

P R A X I S T A G E



9./10. | April 2019  
**Köln**

# CONTENT MARKETING

**[SCM]**

School for  
Communication and  
Management

# Tag 01

## Dienstag, 9. April 2019

9:00 – 9:45 Uhr  
KEYNOTE

**So setzen Sie Ihre Content-Strategie in den Sand – 10 Tipps für weniger Effizienz, minimale Ergebnisse und absolut keinen Durchblick!**

Dr. Juliane Howitz (HRS – Hotel Reservation Service)

9:45 – 10:30 Uhr  
BEST CASE

**finanz-heldinnen – Wie die Initiative der comdirect bank Frauen für Finanzen begeistert**

Katharina Bremer (comdirect bank)

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

**Strategisches Content Marketing: Von der Marketing-Technik zur Management-Disziplin**

Mirko Lange (Scompler)

- Wie kann Content effizienter erstellt werden?
- Wie kann man die Zusammenarbeit der Abteilungen verbessern?
- Wie kann Content dauerhaft auf Nutzen ausgerichtet werden?

**Mit Qualität überzeugen – Texter-Tipps für Kommunikatoren**

Ania Dornheim (textwende)

- Zwischen Geschmack und Qualität unterschieden können: Was gute Texte auszeichnet
- Spannend und erfolgreich erzählen (auch über trockene Themen)
- Fachabteilungen und Führungskräfte ins Boot holen
- Schnell und sicher texten

12:30 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 14:15 Uhr  
BEST CASE

**We don't sell sneakers, we sell stories**

Oliver Baumgart (43einhalb)

14:15 – 15:45 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

**Content Marketing & Recht: So geht es richtig**

Pia Löffler (Kanzlei Pia Löffler)

- Content: Wann und wie sind Texte, Bilder, Grafiken etc. rechtlich geschützt?
- Content richtig nutzen: Was muss ich beachten/tun, wenn ich fremden Content rechtskonform nutzen will?
- Influencer & Schleichwerbung
- Rechtsfolgen: Was kann passieren, wenn man sich nicht an Regeln hält? Wie verhält man sich richtig, wenn etwas schief läuft?

**Feuerwerk der Ideen – Kreativ-Techniken fürs Schreiben**

Ania Dornheim (textwende)

- Den Einstieg finden – Tipps und Tricks der Profis
- Headlines texten einmal anders
- Kreativität und Checklisten: Die perfekte Kombination
- Gegen den Perfektionismus: Frustfallen kennen und vermeiden

15:45 – 16:15 Uhr Kaffeepause

16:15 – 17:45 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

**Measure, learn and adapt – Erfolgsmessung im Content Marketing**

Chris Hoogeveen, Matthäus Michalik (Claneo)

- Wie Sie den Erfolg Ihrer Content-Marketing-Maßnahmen messen können
- Welche KPIs zur Erfolgsmessung herangezogen werden können
- Prozesse zur Qualitätssicherung

**Online Magazin/Corporate Blog – das Herzstück des Content Marketing**

Dr. Stephan Tiersch, Petra Keller (Kresse & Discher)

- Themen richtig strukturieren
- Zielorientiert Arbeiten
- Nutzer erreichen
- Abläufe richtig planen
- Erfolge messbar machen

Im Anschluss Get-together in der Kölner Innenstadt

# Tag 02

## Mittwoch, 10. April 2019

9:00 – 9:45 Uhr  
KEYNOTE

### Content Marketing 2025 - Warum Haltung und Klarheit die Bots schlagen wird

Dr. Christian Fill (Profilwerkstatt)

9:45 – 10:30 Uhr  
BEST CASE

### Content Marketing und Storytelling in der internen und externen Kommunikation bei DATEV

Christian Buggisch (DATEV)

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

### Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Bernadett Kowalski (Performics)

- Wie funktionieren Suchmaschinen?
- Was unterscheidet SEO von anderen Online-Marketing-Disziplinen?
- Was kann ich tun, um meine Webseite in der Suchmaschine besser zu platzieren?
- Wo besteht der Zusammenhang zwischen SEO und Content Marketing?

### Content Marketing - Kreativität erleben

Sabine Hell, Michael Schulz,  
Marcel Tilger (TERRITORY)

- Welche Kreativtechniken gibt es? Eine Auswahl
- Lernen am konkreten Praxisbeispiel
- Exklusive Einblicke in die Arbeit einer führenden Content-Marketing-Agentur

12:30 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 14:00 Uhr  
BEST CASE

TBA

14:00 – 15:30 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

### Reichweite durch Content Seeding

Fionn Kientzler (suxeedo)

- Das Zusammenspiel von Content Marketing, PR und Seeding
- Erfolgsfaktoren des Content Seeding
- Optimierung und Erfolgsmessung

### The Power of Love. Guter Content ist eine Herzensangelegenheit!

Frank Sanders (Palmer Hargreaves)

- Content zielgruppenspezifisch, qualitativ hochwertig (aber nicht zu teuer!) und nachhaltig optimieren
- Wie bringe ich kreative Ansätze und technische Notwendigkeiten unter einen Hut?
- Praktische Beispiele zur Contenterstellung

15:30 – 16:00 Uhr Kaffeepause

16:00 – 17:30 Uhr  
WORKSHOP-SESSION

### Adé Influencer-Kampagne, hallo Influencer Relations!

Maria Broberg (fischerAppelt)

- Von Youngfluencer bis Mega-Influencer – das Spielfeld wächst
- Ziele der Kooperation: KPIs und Zielgruppe im Fokus
- Vom Single-Post zur Langzeitkooperation: Warum wir auf Relations setzen sollten
- Mut beweisen: Potenziale neuer Kanäle nutzen

### Digitales Lagerfeuer: Storytelling im Content Marketing

Carsten Rossi (Kammann Rossi)

- Warum das Erzählen von Geschichten die beste Taktik ist
- Neurowissenschaftliche Faktoren
- Die Struktur einer guten Story

# Referenten



**Maria Broberg**  
(fischerAppelt)



**Chris Hoogeveen**  
(Claneo)



**Carsten Rossi**  
(Kammann Rossi)



**Ania Dornheim**  
(textwende)



**Christian Buggisch**  
(DATEV)



**Frank Sanders**  
(Palmer Hargreaves)



**Pia Löffler**  
(Kanzlei Pia Löffler)



**Petra Keller**  
(Kresse & Discher)



**Dr. Christian Fill**  
(Profilwerkstatt)



**Oliver Baumgart**  
(43einhalb)



**Bernadett Kowalski**  
(Performics)



**Katharina Bremer**  
(comdirect bank)



**Marcel Tilger**  
(TERRITORY)



**Michael Schulz**  
(TERRITORY)



**Mirko Lange**  
(Scompler)



**Fionn Kientzler**  
(suxeedo)



**Dr. Stephan Tiersch**  
(Kresse & Discher)



**Mathäus Michalik**  
(Claneo)



**Sabine Hell**  
(TERRITORY)



**Dr. Juliane Howitz**  
(HRS - Hotel Reservation Service)

Weitere Informationen zu den Inhalten der Vorträge und Workshops erhalten Sie unter: [scm-praxistage.de/content-marketing](http://scm-praxistage.de/content-marketing)

# Anmeldung

PRAXISTAGE CONTENT MARKETING

9./10. April 2019, Köln

Zu folgenden Konditionen können Sie sich zu den Praxistagen  
CONTENT MARKETING anmelden:

<b>FRÜHBUCHERPREIS</b>	bis zum 6. März	für einen Tag: 450 €	für zwei Tage: 850 €
<b>PREIS BEI ANMELDUNG</b>	ab 7. März	für einen Tag: 500 €	für zwei Tage: 950 €
<b>VOLLPREIS</b>	ab 20. März	für einen Tag: 550 €	für zwei Tage: 1.050 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: [scm-praxistage.de/agb](http://scm-praxistage.de/agb)

## ANMELDUNG UNTER:

[SCM-PRAXISTAGE.DE/CONTENT-MARKETING](http://SCM-PRAXISTAGE.DE/CONTENT-MARKETING)

[INFO@SCMONLINE.DE](mailto:INFO@SCMONLINE.DE)

**FAX: +49 30 479 89 800**



**IHRE ANSPRECHPARTNERIN**  
Veranstaltungskoordination  
Désirée Böhm  
T: +49 (0) 30 479 89 789  
F: +49 (0) 30 479 89 800  
[desiree.boehm@scmonline.de](mailto:desiree.boehm@scmonline.de)

**VERANSTALTUNGSORT**  
The New Yorker Hotel  
Deutz-Mülheimer Str. 204  
51063 Köln

**VERANSTALTER**

**[SCM]** School for  
Communication and  
Management

SCM - School for  
Communication and Management  
Lehmbruckstraße 24  
10245 Berlin

[info@scmonline.de](mailto:info@scmonline.de)  
[www.scmonline.de](http://www.scmonline.de)  
[www.scm-praxistage.de](http://www.scm-praxistage.de)

UNSERE PARTNER:



# Deshalb sollten Sie die Praxistage Content Marketing nicht verpassen:



Erfahrene Praktiker und Referenten geben Ihnen Einblicke in verschiedene Aspekte des Content Marketing. Sie erweitern Ihr Wissen rund um Strategien, Prozesse und Tools. Praxisbeispiele zeigen, wie Content Marketing strategisch, nachhaltig und wertschöpfend in Unternehmen verankert wird.



Sie treffen auf Mitarbeiter aus den verschiedensten Branchen, die Content Marketing in ihrem Unternehmen erfolgreich umsetzen möchten. In diesem Rahmen können Sie Ihr fachliches Netzwerk erweitern und die eigene Arbeit und Planung zusammen mit den Teilnehmern diskutieren und reflektieren. Für einen angenehmen Austausch ist die Teilnehmerzahl auf 60 Personen begrenzt.



Anhand von Keynotes und Best Cases vermitteln Experten renommierter Unternehmen und Agenturen wertvolles Praxiswissen und geben Einblicke in ihre Arbeit. In Workshops werden verschiedene Themen vertieft und durch praktische Übungen veranschaulicht. Damit Sie Ihre persönlichen Schwerpunktthemen vertiefen können, haben Sie bei jeder Workshop-Session die Auswahl zwischen zwei Themen.

Eine einfache Rechnung:

2 Keynotes + 4 Best Cases + 6 Workshop-Sessions

+ Raum für Austausch & Vernetzung

= 13 gute Gründe, unsere Praxistage zu besuchen!