neugier zu folgen und selbst zu suchen. Wir nehmen euch mit auf Schatzsuche: Wir zeigen, welche Plattform-Tricks sich aktivieren lassen, wie ihr nischige Creator:innen findet. Übrigens: Unser Distri Day steht wieder vor der Tür! Bereits zum vierten Mal laden wir ein, über Distribution zu sprechen und gemeinsam versteckte Potenziale zu finden.

Also: Augen auf, Neugier an – und frohes Suchen!

Herzlichst

eure Sarah und das HitchOn-Team

Die versteckten Features von Instagram und Pinterest – auf digitaler Ostereiersuche 🐣



Instagram überrascht uns immer wieder – nicht nur mit neuen Funktionen, sondern auch mit Features, die gut versteckt sind und von vielen Creator:innen kaum genutzt werden.

Zeit, auf Ostereiersuche zu gehen und ein paar dieser digitalen „Hidden Eggs“ auszugraben!

Unsere Kollegin **Maria Plotnikova** hilft euch dabei:

Mini-Game im Chat:

Wusstet ihr, dass Instagram ein geheimes Spiel in den DMs hat? Einfach das 🎮-Emoji in eine Direktnachricht schicken, anklicken – und schon könnt ihr gemeinsam mit eurer Community zocken. Ein spielerischer Icebreaker für eure treuesten Follower:innen.

Story-Hacks, die kaum einer nutzt:

Instagram bietet eine Menge Story-Tricks, die im Alltagsstress oft untergehen:

Texteffekte wie „Glitch“, „Echo“ oder „Neon“ machen aus schnödem Text sofort Eyecatcher.

Die **Farbpalette für Schriften** lässt sich erweitern – einfach lange auf eine Farbe drücken und die ganze Palette öffnen.

Mit der **„Add Yours“-Sticker-Option** könnt ihr eure Community interaktiv einbinden und eigene Challenges oder Trends starten.

Feed-Funktionen & Beta-Tests:

Instagram testet ständig neue Features – viele davon bleiben aber unter dem Radar. Dazu gehören aktuell:

Personalisierte Feed-Sammlungen: Follower:innen können ihre Lieblingsposts sammeln – spannend für Creator:innen, die in diesen Sammlungen öfter auftauchen wollen.

Media Replies: Antworten auf Beiträge mit eigenem Content.

Vertical Stories: Storys im TikTok-Scroll-Format.

Auch **Pinterest** hält eine clevere, visuelle Bild-Suchfunktion bereit!

Unsere Kollegin **Magdalena Schmitt-Fleck** verrät sie euch:

Wenn ihr auf ein Bild klickt und ein bestimmtes Objekt anvisiert, werden euch automatisch ähnliche Pins zu dieser Sache angezeigt!



Ein Beispiel: Angenommen, eine Marke hat einen Werbepin mit einem modischen Outfit, das eine Lederjacke zeigt. Wenn Nutzer:innen auf das Bild klicken und speziell die Jacke anvisieren, zeigt Pinterest automatisch ähnliche Lederjacken aus verschiedenen Shops an. So können Nutzer:innen direkt nach gewünschten Produkten suchen und weitere ähnliche Angebote entdecken.

Das bietet Marken eine tolle Möglichkeit, ihre Produkte gezielt sichtbar zu machen und potenzielle Käufer:innen direkt anzusprechen.

Fazit:

Instagram und Pinterest verstecken ihre besten Spielereien nicht ohne Grund – sie warten darauf, von kreativen Köpfen entdeckt und genutzt zu werden. Also: Ran an die Ostereier! 🥰🐰



So findet ihr Special Interest Influencer für nischige Themen



Der Erfolg einer Influencer-Kampagne steht und fällt mit den passenden Creator:innenn. Gerade im Special-Interest-Bereich lohnt es sich, genauer hinzuschauen.

Aber wie entdeckt man diese oft kleineren, themenspezifischen Accounts, die genau die richtige Zielgruppe ansprechen?


Unsere Expertin **Celine Belzer** verrät euch ihre fünf besten Tipps:

1. Folgen der Follows: Ein einfacher, aber effektiver Trick: Schaut euch an, wem relevante Influencer:innen folgen. Oft findet ihr darunter kleinere Accounts aus demselben Themenbereich.

2. Influencer-Marketing-Plattformen nutzen: Tools wie Nindo oder Storyclash helfen mit Lookalike-Funktionen und Discovery-Features, passende Special Interest Creator zu finden.

3. Direkt auf Social Media suchen: Für die gezielte Suche eignen sich TikTok und YouTube besser als Instagram. Nutzt Hashtags, Trends und die „ähnliche Kanäle“-Vorschläge.

4. Manuelle Google-Recherche: Klassisch, aber aufwendig – über gezielte Suchbegriffe könnt ihr Blogs, YouTube-Kanäle oder TikTok-Profile zu Nischenthemen entdecken. Nutzt dafür gezielte Kombinationen wie „Micro-Influencer + Nischenthema + Geheimtipp/2025/Blog/kleiner Kanal“, oder Suchoperatoren wie „intitle:“ und „site:“ (z. B. site: youtube.com DIY Upcycling), um versteckte Influencer abseits der bekannten Rankings zu finden.

 **Extra-Tipp:** Macht euch spezielle Recherche-Accounts auf den Plattformen, wenn ihr aktiv nach bestimmten Themenprofilen sucht. Wenn ihr die Algorithmen gut trainiert, passen sich die Empfehlungen euren Suchinteressen an. Und ihr ruiniert nicht euren persönlichen Feed. 😊

Und was macht Kampagnen mit Special-Interest-Influencer:innen jetzt erfolgreich?

Unabhängig davon, ob ihr mit großen oder kleinen Creator:innen arbeitet – jede Kampagne braucht klare Ziele und einen echten Mehrwert für die Zielgruppe.

Celines Fazit: Special-Interest-Influencer:innen sind echte „Hidden Champions“. Sie verstehen ihre Zielgruppe genau und sind daher wertvolle Multiplikator:innen. Mit den richtigen Tools, einer klaren Strategie und Raum für kreative Umsetzung wird jede Kampagne erfolgreich. (Und wenn nicht, sind ja auch noch wir da 😊).

Mit erweitertem Führungsteam in die Zukunft 🚀



Pünktlich zum zehnjährigen Jubiläum schlagen wir ein neues Kapitel auf: HitchOn wird ab sofort von drei Geschäftsführenden geleitet.

Neben unserer Gründerin **Sarah Kübler**, die weiter die Funktion der CEO ausüben wird, und CFO **Thomas Hohmann**, ergänzt **Moritz Meyer** als neuer operativer Geschäftsführer (COO) die Agenturspitze.

Sarah wird sich als unsere Geschäftsführerin und Gründerin darauf konzentrieren, HitchOn strategisch weiterzuentwickeln und neue Partnerschaften zu schließen. Thomas hat wie immer die Zahlen fest im Griff. Moritz unterstützt die beiden ab sofort bei der Führung unserer Agentur.

Moritz ist seit September 2020 fester Teil von HitchOn und hat in den letzten Jahren maßgeblich an unserer strategischen und kreativen Weiterentwicklung mitgewirkt – zuletzt als Director Broadcast für Kund:innen aus der Welt von TV, Streaming und Mediatheken und leitete die Teams für Analytics & Innovation sowie Visual Creation.

Diese Aufgaben übernimmt künftig **Sebastian Killinger**, der seit drei Jahren zum Team gehört. Als Senior Projektmanager konnte er bereits zahlreiche namhafte Kund:innen für HitchOn gewinnen. **Natascha Vollmuth** vervollständigt unsere neue Führungsebene. Seit Oktober 2023 verantwortet sie als Director Brands die Betreuung unserer Markenkund:innen.

Wir freuen uns darauf, mit unserem erweitertem Führungsteam die nächsten Schritte zu gehen und die Zukunft von HitchOn gemeinsam weiter zu gestalten.

Meldet euch jetzt zu unserem diesjährigen Distri Day am 22. Mai von 15.00 bis 19.00 Uhr in Mainz an...



...und diskutiert gemeinsam mit Produzent:innen, Medien-Vertreter:innen und unserem HitchOn-Team. Dieses Jahr wollen wir uns besonders mit folgenden Themen beschäftigen:

- ? **Wie können wir Distribution messen?**
- ? **Was funktioniert wirklich – und was nicht?**
- ? **Welche Formate konnten sich durchsetzen?**

Es erwarten euch spannende Vorträge und genügend Zeit zum Austausch, Netzwerken und Kennenlernen des HitchOn-Teams. Für Getränke und Essen ist auch gesorgt.

Ihr wollt noch mehr? Dann sichert euch einen von zehn limitierten Plätzen in unserem vorgelagerten Workshop von 13:00 bis 15:00 Uhr zum Thema „**Distribution: Wie erreiche ich die Gen Z?**“.

Seid ihr dabei? Dann meldet euch und gerne auch jemanden, der uns noch nicht kennt, **bitte bis zum 15. Mai verbindlich und kostenlos über [Eventbrite](#) an.**

Ihr möchtet auch beim **Workshop** dabei sein? Dann sichert euch **hier** euren Platz.

Alle Infos dazu und weitere Hinweise zur Anreise findet ihr auf der [Eventbrite](#) Veranstaltungsseite.

Wir freuen uns auf den Austausch mit euch und eurer Begleitperson!



IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler
und die Geschäftsführer Thomas B. Hohmann und Moritz Meyer
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](#)