

Donnerstag, 18. Oktober 2018

09.30 Uhr	Begrüßung <i>Svenja Teichmann, Moderatorin, Geschäftsführerin, Crowdmedia GmbH</i>	
09.45 – 10.30	Searching for the Next Big Thing: Innovation Scouting for Corporates <i>Dirk Ploss, Manager Digital Technologies Scouting And Advisory, Beiersdorf AG</i>	
10.30 – 11.15	Das Social Media Streitgespräch - <i>Sven-Olaf Peeck, Geschäftsführer, Crowdmedia GmbH</i> - <i>Weitere Sprecher: tba</i>	
11.15 – 11.45	Kaffeepause	
	Social Media Strategie 2.0	
11.45 – 12.20	Eine Heldenreise, alle Bildschirme: Emotionales audience building bei X Faktor <i>Tobias Schiwiek, Chief Digital Officer, UFA GmbH</i>	
12.20 – 12.55	Alles auf Anfang – von einem Unternehmen, das 2018 auszog, die richtige Social Media Strategie zu finden! <i>Sarah Sunderbrink, Social Media Manager, L'Osteria GmbH</i>	
12.55 – 13.30	Nischenkommunikation – wie erreiche ich auf Social Media eine spezielle Zielgruppe? <i>Meike Ostwald, Communications Manager Digital Public Affairs, Microsoft Deutschland</i>	
13.30 – 14.30	Mittagspause	
	RAUM 1	RAUM 2
	Advertising – Durchkommen mit der eignen Botschaft	Insight Social Media: Einblicke in die Praxis
14.30 – 15.00	5 Facebook Advertising Hacks <i>Simon Mader, Co-Founder, Adbaker GmbH</i>	Unterschätztes Potenzial: Facebook-Gruppen <i>Beate Mader, Chief Community Manager, Digital Media Women e.V.</i>
15.00 – 15.30	Data Driven Social Media Marketing – Der Umsatzmotor bei Sixt <i>Christoph Assmann, Senior Social Media Manager, Sixt SE</i>	Bauer im Stream – Kritische Themen bei Facebook kommunizieren <i>Aurelia Moniak, Referentin für Online Kommunikation und Content Management, Forum Moderne Landwirtschaft e.V.</i>
15.30 – 16.00	Native Advertising der zukünftige Media Kanal No. 1 – Content Marketing & Native Advertising the Perfect Match! <i>Daniel Horzetzky, Managing Director, Brandkizz Studios</i>	Social Media mal anders: Bewertungen auf Facebook, Google & Co. erfolgreich managen <i>Eva Balashazy, Social Media & Content Manager, Telefónica Germany GmbH & Co. OHG</i>
16.00 – 16.30	Kaffeepause	
	Die Welt des Content-Marketing	B2B-Cases: Wirklich so anders als die anderen?
16.30 – 17.10	Schluss mit der Silo-Denke: Das Newsroom- Konzept als Antwort auf sich wandelnde Kommunikationsanforderungen - <i>Garvin Kersting, Leiter Digital Experience, Swiss Life Deutschland Holding GmbH</i> - <i>Kilian Wichmann, Leiter Marketing, Swiss Life Deutschland Holding GmbH</i>	Ganzheitliches Content-Marketing im B2B <i>tba</i>
17:10 - 17:50	Case: Content-Marketing <i>tba</i>	Make Schifffahrt great again! Digitale Kunden- kommunikation und ihre Möglichkeiten <i>Laura-Jane Freutel, Manager Digital Communication, Hapag-Lloyd AG</i>
ca. 18.00	Ende des ersten Konferenz-Tages und Get Together im Elbwerk	

Freitag, 19. Oktober 2018

09.00 Uhr	Begrüßung <i>Svenja Teichmann, Moderatorin, Geschäftsführerin, Crowdmedia GmbH</i>	
	RAUM 1	RAUM 2
09.10 – 09.45	Von Haltung und Hysterie. Neue Marken-Strategien gegen digitale Content-Hacks <i>Gerald Hensel, Strategy Director, Freelance Gerald Hensel</i>	Wie (Social) Media Startups für Innovation im Medienmarkt sorgen <i>Christoph Hüning, Managing Partner, Next Media Accelerator, 4wrд consulting</i>
09.45 – 10.25	"Tell me why to apply?" – How Beiersdorf is using Content Marketing in Employer Branding and Recruiting <i>- Christoph Fellinger, Strategic Talent Acquisition & Early Career Programs, Beiersdorf AG</i> <i>- Djordje Lukovic, Junior Digital Communications Manager Beiersdorf AG</i>	tba
10.25 – 11.00	Mitarbeiter als Markenbotschafter. Das OTTO Jobbotschafter-Programm. <i>- Ildiko Peter, Senior Manager HR Marketing, OTTO GmbH & Co. KG</i> <i>- Angelina Peipers, Referentin Personalmarketing, OTTO GmbH & Co. KG</i>	Volle Pulle Internet – Online-Marketing für Craft Beer <i>Lars Müller, Geschäftsführer & Chief Beer Officer, Wigital GmbH & Brewcomer GmbH</i>
11.00 – 11.30	Kaffeepause	
	Bild-, Video-, und Story-Content: Vom Trend zum Must Have	Messenger, Snapchat und Co: Wie nah sind wir am Kunden?
11.30 – 12.00	Die Erfolgscases auf YouTube 2018: Darum müssen Unternehmen ihre Video-Strategie ändern <i>Christoph Burseg, CEO, VeeScore</i>	Das Potenzial von intelligenten Chatbots für Website, Messaging und Voice <i>Frederik Schröder, Co-Founder & Business Development, Knowhere GmbH</i>
12.00 – 12.30	Instagram als internationaler Account – globales Teamwork macht's möglich <i>Stefanie Söhnchen, Head of Global Social Media & Marketing Partnerships, Car2go Deutschland GmbH</i>	Was SPIEGEL ONLINE auf Snapchat Discover zu suchen hat <i>Frauke Böger, Chefin vom Dienst und Leiterin des Snapchat-Teams, Spiegel Online GmbH</i>
12.30 – 13.00	Reichweite 2.0 – Wie ein Publisher vom Pinterest Skeptiker zum Pinterest Best Case wurde <i>Ann-Kathrin Schöll, Project Lead Pinterest International, Gofeminin.de GmbH</i>	Whats App Case <i>Eleonore Aschenbrenner, Marketing Manager, Whatsbroadcast</i>
13.00 – 14.00	Mittagspause	
	Influencer Marketing – eine realistische Einordnung	KPIs & Co – Messen & Lernen
14.00 – 14.35	Influencer Kommunikation – Overhyped and Underrated <i>- Moderator: Djure Meinen, Einzelunternehmer</i> <i>- Weitere Diskussionsteilnehmer: tba</i>	„Neue KPIs in alten Schläuchen?“ – Erfolgsmessung von Content-Marketing und Native Advertising <i>Sandra Gärtner, Geschäftsführende Gesellschafterin, Greenadz GmbH & Co. KG</i>
14.35 – 15.10	100% Inhouse – Wie man gemeinsam mit Influencern ein Brand aufbauen kann <i>Stephan-Peter Jäkel, CEO, SD Grenzgaenger International GmbH</i>	Mit interaktiven Content-Formaten unglaubliche KPIs im Content-Marketing erzielen <i>Christoph Teubert, Founder & CEO, Contilla GmbH</i>
15.10 – 15.55	Herausforderung Influencer Marketing <i>Thorsten Troge, Rechtsanwalt & Partner, Taylor Wessing Partnerschaftsgesellschaft mbB</i>	
ca. 16.00	Ende der Veranstaltung	