

SOCIAL MEDIA CONFERENCE

Dienstag, 12. November 2019

09.30	Moin, Moin! <i>Tim Angerer, Amtsleiter, Amt Medien der Freien Hansestadt Hamburg</i>	
09.45 – 10.30	From Virtuality to Real – oder was „echt“ ist entscheidet sich im Kopf <i>Andreas Hebbel-Seeger, Professor für Medienmanagement, Hochschule Macromedia Hamburg</i>	
10.30 – 11.15	Live Hands On: Instagram Story Games <i>Daniel Zoll, Digital Content Creative, Freelancer</i>	
11.15 – 11.45	Kaffeepause	
	Social Media Rundumblick	
11.45 – 12.20	„Kann das weg oder ist das Kunst?“ – Content-Optimierung an Beispielen von bahn.de, Bahn-Blog und Bahn-Community <i>Svea Rasmus, Leiterin Online-Redaktionen & digitales Media-Management / Produktmanagerin Neubau Frontend bahn.de, Deutsche Bahn</i>	
12.20 – 12.55	Social Media macht Geldanlage sexy: Wie Frauen durch Instagram, Facebook und Pinterest Lust auf ihre Finanzen bekommen <i>Edda Vogt, Executive Channel Manager und Editor-in-Chief, Deutsche Börse</i>	
12.55 – 13.30	tba	
13.30 – 14.30	Mittagessen	
	RAUM 1	RAUM 2
	Social Media Rundumblick	Dialog in Social Media: Messenger Marketing und Chatbots
14.30 – 15.00	Die Johanniter: Interaktionsstarke Mini-Kampagnen trotz kleinem Budget <i>Tanja Böttcher, Social Media Management, Johanniter-Unfall-Hilfe & Melanie Kröpfl, Social Media- & Content-Marketing-Managerin, crowdmedia GmbH</i>	B2B Chatbot: Wie Eppendorf die digitale Kundenkommunikation im Messenger automatisiert <i>Frederik Schröder, Co-Founder & Business Development, Knowhere GmbH</i>
15.00 – 15.30	Kann eine Bank Lovebrand sein? Lohnende Investition Social Media @Haspa <i>Bastian Badenhorst, Teamleiter Markenkommunikation, Haspa</i>	Nächster Halt Conversational Marketing: So geht erfolgreiches Messenger Marketing auch ohne WhatsApp Newsletter <i>Matthias Mehner, Chief Marketing Officer, MessengerPeople GmbH</i>
15.30 – 16.00	5 Facebook & Instagram Hacks für Deine eCommerce PPC-Kampagnen <i>Simon Mader, Co-Founder, Adbaker</i>	Messengerapps: Wo lauern die rechtlichen Tücken? <i>Kathrin Schürmann, Rechtsanwältin für das digitale Business, Schürmann Rosenthal Dreyer Rechtsanwälte</i>
16.00 – 16.30	Kaffeepause	
	Kennzahlen und Tools	Content- und Kanal-Deepdives
16.30 – 17.10	100.000 uniques Visits über Google-Organic pro Monat nach 1,5 Jahren <i>Fabian Rossbacher, Gründer und Geschäftsführer, Hundeshop Barf-Alarm</i>	Starting comms from scratch: What we've learned at MOIA <i>Fabian Lebersorger, Senior Marketing Communications Manager, MOIA</i>
17.10 – 17.50	tba	Wie Marken auf Pinterest neue Zielgruppen erreichen <i>Jana Würfel, Head of Growth DACH, Pinterest</i>
ca. 18.00	Ende der Veranstaltung und Get-Together	

SOCIAL MEDIA CONFERENCE

Mittwoch, 13. November 2019

09.00	Begrüßung	
	RAUM 1	RAUM 2
	Trends Augmented Reality, Gen Z & Co.	Social Media - mehr als Marketing
09.10 – 09.45	Virtuell wird Realität: Wie Augmented Reality das Social Media Marketing revolutioniert <i>Katrin Brunner, Wissenschaftliche Mitarbeiterin & Doktorandin, Universität der Bundeswehr München</i>	#IchBinHier – Einblicke in eine Community und deren Vorgehensweise <i>Hannes Ley, 1. Vorsitzender, ichbinhier e.V.</i>
09.45 – 10.25	It's all (still) about P.O.P. – Marketing für die Gen Z <i>Jan Honsel, Geschäftsführer, Uplift</i>	Einatmen, Ausatmen: Ehrenamtliches Social Media Marketing bei Yoga für alle e.V. <i>Melanie Schnitkuss, Senior Digital Consultant, elbkind GmbH</i>
10.15 – 11.00	Influencer Marketing – Wo im HypeCycle stehen wir? (Diskussion) <i>Brix Buchmann, Gründer und CEO, Bitstream Media Lab mit Tobias Reuter, Influencer und Melisa Dobric, Model & InstaFace bei AboutYou</i>	Digitales Haltungsturnen – Wieviel Haltung braucht das Online-Marketing? <i>Martin Fuchs, Politik- und Digitalberater</i>
11.00 – 11.30	Kaffeepause	
	Influencer, Stories & Co.	Social Media: B2B-Cases
11.30 – 12.00	Influencer Marketing im „War for Talents“ <i>Nicole Lontzek, Leitung Online Marketing, stellenanzeigen.de</i>	Fünf Marketingtrends aus der Sicht von LinkedIn <i>Shankho Mukherjee, Agency Lead DACH, LinkedIn</i>
12.00 – 12.30	Influencer Kampagne <i>tba</i>	The Power of Online & Social Media @voestalpine <i>Stephanie Bauer, Team Leader Online & Social Communications, voestalpine AG</i>
12.30 – 13.00	Storytelling auf Instagram: seriell, grafisch, historisch – und (trotzdem) erfolgreich <i>Jonas Schlatterbeck, Head of Social and Distributed Media & Marie-Louise Petersen, Designerin Social Media, ZDF Digital Medienproduktion</i>	Vortragstitel „Die Story hinter den Stories“ <i>Pia Werner, Expert Social Media, KWS SAAT SE & Janina Katona, Content Manager, crowdmedia GmbH</i>
13.00 – 14.00	Mittagessen	
	Blick über den Tellerrand	Social Media B2B: Kanal-Deepdives
14.00 – 14.35	Visueller Content im Arbeitgebermarketing: Snapchat statt Imagevideo. VR statt Betriebs-erkundung vor Ort <i>Natalie Kittler, Social Media und HR Marketing Managerin & Julia Boettcher, Social Media und HR Marketing Managerin, Techniker Krankenkasse</i>	Instagram in der B2B-Kommunikation <i>Kristina Kobilke, Digitale Marketingstrategin, Trainerin und Autorin</i>
14.35 – 15.10	Jeder macht Podcasts: Wieso eigentlich, und wo führt der Medienwandel hin? <i>Vincent Kittmann, Head of Podstars, OMR</i>	Social Media im internationalen Kontext – Inhalte & kulturelle Unterschiede managen <i>Carsten Sichler, Head of Brand & Marketing Communications, thyssenkrupp Industrial Solutions AG</i>
15.10 – 15.55	Bildnutzung in sozialen Netzwerken – die 5 größten Rechtsirrtümer <i>Sebastian Deubelli, Rechtsanwalt, kanzlei deubelli</i>	
16.00	Ende	