

Veröffentlicht 8. März 2017

Social Media Week Hamburg endet mit Besucherrekord

Weit mehr als 4.000 Teilnehmende besuchten die sechste Social Media Week Hamburg (SMWHH) vom 27. Februar bis zum 3. März 2017. Damit war Deutschlands größte kostenfreie Digitalkonferenz erstmalig ausverkauft und konnte einen neuen Besucherrekord verbuchen.



Foto: Malte Klauck / SMWHH

Ein vielseitiges Programm mit rund 150 Veranstaltungen und verschiedenen Highlights rund um das diesjährige globale Motto „Language and the Machine – Sprache trifft Technologie: Algorithmen und die Zukunft der Kommunikation“ traf offensichtlich den Nerv der Interessierten und bescherte den Veranstaltern einen deutlichen Besucherzuwachs. Auch eine stärkere Bündelung der Themenschwerpunkte als in den Vorjahren an den Austragungsorten dürfte zu der großen Resonanz beigetragen haben.

„Wir freuen uns sehr über den neuen Besucherrekord und sind stolz, dass wir die Konferenz mit Hilfe von starken Partnern und Sponsoren auch 2017 wieder kostenfrei für so viele Teilnehmer anbieten konnten“, kommentierte Projektleiterin Sabrina Frahm den erfolgreichen Abschluss der SMWHH 2017. Eine solche kostenfreie Konferenz sei ohne Partner und Sponsoren überhaupt nicht denkbar, betonte auch Uriz von Oertzen, Inhaber der Agentur hi-life und Veranstalter der Social Media Week Hamburg. Er danke der Stadt Hamburg, die seit sechs Jahren dazu beitrage, dass eine wachsende Zahl von Besuchern sich kostenfrei über aktuelle Social-Media-Trends informieren könne. Und auch Partnerunternehmen und Medienpartner leisteten einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen der Konferenz. „Darüber hinaus möchten wir uns herzlich bei unserem SMWHH-Beirat, dem Organisationsteam und den vielen ehrenamtlichen Helfern und Moderatoren bedanken, ohne die solch eine Veranstaltung gar nicht zu organisieren wäre“, so von Oertzen.

Standort für die digitale Wirtschaft international weiter stärken

Das Ziel der SMWHH, die Position der Medienmetropole an der Elbe als Standort für die digitale Wirtschaft international weiter zu stärken, untermauerten vielfältige Programm-Höhepunkte. Xing lud in diesem Jahr zur Diskussion „Arbeitest Du noch oder lebst Du schon?“ und die Comdirect Bank warf die Frage auf „Quo vadis digitaler Finanzplatz Hamburg – verliert Hamburg den Anschluss?“. Passend zum globalen Motto „Language and the Machine“ gaben sich auf der SMWHH 2017 auch Roboter die Ehre: so präsentierte Thorsten Gau von IBM den humanoiden Roboter Nao (der sogar eine Tanzeinlage zum Besten gab) und Roger Hillen-Pasedag vom Logistikunternehmen Hermes Germany hatte den Starship-Roboter 6D54 als Co-Referenten im Gepäck.

Content-Marketing, Visual Storytelling und Co.

Weitere Konferenz-Highlights waren sicherlich auch der Snapchat-Marketing-Stammtisch am Hamburg Airport mit Richard Gutjahr, der Vortrag des Journalisten und Bestseller-Autors Jay Tuck „Wird künstliche Intelligenz uns töten?“ oder der spannende Einblick in internationales Content-Marketing von Jannis Rudzki-Weise der Audi AG. Die Sessions zum Thema Content-Marketing der Beiersdorf AG und Visual Storytelling von Beraterin Kristina Kobilke sprengten sogar die großzügigen Platzkapazitäten in der Markthalle und waren bei den Besuchern mehr als gefragt. Hoch im Kurs standen auf der SMWHH 2017 ebenfalls die Themen „Professionalisierung von Social Media“ und rechtliche Fragestellungen. Daher platzten auch die Sessions des Rechtsanwalts Kay Spreckelsen „Werbung auf YouTube und Instagram – Was gerade noch erlaubt ist ...“ oder die Panel-Diskussion „Keine Werbung: Für mehr Transparenz in der Influencer-Arbeit“ von und mit Djure Meinen aus allen Nähten und lieferten einen wertvollen Beitrag zu Fragen aus der täglichen Social-Media-Praxis.

Kulturelle und musikalische Unterhaltung

Neben den fachlichen Aspekten kam auch der Unterhaltungsfaktor auf der SMWHH 2017 nicht zu kurz. Neben der Keynote „Sport trifft Technologie: Wie Unterhaltung zum Erlebnis wird“ von Peter Jaeger, Microsoft Deutschland, gemeinsam mit Vertretern des Hamburger SV und des FC St. Pauli, präsentierte Microsoft außerdem die Xbox Gaming Lounge und ermöglichte Spielbegeisterten das „Zocken“ von „Forza Horizon 3“ oder dem brandneuen Echtzeitstrategiespiel „Halo Wars 2“.

Kulturelle und musikalische Unterhaltung boten das exklusive Akustik-Konzert von Jon Flemming Olsen (alias Kneipenwirt Ingo aus der langjährigen TV-Serie „Dittsche“) anlässlich der Veröffentlichung seines neuen Albums „Von ganz allein“ sowie der wortgewaltige Poetry-Slam-Auftritt von Sebastian Stille auf der Social Media Week Hamburg Welcome Night. Ein weiteres musikalisches Highlight präsentierte die deutsch-ghanaische Soulsängerin und Songwriterin Y’akoto im Anschluss an die Session „What social media means for the Creative Africa scene & what Creative Africa means for the social media scene“, die zeitgleich mit der SMW Lagos in Nigeria via Livestream stattfand und insofern eine SMW-Premiere darstellte.

Erstmalig bot das Social-Media-Week-Café den Besuchern neben Snacks und Erfrischungen Raum zum Networking sowie die Möglichkeit, ausgewählte Veranstaltungen bei Erreichen der Session-Kapazitäten auch via Livestream-Übertragung zu verfolgen.

Business-on.de Hamburg hat die SMWHH 2017 als Medienpartner unterstützt.

SOCIAL MEDIA WEEK HAMBURG 2017 – LESEN SIE MEHR

- [„Brennen“ für das Megaevent – hinter den Kulissen der SMWHH](#)
- [Torsten Panzer verstärkt das SMWHH-Team als Director Marketing & Communications](#)
- [Gute eigene Content-Marketing-Strategie entwickeln und machen](#)

URL

https://www.business-on.de/hamburg/digitalkonferenz-besucherrekord-auf-der-social-media-week-hamburg-_id37312.html