

Pressemitteilung

Das Programm der Social Media Week Hamburg 2018: Drei Tage digitale Trends, Ideen und Innovationen

Hamburg, 16.01.2018. Rund 70 Veranstaltungen in drei Tagen – die Social Media Week Hamburg bietet in diesem Jahr unter dem Motto „Closer: Community vs. Individualismus“ ein hochklassiges Programm aus Vorträgen, Sessions und Workshops. Alle Events finden von Mittwoch, 28. Februar, bis Freitag, 2. März, im Altonaer Museum und in der University of Applied Sciences Europe im Komplex bahn_hoefe Ottensen statt.

Unter anderem beginnt die Social Media Week Hamburg am Mittwoch, 28. Februar, mit dem Panel „#Influencer #Marketing – Bullshit oder heiliger Gral?“. Darin erläutert Torsten Panzer, Beirat der SMWHH und Vorstandsvorsitzender des PR Clubs Hamburg, die Verzahnung von PR- und Markenkommunikation im Umfeld digitaler Medien. In dem von Microsoft Deutschland präsentierten Panel „Schlägt Netzwerk Hierarchie? Zeit für eine neue Führung – denn Chefs aus der Hölle haben ausgedient!“ geht es um Karriere und neue Arbeit. Am Donnerstag, 1. März, gehen die Panelisten dann der Frage nach, inwieweit Digitalisierung als Chance für eine neue, agile und menschenorientierte Führungskultur verstanden werden kann. Wie eine eigene Community in sozialen Medien aufgebaut werden kann und Nutzer eingebunden werden, verdeutlicht der Vortrag „Fernet Brancas ‚Life is bitter‘: gezielte Polarisierung, segmentierte Communitys“ der Mediaagentur pilot am Donnerstag, 1. März, anhand eines konkreten Beispiels.

Weiterhin bietet die Social Media Week Hamburg inhaltlich starke und fachlich kompetente Workshops. Beispielsweise beleuchtet Prof. Dr. Andreas Moring, Studiengangsleiter Communication & Media Management an der University of Applied Sciences Europe, am Mittwoch, 28. Februar, unter dem Titel „BIDAC – Die 15 Regeln für erfolgreiches Online-Business“ die Geschäftsideen der Teilnehmer nach bestimmten Erfolgskriterien. Am selben Tag richtet sich ein Workshop von Beirätin Andrea Frahm direkt an Start-Up-Gründerinnen: „Erfolgreich gründen als Frau – Sprechstunde mit Prelovee“. Stephanie Neumann und Swantje Pawlitschek, die Gründerinnen von Prelovee, berichten über ihre Erfahrungen auf dem Weg in die Selbstverwirklichung. Am Abschlusstag, Freitag, 2. März, geht es dann in dem Deep-Dive-Workshop „Artificial Storytelling – Wie Künstliche Intelligenz Inhalte verändert“ des SMWHH-

SOCIAL MEDIA WEEK

HAMBURG

Partners nextMedia.Hamburg in kleiner Runde um Programme, die auf Basis von strukturierten Daten selbstständig Content generieren.

Noch bevor das Event offiziell startet, lädt die Social Media Week Hamburg am Dienstag, 27. Februar, zum Pre-Opening-Abend in den Mercedes me Store Hamburg ein. Die Netzwerkveranstaltung beginnt um 18.00 Uhr mit einer Session. Im Anschluss haben die Teilnehmer Gelegenheit, Freunde und Partner der SMWHH kennenzulernen.

Das ausführliche Programm mit allen Events, Speakern und Terminen gibt es unter smwhh.org. Auch die Tickets für die Social Media Week Hamburg sind hier erhältlich. Das Standard-Ticket kostet aktuell 35 Euro und beinhaltet den Zutritt zum Vortragsprogramm auf den Hauptbühnen. Den Premium-Pass mit Zugang zu allen angebotenen Workshops und Masterclasses gibt es für aktuell 199 Euro.

Die Social Media Week in Hamburg ist die einzige Social Media Week Deutschlands. Weltweit gibt es die Digitalkonferenz in mehr als 25 Städten. Ins Leben gerufen wurde die Social Media Week 2009 in New York von Toby Daniels, dem Gründer von Crowdcentric Media LLC.

Veranstalter der Social Media Week Hamburg ist die Agentur hi-life Uriz v. Oertzen.

Weitere Informationen unter: www.smwhh.org

Für Presseanfragen und Akkreditierungen wenden Sie sich bitte an presse@smwhh.org

Christoph Kohlhöfer, 0163 4787694

