

Donnerstag, 18. Oktober 2018

| | | |
|---------------|--|---|
| 09.30 Uhr | Begrüßung <i>Svenja Teichmann, Moderatorin, Geschäftsführerin, Crowdmedia GmbH</i> <i>Kim-Jasmin Kirchhoff, Moderatorin, Business Development Managerin, 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 – Content & Social Royal Rumble - <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: integriertes Audience Building bis zu Out of Home <i>Daniel Brückner, Senior Digital Strategist, 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 | |
| | BALLROOM | CONFERENCE 3C + 3D |
| | Advertising – Durchkommen mit der eigenen 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> | Engaging Content for passionate Scientists – interak- tionsreiches Grundrauschen für B2B Unternehmen - <i>Vanessa Runge, Content Beraterin, crowdmedia GmbH</i> - <i>Dörthe Krahe, Social Media Manager, eppendorf AG</i> - <i>Marisa Asmuss, Social Media & E-Mail Marketing Manager, eppendorf AG</i> |
| 17.10 - 17.50 | Dynamisches Content-Retargeting auf Basis von User Signalen bei Turn-On.de: Weniger Streu- verluste und mehr Kontaktqualität auf Facebook <i>Philip Dipner, Geschäftsführer, Content Fleet GmbH</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

| | BALLROOM | CONFERENCE 3C + 3D |
|---------------|--|--|
| 09.00 Uhr | Begrüßung Svenja Teichmann, Moderatorin, Geschäftsführerin, Crowdmedia GmbH | Begrüßung Kim-Jasmin Kirchhoff, Moderatorin, Business Development Managerin, Crowdmedia GmbH |
| 09.10 – 09.45 | Von Haltung und Hysterie. Neue Marken-Strategien gegen digitale Content-Hacks Gerald Hensel, Strategy Director, Freelance Gerald Hensel | Wie (Social) Media Startups für Innovation im Medienmarkt sorgen - Christoph Hüning, Managing Partner, Next Media Accelerator - Ines Woermann, CEO / Founder, Helloguide GmbH - Tobias Szarowicz, Co-Founder & CEO, Yobo App - Philipp Nette, CEO, Cutnut |
| 09.45 – 10.25 | "Tell me why to apply?" – How Beiersdorf is using Content Marketing in Employer Branding and Recruiting - Christoph Fellingner, Strategic Talent Acquisition & Early Career Programs, Beiersdorf AG - Djordje Lukovic, Junior Digital Communications Manager, Beiersdorf AG | SPORT1 goes Golf. Cleveres Storytelling für mehr Relevanz. Nicola Kiermeier, Head of Branded Content & Partnerships, Sport1 |
| | CONFERENCE 2B | |
| | 10.00 – 11.00: Masterclass: Branded Content auf Instagram – Wie MediaMarkt mit HypedBy zur WM kooperierte, Max Engel, Head of Marketing & Sales, Hypedby | |
| 10.25 – 11.00 | Mitarbeiter als Markenbotschafter. Das OTTO Jobbotschafter-Programm. - Ildiko Peter, Senior Manager HR Marketing, OTTO GmbH & Co. KG - Angelina Peipers, Referentin Personalmarketing, OTTO GmbH & Co. KG | Volle Pulle Internet – Online-Marketing für Craft Beer Lars Müller, Geschäftsführer & Chief Beer Officer, Wigital GmbH & Brewcomer GmbH |
| 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 Christoph Burseg, CEO, VeeScore | Das Potenzial von intelligenten Chatbots für Website, Messaging und Voice Frederik Schröder, Co-Founder & Business Development, Knowhere GmbH |
| 12.00 – 12.30 | Instagram als internationaler Account – globales Teamwork macht's möglich Stefanie Söhnchen, Head of Global Social Media & Marketing Partnerships, Car2go Deutschland GmbH | Was SPIEGEL ONLINE auf Snapchat Discover zu suchen hat Frauke Böger, Chefin vom Dienst und Leiterin des Snapchat-Teams, Spiegel Online GmbH |
| 12.30 – 13.00 | Reichweite 2.0 – Wie ein Publisher vom Pinterest Skeptiker zum Pinterest Best Case wurde Ann-Kathrin Schöll, Project Lead Pinterest International, Gofeminin.de GmbH | WhatsApp für Marketing & Kundenservice – Best Cases Eleonore Aschenbrenner, Marketing Manager, Messenger People |
| | CONFERENCE 2B | |
| | 12.00 – 13.00: Masterclass: Mut zum Kontrollverlust: Employee Advocacy als Teil von Influencer Marketing, Dennis Denecken, Senior Value Consultant, Hootsuite | |
| 13.00 – 14.00 | Mittagspause | |
| | Influencer Marketing – eine realistische Einordnung | KPIs & Co – Messen & Lernen |
| 14.00 – 14.35 | Influencer Kommunikation – Overhyped and Underrated - Moderator: Djure Meinen, Einzelunternehmer - Prof. Dr. Annika Schach, Professorin für Angewandte Public Relations, Hochschule Hannover - Chris Jungjohann, Head of Sales Germany, Takumi | „Neue KPIs in alten Schläuchen?“ – Erfolgsmessung von Content-Marketing und Native Advertising Sandra Gärtner, Geschäftsführende Gesellschafterin, Greenadz GmbH & Co. KG |
| 14.35 – 15.10 | 100% Inhouse – Wie man gemeinsam mit Influencern ein Brand aufbauen kann Stephan-Peter Jäkel, CEO, SD Grenzgaenger International GmbH | Mit interaktiven Content-Formaten unglaubliche KPIs im Content-Marketing erzielen Christoph Teubert, Founder & CEO, Contilla GmbH |
| 15.10 – 15.55 | Herausforderung Influencer Marketing Thorsten Troge, Rechtsanwalt & Partner, Taylor Wessing Partnerschaftsgesellschaft mbB | |
| ca. 16.00 | Ende der Veranstaltung | |