

## Leidenschaftliche Appelle am ersten Tag der Social Media Week Hamburg

Hamburg, 26.2.2020 - "Social Media war lange wie eine Reflex-Amöbe: Reiz rein, Reaktion raus." Mit diesen Worten begrüßte Hamburgs Kultursenator Dr. Carsten Brosda (SPD) die Besucher am ersten Tag (26.2.2020) der Social Media Week Hamburg. Mit dem Reflex-Amöben-Prinzip bestehe aber die Gefahr, die Menschen zu verlieren, warnte Brosda. Mit dem diesjährigen globalen Motto "HUMAN X." nehme die Social Media Week richtigerweise Menschen in den Fokus. Brosda appellierte an die passiven Nutzer der Social-Media-Plattformen, die Netzwerke nicht den Trollen zu überlassen und sich zu Wort zu melden. "Die Mitte muss die Algorithmen füttern, um Normalität sichtbar zu machen", sagte Brosda.

In der Auftaktveranstaltung hob Zukunftsforscher Oliver Leisse die Frage nach Sinnzusammenhängen hervor, die insbesondere von der Generation Z gestellt werde. Konsum, Status und Technik haben laut Leisse ihre Anziehungskraft bei jungen Menschen verloren. Sie fragen, warum soll ich etwas kaufen, wie wurde es von wem hergestellt? Die Bereitschaft zum Konsumverzicht wachse und darauf müssten Unternehmen glaubwürdig reagieren, in dem sie Wünsche ernst nehmen, zuhören, in persönlichen Kontakt treten und Bindungen schaffen - insbesondere in den Sozialen Medien, fordert Leisse.

Das Programm der Social Media Week Hamburg ist breit gefächert. Allein am ersten Tag ging es in 36 Events neben Kundenbindung auch um Gaming, Messbarkeit von Social Media, die Kombination von Pornografie mit Virtual Reality und Storytelling. „Die Sessions am ersten Tag der Social Media Week Hamburg haben gezeigt, dass das Programm den Nerv der Zeit trifft und die Social-Media-Plattformen für Unternehmen, Politik und Medien überragende Bedeutung haben“, resümiert die General Managerin der Social Media Week Hamburg, Sabrina Frahm.

Die Social Media Week Hamburg geht noch am Donnerstag und Freitag weiter. Dann wirft der Verein Digital Media Women einen Blick auf "Female Leadership", die Tierschutzorganisation PETA zeigt, wie mit Alexa Tierleben gerettet werden oder wie viele Social-Media-Kanäle man eigentlich braucht.

Hamburg macht mit Lagos in Nigeria und Austin in Texas/USA den Auftakt zur diesjährigen weltweiten Social Media Week-Reihe. Im Jahr 2020 sind unter dem Motto "HUMAN.X Mehr Mensch, mehr Relevanz, mehr Erlebnis - das Marketing der Zukunft" Social Media Weeks in insgesamt 23 Städten auf fünf Kontinenten geplant.

Weitere Fotos finden Sie unter: <https://smwhamburg.com/presse/>

Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an: [presse.smwhamburg@hillife.events](mailto:presse.smwhamburg@hillife.events)

