

Aktuelle Presseinformation

Shortcut – Content Marketing: Kaum ein Thema wird derzeit in der Kommunikationsbranche heißer und kontroverser diskutiert. Dieses Buzzword elektrisiert und sorgt für enormen Gesprächsstoff. Hype oder dringende Notwendigkeit für eine zeitgemäße Kundenkommunikation jenseits klassischer Werbung? Unter dem Motto „How to tell your story – cases, tools, solutions“ treffen sich in Frankfurt/M am 17. und 18. Oktober Experten, Wissenschaftler und Querdenker zum 2. Jahreskongress für Content Marketing der Content World 2016. Ein Highlight ist die Verleihung des Deutschen Content Marketing Preises. Veranstalter ist Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Content World 2016 17. / 18. Oktober Frankfurt am Main – „creativity loves tech“ **Zukunftsweisende Kundenansprache: Storytelling in Kombination mit Big Data erfolgreich umsetzen**

Frankfurt, 18. August 2016 – Perfektes Content Marketing gilt nicht umsonst als Schlüssel zum Kunden: Erfolgreiche Unternehmen wie Ikea, Mercedes-Benz und Co. machen es schließlich vor. Doch wie überzeugt man mit Inhalten? International gefragte Content-Experten geben auf der Content World 2016 am 17. und 18. Oktober in Frankfurt fundierte Einblicke in erfolgreiche Techniken. Sie zeigen, wie gutes Storytelling in Verbindung mit Big Data zum Erfolg führt. Veranstalter des Kongresses ist Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Unter dem Motto „How to tell your story – cases, tools, solutions“ beleuchten Top-Marketers, CEO’s, Querdenker, Content-Experten und Wissenschaftler Themen wie Storytelling, Content-Strategy, ROI / Conversion sowie Influencer-Kommunikation. Highlight des ersten Kongresstages ist die Verleihung des Deutschen Content Marketing Preises mit feierlicher Prämierung der besten Einreichungen.

Zum Start ins Kongressprogramm stellt Prof. Dr. Michel Clement vom Lehrstuhl für Marketing und Medienmanagement der Universität Hamburg die Grundlagen der Wirkungs-Messung von Content Marketing und von Messkonzepten vor. Ihm folgt Christian Möhring, Head of Digital bei IKEA. Er berichtet, wie Brand Publishing zu einem wertvollen Marketing-Tool für das Business von IKEA Deutschland wurde. Praxisorientiert setzt Preethi Mariappan, Chief Creative Officer der Agentur Razorfish das Thema fort. Die Spezialistin für Digitale Transformation gibt Tipps für gelungenes Brand Publishing und zum Aufbau einer Shopper-Community.

Mit 5,5 Millionen Followern und 200 Millionen User-Interaktionen im Jahr 2015 ist „Content Star“, Instagram-Strategie des Autobauers Mercedes-Benz längst ein vielbeachtetes Exempel. Wie derartige Erfolge aufgebaut werden, zeigen Gesina Schwengers von der Daimler AG und Tobias Spörer von der Hamburger Digital-Agentur Elbkind.

Nicht nur wegweisende Praxisbeispiele stehen im Fokus der Content World 2016, sondern auch das „Gewusst wie“: Im Forum „Der heiße Stuhl – Problems and Solutions“ wird Klaus Eck, Inhaber der Münchner Content-Marketing-Agentur d.Tales, auf fünf Praxisfragen aus dem Publikum

Aktuelle Presseinformation

antworten. Mit der gerade für Neulinge schwierigen Frage „wo soll ich anfangen?“, hilft Content Strategin Doris Eichmeier anschließend über die ersten Hürden hinweg.

In drei TED-Talks stehen dann die Preisträger 2015 mit den Themen „Content Strategy“, „Strategy & Content“ sowie „Content Creation“ auf der Agenda. Speaker sind Gabriele Crepaz, Content Strategin, Core Stories, Dr. Astrid Deilmann, Leiterin Digitale Kommunikation beim WWF Deutschland und Kathleen Karrer von der Deutsche Telekom AG.

Der Nachmittag bietet mit drei Parallel-Session unter dem Motto „Content Marketing in the machine age – The Tools“ vielfältiges Praxiswissen. Die Sessions haben die Themen „Visual Storytelling“, „Community Building“ und „Newsroom“. Ein weiterer Programmhöhepunkt des Nachmittags ist der Vortrag von Stefan Heidrich von L'ORÉAL Deutschland / Maybelline New York zusammen mit Sabine Wißdorf von Content Cube.

Das Kongressprogramm klingt aus mit Beiträgen von Julia Köberlein, Gründerin des interaktiven Hintergrundmagazins „Der Kontext“ und einem Blick auf die Studie „Content Marketing 2020“ durch Yahoo Deutschland Vizepräsident Steffen Hopf.

Content World 2016

17. und 18. Oktober 2016 Radisson Blu Hotel Frankfurt

Informationen und Anmeldung unter www.content.world

Kontakt für die Fachpresse:

Nadine Preßl, Marketing Managerin
Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0) 69 24.24 4784
pressl@managementforum.com
www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.