



Pressemitteilung

Content Marketing – Vom Buzzword zur Wertschöpfung

Content World, 12. bis 13. Oktober 2015, Frankfurt am Main

Frankfurt am Main, 12. August 2015: Content Marketing beherrscht als Buzzword längst die Diskussionen. Obwohl – oder gerade weil – es von einem großen Hype umgeben ist, herrscht in vielen Unternehmen viel Unsicherheit. Was „dran“ ist an diesem Trend und wie Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette des Content Marketings erfolgreich nutzen können, das steht im Mittelpunkt der Content World 2015. Die erste internationale Content-Marketing-Konferenz und Expo findet am 12. und 13. Oktober 2015 im Radisson Blu Hotel Frankfurt statt. Veranstaltet wird die zweitägige Konferenz von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

„Die Welt des Marketings verändert sich nachhaltig. Werbefloskeln und störende Banner werden von Kunden zunehmend ignoriert. Im Gegenzug werden Storytelling, Erlebnis und relevante Information immer wichtiger. „Content Marketing“ ist nicht nur ein Buzzword, sondern eines der wichtigsten Tools im Kommunikations-Mix eines Unternehmens. Die Content World bringt mit einem einzigartigen Konzept die Hochkaräter vieler Branchen zusammen: die Marketeers und die Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen, die Agentur-Gurus sowie die Spezialisten in den Verlagen. Mit der Content World und unserem erstklassigen Programm wollen wir allen Interessierten einen Weg in die neue Welt der Kommunikation aufzeigen.“ sagt Ioana Sträter, Geschäftsführerin, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Fundierte Know-how, spannende Best Practices und exklusive Einblicke in die gesamte Wertschöpfungskette des Content Marketings geben u.a. Corinna Kühn (eBay), Sabrina Cornelius (Porsche), Carsten Hendrich (Zalando), Franziska Düchting und Magnus Kleditzsch (Vodafone) sowie Lukas Kircher (C3 Creative Code and Content) und Ulf Heyden (The Huffington Post).

Der erste Konferenztag fokussiert die Teilbereiche Content Strategy, Creation, Curation und Community Building. Im Mittelpunkt dieses und des folgenden Tages stehen neben dem Plenum je drei parallel ablaufende Stages, auf welchen die jeweiligen Schwerpunktthemen von allen Seiten ausgeleuchtet werden.

Eine der drei Stages am 1. Tag widmet sich dem Thema „Community Building“. Moderator Frank Puscher wird unter anderem die Instagram-Bloggerin Rebecca Heigl vorstellen, die sich unter ihrem Instagramnamen @dyedblondpony erfolgreich zur Medienmarke für Ernährung, Fitness und Mode entwickelt hat. Weiterhin wird YouTube-Star darkviktory mit dabei sein – bei den Webvideodays 2015 wurde sein Film „Tubebclash“ zum Video des Jahres gekürt. Er konnte in drei von zwanzig Kategorien gewinnen und war somit der Abräumer des Abends. Community Building mit den sogenannten Influencern – ein Zweig, der immer relevanter wird!

Zum krönenden Abschluss des ersten Kongresstages folgt dann noch ein echter Höhepunkt: Management Forum, die absatzwirtschaft und MEEDIA verleihen zusammen mit ihrem Knowledge-Partner Textprovider erstmals den Deutschen Content Marketing Preis. Dieser wird in den fünf Kategorien „Content Strategy“,



„Creation and Curation“, „Production“, „Distribution“ sowie „Monitoring and Performance“ an Unternehmen verliehen, die mit vorbildlichen Content Marketing Kampagnen überzeugen konnten.

Die Themen der Stages am zweiten Kongresstag lauten „Content Distribution“, „Content Monitoring“, „Content Production“ und „Start-up“. Die Start-up Stage präsentiert der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, der das Thema des „Corporate Publishing“ aufgegriffen hat.

„Ich bin gespannt auf die Content World und, wenn es heißt „Start-up go Corporate“, wenn Start-ups aus dem Start-up-Club des Börsenvereins und erfahrene Marketeers bei der Frage, was alles mit und aus Content entstehen kann, aufeinandertreffen. Ein bisschen ist es ja wie in der Chemie: Wird es zu interessanten und produktiven Stoffgemischen kommen? Was diffundiert wohin? Gibt es Verschmelzungen oder verdampft alles nur? Und genau für solche Reaktionen ist die Content World die richtige Bühne, weil hier die verschiedenen Elementarteilchen zusammenkommen“, so Dorothee Werner, Leitung Unternehmensentwicklung beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Für das Abschlussplenum konnten unter anderem Robert Rose, Chief Strategy Officer beim renommierten Content-Marketing-Institute in Cleveland und Sascha Stoltenow, Director Script Communications + Public Communications für spannende Vorträge mit Blick in die Zukunft gewonnen werden.

Parallel zum Programm präsentieren Aussteller auf der begleitenden Messe „Content Expo“ neueste Technologien, Lösungen und Trends.

Die Content World wird unterstützt von Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Forum Corporate Publishing, Frankfurter Buchmesse, Heinold Spiller und Partner und Holger Ehling Media. Informationen über Themenschwerpunkte, Partner der Veranstaltung sowie Teilnahmebedingungen sind verfügbar unter: www.contentworld-forum.com

Kontakt:

Isabelle Fuhrmann
Marketing Managerin Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50
D-60322 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69 24 24-47 73
fuhrmann@managementforum.com | www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH gehört zu den führenden deutschen Anbietern von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Unter dem Motto „Excellence in Business Information“ bietet Management Forum Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung.

Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern stehen die Events von Management Forum für 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.