

9. Social Media Week Hamburg: Erste Programm-Highlights online

Warum reagierte die Deutsche Bahn auf den ICE-Tweet von Klimaaktivistin Greta Thunberg so wie der Konzern reagierte? Auf der **Social Media Week Hamburg** vom 24. bis zum 28. Februar gibt neben vielen anderen Unternehmen auch die Deutsche Bahn Einblicke in ihre Arbeit mit Twitter, Facebook, Instagram und YouTube. Was können Großunternehmen wie die **Deutsche Bahn** aus einer lautstarken Kritik wie etwa nach den Bahn-Antworten auf den Thunberg-Tweet lernen? Wie können konzernintern überhaupt Social-Media-Themen gefunden und umgesetzt werden?

Unter dem Motto "Human.X Mehr Mensch, Mehr Relevanz, Mehr Erlebnis - Das Marketing der Zukunft" startet die **Social Media Week** am 24. Februar nun zum neunten Mal in Hamburg. Rund 3000 Besucher und mehr als 200 Speaker werden zu dem Vortrags- und Workshop-Programm erwartet. Außer der Deutschen Bahn stellen zahlreiche weitere Unternehmen ihre Strategien vor, Experten geben Tipps, wie digitale Werkzeuge und Social Media effektiv genutzt werden, und sie wagen einen Blick, wohin die Entwicklung gehen wird.

Eine Frage, die beispielsweise aktuell viele Firmen bewegt: Ist es möglich, die eigenen Mitarbeiter koordiniert und strukturiert in die externe Kommunikation einzubinden, wenn das Vertrauen in Unternehmen generell sinkt? Mit "Corporate Influencer" sollen eigene Mitarbeiter zu Ambassadors aufgebaut und als Menschen für das Marketing nach außen agieren. Doch wie kann das nachhaltig gelingen? Auf der Social Media Week Hamburg diskutieren darüber Clas Dammann von der **Nestlé Deutschland AG** und Daniel Rehn von der **achtung!** GmbH.

Mit **HAPAG-Lloyd** steht ein weiterer hochkarätiger Case in diesem Jahr im Programm. Der Hamburger Logistik- und Transport-Riese zeigt auf, wie er ein analoges Containerschiff zu einem digitalen Speedboot umbaute. Jenny Gruner, Director Digital Marketing bei Hapag-Lloyd, zeichnet in ihrem Vortrag den Weg des Traditionsunternehmens in die digitale Transformation nach.

Weitere Programmhilights stehen unter **smwhamburg.com/programm** online. Am 24. und 25. Februar startet die Social Media Week wieder mit spannenden Online-Formaten und dem #SMWHH Pre-Opening. Vom 26. bis zum 28. Februar zieht die Social Media Week Hamburg ins Altonaer Museum, ins Altonaer Theater und in die University of Applied Sciences Europe am Altonaer Bahnhof. Auf die Besucher warten packende Vorträge, lebendige Diskussionen und lehrreiche Masterclasses.

Zur Social Media Week: Die Social Media Week Hamburg ist die einzige Social Media Week Deutschlands. Weltweit gibt es das Event in aktuell 23 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 hilife events gmbh.

Pressefotos und weitere Informationen unter: www.smwhamburg.com/presse/
Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an: presse@smwhamburg.com