

AKTUELLE
TRENDS IM

**INFLUENCER
MARKETING**



JETZT SCANNEN
UND TEILNEHMEN!

DIGITALE FACHTAGUNG

**12. JANUAR 2022
09:00 - 14:00 UHR**

09:00 – 09:05 Uhr

Begrüßung durch Tagungsmoderatoren

Prof. Dr. Claudia Gerhards & Luis de la Roza, Hochschule Düsseldorf

09:05 – 09:10 Uhr

Grußwort

Prof. Dr. Astrid Lachmann, Dekanin des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften,
Hochschule Düsseldorf

PROFESSIONALITÄT & IMAGE

09:10 – 09:30 Uhr

Was zeichnet ‚gutes‘ Verhalten von Influencern bei Werbekooperationen aus? Ergebnisse einer Befragung von Agenturen

Prof. Dr. Claudia Gerhards, Studiengangsleiterin, Hochschule Düsseldorf

09:30 – 09:50 Uhr

Influencer als ‚dirty workers‘? Wie klassische Content-Produzenten und angehende Kommunikationsmanager Influencer sehen

Studierende des Bachelor-Studiengangs Kommunikations- und Multimediamanagement,
Hochschule Düsseldorf

INFLUENCER BRANDS

09:50 – 10:10 Uhr

*Wie Influencer eine eigene Brand werden:
Eine Zeitreise der Karrieren von ‚Cita Maass‘ und ‚Millane Friesen‘*

David Völler, Founder & CEO, ALL IMPACT – artist management (Köln)

10:10 – 10:30 Uhr

Influencer meets Marke: Co-Creation bei Instagram Brands im Beautybereich am Beispiel von Jessica Paszka meets Rosental

Ravi Walia, CEO, RAVIWALIA – Social Media & Influencer Marketing Agentur (Düsseldorf)

10:30 – 10:50 Uhr

Wie ein Buchverlag Influencer in der Co-Creation unterstützen kann

Mirka Uhrmacher, Programmleiterin, Riva Verlag (München)

10:50 – 11:10 Uhr

Nachhaltiges Künstler:innen Management: Warum es wichtig ist, Nein zu sagen

Felix Hummel, Co-Founder & Co-CEO, YilmazHummel (Berlin)

PERFORMANCE MANAGEMENT MIT NEUEN DATA TOOLS

11:10 – 11:30 Uhr

Deep Data Insights – Analyse und Vorhersage der Werbewirkung von (Influencer-) Kampagnen mit dem Softwaretool BrandAid

Karin Immenroth, Chief Data & Analytics Officer, Ad Alliance (Köln)

11:30 – 11:50 Uhr

Influencer Performance Advertising: Die Möglichkeiten von Branded Content als Marke nutzen

Danny Trapp, CEO, OnlineDialog – Agentur für digitale Kommunikation (Düsseldorf)

Andreas Mainka, Teamhead Social Media Marketing, OnlineDialog – Agentur für digitale Kommunikation (Düsseldorf)

INFLUENCER WOLLEN MEHR SEIN ALS WERBEBOTSCHAFTER

11:50 – 12:15 Uhr

Nachhaltig verändern: Wie Reichweite glaubwürdig und authentisch genutzt und auf Hatespeech reagiert werden kann

Louisa Dellert, Influencerin/ Moderatorin/ Unternehmerin (Berlin)

TIKTOK

12:15 – 12:35 Uhr

TikTok als ethische und rechtliche Herausforderung

Dr. Martin Gerecke, M.Jur./ Principal Counsel/ Rechtsanwalt/ Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz/ Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, CMS Deutschland (Hamburg)

12:35 – 12:55 Uhr

Vertical Video und das Potential von Creator Houses

Magnus Folten, Creator Marketing, wecreate Germany (Hamburg)

12:55 – 13:15 Uhr

Durch TikTok zum Instagram Erfolg? – Influencer Marketing mit Doppel-Erfolg

Marie Walowsky, Head Of Campaign Management, Lookfamed (Göttingen)

LIVE CONTENT

13:15 – 13:35 Uhr

Wieso Twitch nach Gaming & Esports jetzt auch Unterhaltung revolutioniert

Alex Turtschan, Director Digital Accelerator, Mediaplus Gruppe (München)