Boris Eldagsen | Freelancer für Digitales Marketing

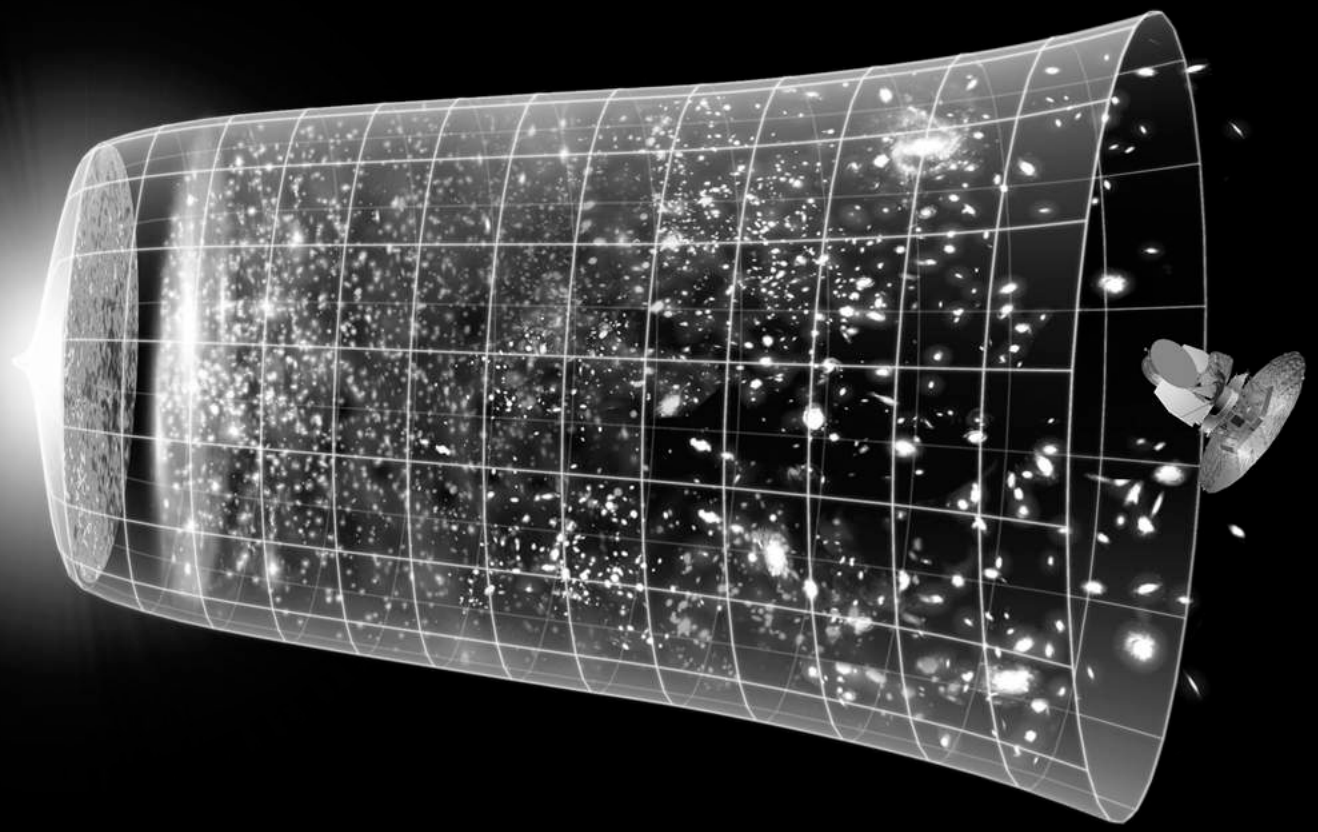
Portfolio 2020

Überblick

Über 03
Marken 05
Agenturen 06
Lehraufträge & Lectures 07

SOCIAL MEDIA STRATEGIE & CONTENTFORMATE 08
HYBRIDE EVENTS 18
INTEGRIERTE KAMPAGNEN 24
DIGITALE KAMPAGNEN 28
WISSENSVERMITTLUNG 32

Kontakt 35



…ist kreativer IDEENGEBER für

DIGITALE & INTEGRIERTE KAMPAGNEN
SOCIAL MEDIA
HYBRIDE EVENTS

und STRATEGE für **DIGITALES MARKETING**.

smmmi
...gewinnt
Ihre **PITCHES**:
2015: **41%**
2016: **50%**
2017: **60 %**
2018: **55%**
2019: **52%**

Marken

B2C B2B

AUDI * VOLKSWAGEN * VW GROUP * SKODA * OPEL * JAGUAR * BMW * MINI * HYMER
SENNHEISER * PANASONIC * GRAVIS
STIEBEL ELTRON * VORWERK * BOSCH * BUDERUS
LIDL * KAUFLAND * MILKA * BLU * RED BULL * EMMI * FRESSNAPF * HASSERÖDER
DEUTSCHE BAHN * AIRBUS * LUFTHANSA MILES&MORE * TRIPADVISOR
EUROVISION SONG CONTEST * PROMI BIG BROTHER
SAT.1 * NDR * ZDF * RBB * ARTE * SIXX * DMAX * TLC * WALT DISNEY JOIZ * FUNK * EA
T-COM * SWISSCOM * KPN
e.ON * AEG POWER SOLUTIONS * CANADIAN SOLAR * LEKKER STROM * TRANSNETBW
BUNDESKUNSTHALLE BONN
DEUTSCHES WISSENSCHAFTSJAHR * DEUTSCHE FOTOGRAFISCHE AKADEMIE
SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM * METROPOLE RUHR * LAND THÜRINGEN * HAMBURG AHOI
IHK KOBLENZ * SOS KINDERDÖRFER
LOTTO BERLIN * QUIRIN BANK * POSTBANK * DEUTSCHE BANK
BASF * BAYER * MERCK SERONO * MSD * SIEMENS HEALTHINEERS
PROVINZIAL * ARAG
GRIMME * SPIES HECKER * REMMERS
SCHWARZKOPF
THALIA * MONTBLANC
HEAD

Agenturen

HAMBURG | KNSK
De La Social
VOK DAMS
Vagedes & Schmid
Trurnit Gruppe
CE+Co

DRANTUM | Kaapke

BERLIN | razorfish
Webguerillas
TLGG
GUD
We Are Social
Saatchi & Saatchi pro
De La Social
insglueck
Buddybrand
ressourcenmangel
Aimaq von Lobenstein
Aperto
mediaworx
ID – media
zweimaleins
zayazza
Lawinenstift
Dot-Gruppe
BIG SUN
torius

DÜSSELDORF | Saatchi & Saatchi
Publicis Healthcare
MRM McCann
Digital District
BIG SUN

WUPPERTAL | VOK DAMS

KÖLN / BONN | EndemolShine
OSK
Die Medialen
blackspark.digital

LEIPZIG | ressourcenmangel

FRANKFURT | MRM McCann
VOK DAMS
spark 44
razorfish
d&b interactive

SCHWÄBISCH HALL | marbet

STUTTGART | Eventuality

SAN FRANCISCO | R/GA
NEW YORK | R/GA

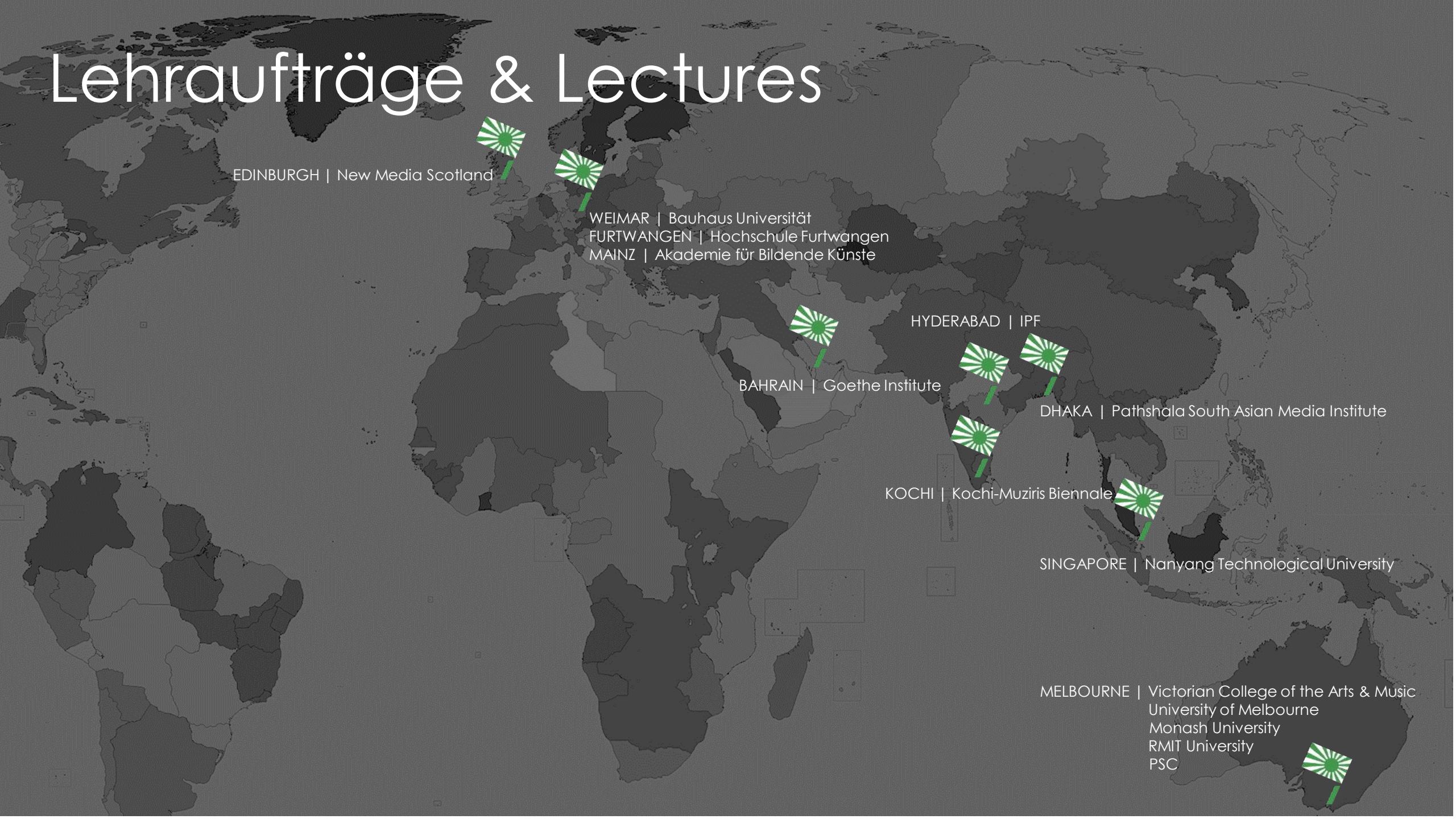
WIEN | seso media group

FREIBURG | Virtual Identity

MÜNCHEN | We Are Social
Virtual Identity
Ray Sono
Successnet
C3 / Wunder Media

ZÜRICH | Scholz & Friends

Lehraufträge & Lectures



SOCIAL MEDIA STRATEGIE & CONTENT FORMATE

Promi Big Brother

Social Media Strategie & Content-Formate
KUNDE | SAT.1 & sixx
AGENTUR | Big Sun, Berlin & EndemolShine, Köln
2019

Für Promi Big Brother entwickelte smmmi die Social Media Strategie, und die abgeleiteten Content-Formate für die Facebook, Insta und Twitterkanäle von PromiBB, SAT.1 und sixx.

Promi Big Brother war **DAS Reality-Format des Sommers 2019** mit Einschaltquoten zwischen 17 und 20% bei den 14- bis 49-Jährigen.

In den Social Media Kanälen erreichte das Format eine Verdoppelung von Reichweite und Engagement.

Facebook Höchstwerte:
- Organische Post-Reichweite: 2.3M mit 300K eingebundenen Fans

Instagram Höchstwerte:
- Posts-Reichweite: 1.5 M
- Stories-Reichweite: 116K
- 90% der Reichweite war organisch (Steigerung von 50% zum Vorjahr)

Twitter:
- Höchstwert Impressionen: 55K

Gewonnener Pitch

PR für grüne Daumen

Social Media Strategie & Contentformate
KUNDE | Gartenbauverband Berlin-Brandenburg
2019

Der Gartenbauverband Berlin-Brandenburg zeigte 6 Monate lang, was seine Mitglieder drauf haben: Auf der **Landesgartenschau in Wittstock** und auf Facebook & Instagram.

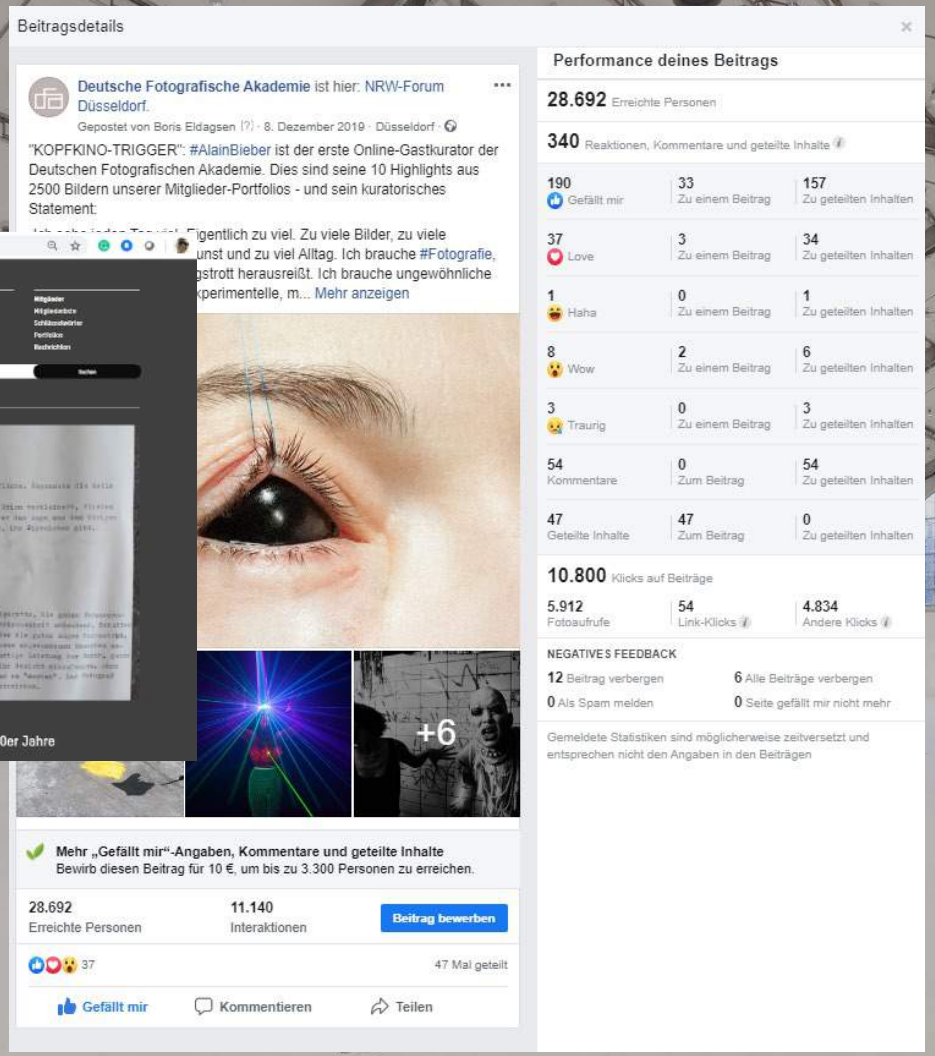
smmmi entwickelte eine Facebook-Gruppen-Strategie, durch die Posts eine organische Reichweite von 10.000 - 23.500 erzielten – das 100-fache der normalen Reichweite.

Für Instagram entwickelte smmmi eine lokale Hashtag-Strategie, die die Zielgruppe in der Region anspricht.

Gewonnener Pitch

Influencer kuratieren DFA

Online-Plattform & Influencer Social Media Strategie
KUNDE | Deutsche Fotografische Akademie
2019



Deutschlands einzige Vereinigung von Fotokünstlern wird 100 Jahre alt. Ein guter Zeitpunkt, um in die Digitalisierung zu investieren und die Weichen für das kommende Jahrhundert zu stellen.

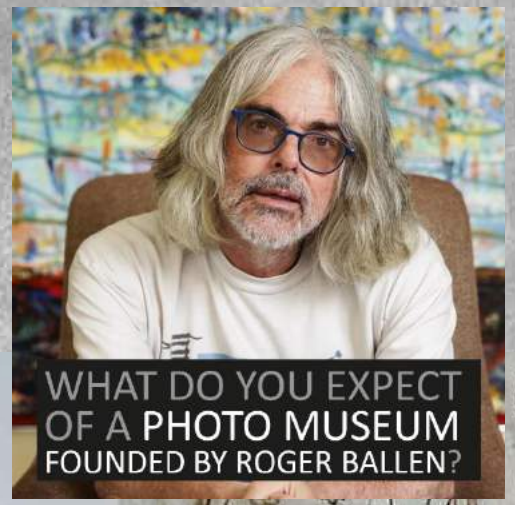
Zur Jubiläumsausstellung in den Deichtorhallen Hamburg konzipierte smmmi eine neue Online-Plattform, die es Gastkurator*innen ermöglicht, durch Keywords die Portfolios der DFA-Mitglieder*innen zu erschließen. Jeder Gast trifft eine Auswahl von 10 Lieblingsbildern, die über Facebook-Gruppen und Instagram-Hashtags verbreitet werden – und fertig ist die Influencer-Strategie.

Die Facebook-Posts erzielen dadurch eine Reichweite von 20.000 bis 29.000.

Gewonnener Pitch

I fink u freeky

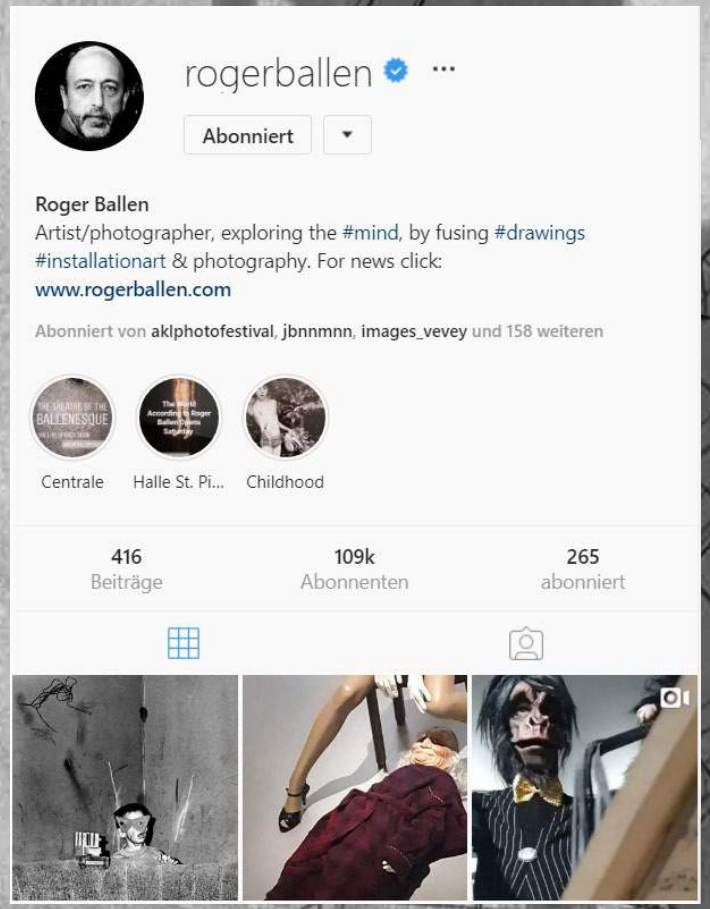
Social Media Strategie & Content-Formate
KUNDE | Roger Ballen, Johannesburg
2019



Seit Sommer 2018 berät smmmi den Fotokünstler Roger Ballen in Social Media. Roger ist als Übervater der südafrikanischen Kultband „Die Antwoord“ bekannt, die ihr Image von seinen Arbeiten abgeleitet haben.

smmmi entwickelte eine Kampagne für sein demnächst eröffnendes Fotomuseum in Johannesburg, erstellte eine Instagram-Strategie und die Insta-Stories / Story-Archive zweier großer Ausstellungen in Paris und Brüssel.

Dadurch erreichten wir 6-stellige Reichweiten und bis zu 15.000 Likes.



Remmers

B2B Social Media Strategie
KUNDE | Remmers
AGENTUR | KAAPKE, Oldenburg
2019

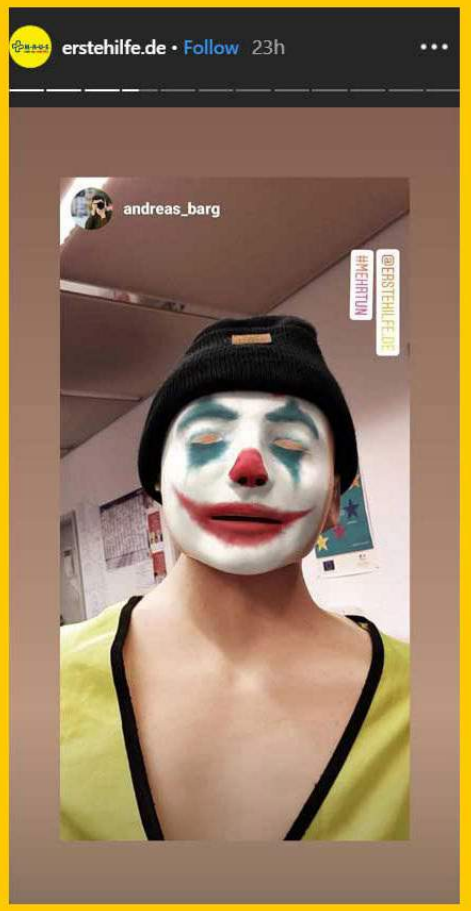
Das niedersächsische Baustofftechnik-Unternehmen Remmers vertreibt europaweit Produkte für die Bauzuliefer-, Holzfarben- und Holzlackindustrie. Die Internationalisierung erfordert den strategischen Ausbau der Social-Media-Tätigkeiten. Was fehlte, war ein Grobkonzept.

Remmers wandte sich an die Agentur KAAPKE, Spezialist für B2B und German Brand Award Winner 2019. KAAPKE wandte sich an smmmi und zusammen gewannen wir den Pitch.

Gewonnener Pitch

Spark AR x Resusci Anne

Social Media Kampagne
KUNDE | M-A-U-S Erste-Hilfe-Seminare, Karlsruhe
2019



Für den bundesweiten Erste-Hilfe-Kurs-Anbieter MAUS entwickelte smmmi eine Instagram-Kampagnen-Strategie. Zielgruppe waren zukünftige Führerschein-Bewerber*innen zwischen 15 und 18 Jahren.

Im Zentrum der Posts steht die Wiederbelebungs-puppe „Little Anne“, die mit Spark AR Facefilter verändert wird – und ein Wettbewerbsaufruf, durch den die Kursteilnahmegebühr zurückgewonnen werden kann.

Um zu gewinnen, müssen die Teilnehmer*innen Anne mit einem AR-Facefilter fotografieren, MAUS taggen, und als Story teilen.

Dadurch bekommt MAUS eine Reichweite im Freundeskreis der Teilnehmer. MAUS repostet die Teilnehmer-Stories als eigene Insta-Story und spart sich eigenen Story- Content.

Gewonnener Pitch

Teddy zeigt wie’s geht!

Social Media Content Format
KUNDE | ZDF, “Nachtschicht”-Krimiserie
AGENTUR | networkmovie, Köln & BIG SUN, Berlin
2018

Seit 10 Jahren läuft im ZDF einmal jährlich die Lars Becker Krimiserie „Nachschicht“: Hamburg, Reeperbahn, Kult! Mit Armin Rhode, Barbara Auer, Minh-Kai Phan-Thi und Tedros „Teddy“ Teclebhran als Kommissare – und der Creme-de-la-creme der deutschen Schauspielszene als Täter.

smmmi entwickelte Strategie und Ideen für die begleitende Social-Media-Kampagne. In kurzen behind-the-scenes führt Teddy (selbst Comedian und YouTube-Star) mit einem Augenzwinkern über den Set und zeigt allen wie‘s geht!

Gewonnener Pitch

Level Up!

Pitch: durchstarter.de
KUNDE | IHK Koblenz & Ruhr
AGENTUR | Endemol Shine, Köln & BIG SUN, Berlin
2018

Dem Handwerk fehlt der Nachwuchs!
smmmi half der IHK mit einer groß-angelegten Zielgruppenanalyse und einer strategischen Neuausrichtung:

Mobile Only & Gaming First!

HYBRIDE EVENTS

myblu Festival-Sommer

Social Media Event-Kampagne
KUNDE | myblu (Reemtsma)
AGENTUR | Das Kartell, Berlin
2019

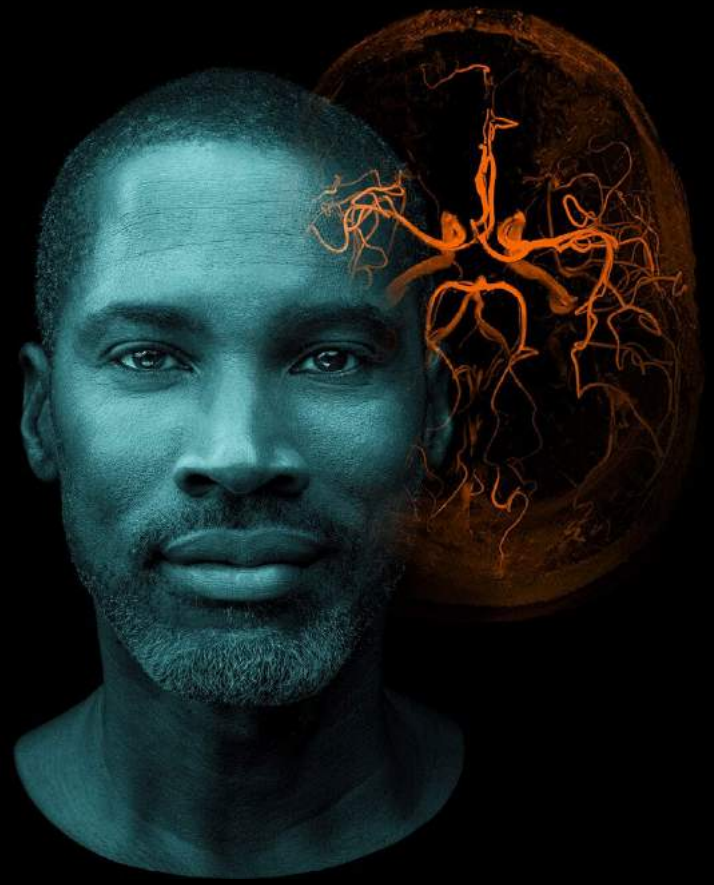
Nach Einführung der neuen E-Zigarette myblu startete Reemtsma mit „Das Kartell“ eine große Sommerkampagne.
smmmi lieferte Ideen für das Social-Media-Konzept des myblu-Festival-Sommers 2019.

Healthineers

B2B Eventkonzept-Check
KUNDE | Siemens Healthineers
AGENTUR | marbet, Schwäbisch Hall
2019

marbet entwickelte einen hybriden B2B Event für Siemens Healthineers und wollte das Konzept auf seine digitalen Stärken und Schwächen geprüft haben.

Für die fünftbeste Agentur im Event-Kreativranking 2018 hat smmmi gerne eine Einschätzung und neue Impulse gegeben.



Hymer

B2B Eventkonzept
KUNDE | Hymer
AGENTUR | Eventuality, Stuttgart
2019

Eventuality pitcht einen hybriden B2B-Event für Hymer, den „Mercedes unter den Wohnmobilherstellern“. In einem Brainstorming hat smmmi der Agentur kreative Impulse und Vorschläge für den richtigen Speaker gegeben.

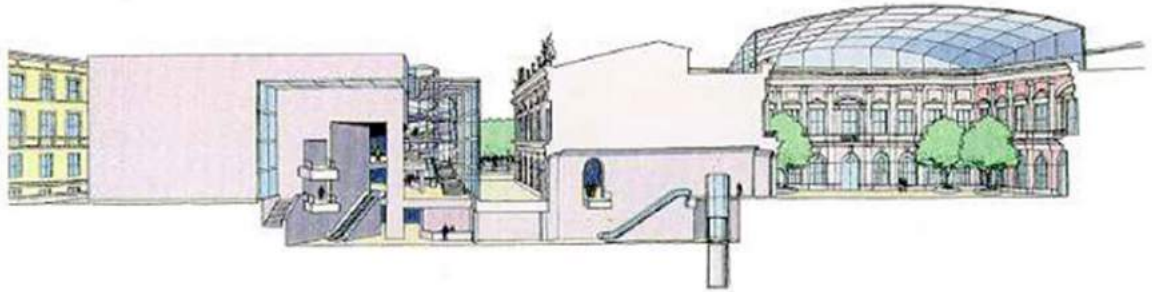
The Future of Airbus

Hybrider Event
KUNDE | Airbus
AGENTUR | insglueck, Berlin
2017/18

Airbus lädt nach Einsetzung der neuen Bundesregierung zum **Networking-Empfang** ins Deutsche Historische Museum in Berlin.

Aufgabe war es, den roten Faden zu erzählen, der die Innovationen von Airbus begreifbar macht und weitere Investitionsmittel frei macht. Die Herausforderung bei diesem Event bestand darin, dass die User Journey eigentlich umgekehrt verlief. Man betrat den Gebäudekomplex durch den Pei-Bau um dann im barocken Schlütersaal zu enden.

smmmi hat eine Lösung gefunden.



150 Years Deutsche Bank

Hybrider Event
KUNDE | Deutsche Bank
AGENTUR | insglueck, Berlin
2017

Die Aufgabe: Entwickle für 2020 einen "global digital one-day event with Frankfurt taking centre stage and involvement of all major international hubs of Deutsche Bank."

Kein Problem!
smmmi dachte außerhalb konventioneller Veranstaltungen, konzipierte einen **dezentralen Jubiläumsevent** über die ganze Stadt, und vermischten Elemente aus der langen Nacht der Museen mit gängigen Jubiläumsformaten und internationalen Live-Streamings

INTEGRIERTE KAMPAGNEN

Metropole Ruhr DNA

Crossmediale Image-Kampagne
KUNDE | Metropole Ruhr
AGENTUR | KNSK Hamburg
2019

Bundesländer und Regionen konkurrieren um Fachkräfte.

Aufgabe war es, die Kernidee einer Imagekampagne zu finden und zu zeigen, worin die Stärke der Metropole Ruhr besteht.

Lösung: Als ältestes Ballungsgebiet des Landes, lebt die Region Vernetzung - seit Beginn der Kohleindustrie. Sich dessen bewusst werdend, verlängert sie diese Kompetenz in die Zukunft, und besetzt den Megatrend #connectivity.

„Die Metropole Ruhr macht's vor: Die Zukunft ist vernetzt."

Gut leben?

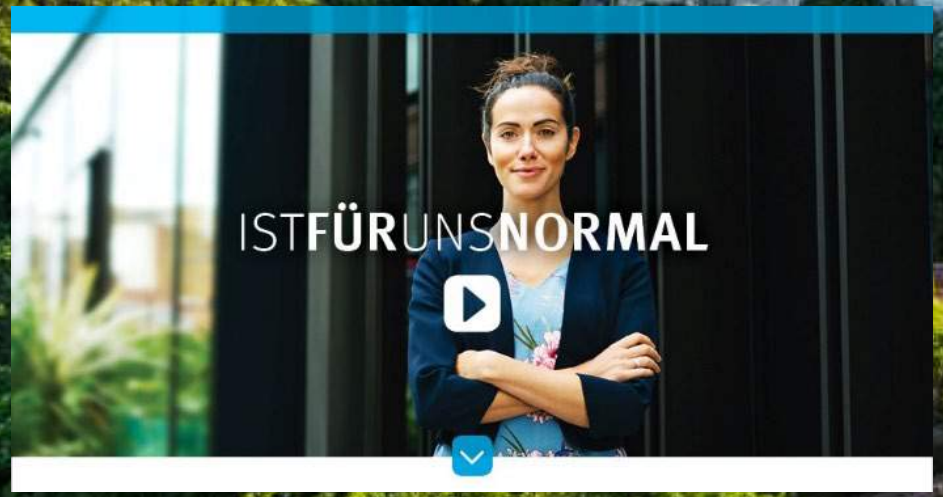
Crossmediale Image-Kampagne
KUNDE | Land Thüringen
AGENTUR | KNSK Hamburg
2019

Thüringen geht es gut, wird im Wettbewerb der Länder um Fachkräfte aber nicht wahrgenommen.

Die Lösung:

Alle wollen Work-Live-Balance. Und stellen damit Arbeit und Leben als Gegensätze dar. Aber THÜRINGEN denkt weiter. Thüringen definiert Arbeitszeit und Freizeit als zwei sich gegenseitig befruchtende Lebensbereiche.

Ist doch normal, oder?



Dreiklangsdimensionen

Crossmediale Image-Kampagne rbb kultur
KUNDE | rbb kulturradio
AGENTUR | GUD, Berlin
2018

Der rbb relauncht sein Kulturradio und smmmi übersetzt die inhaltliche Ausrichtung der Image-Kampagne in Kultur.

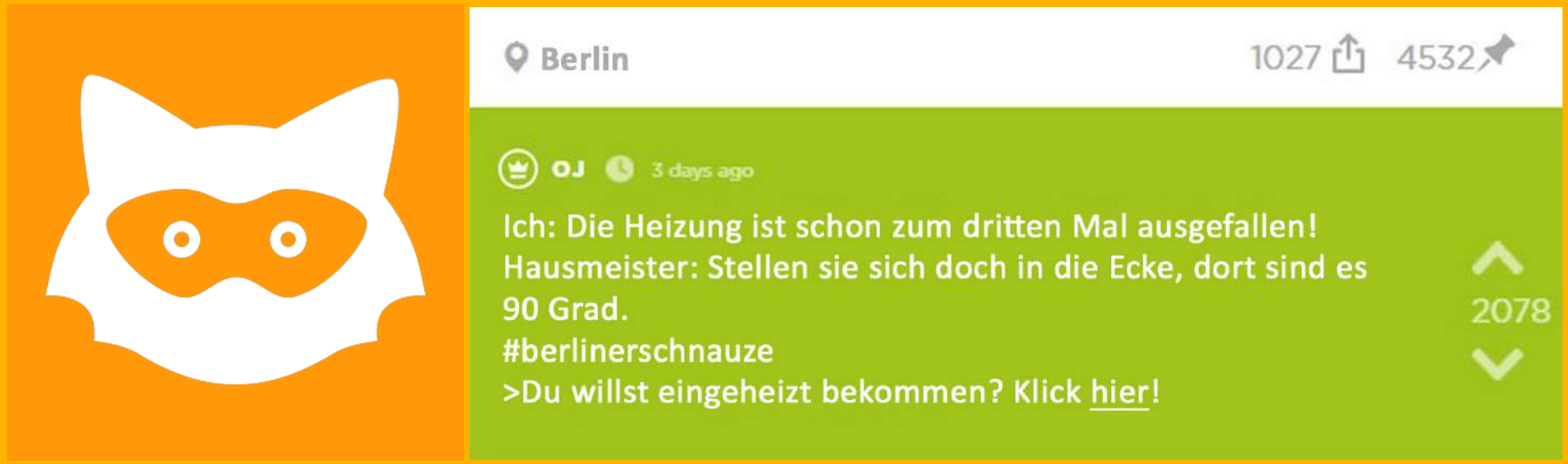
DIGITALE KAMPAGNEN

Jodel dich heiß!

Digitale Kampagne
KUNDE | Buderus
AGENTUR | DAMM & BIERBAUM Interactive, Frankfurt
2018

Buderus sucht verzweifelt einen neuen Touchpoint, um mit dem Shazam-Stunt des Konkurrenten Viessmann mitzuhalten.

smmmi fand ihn: Jodel.
Und konzipierte gleich drei verschiedene Kampagnenansätze inklusive Jodel-Werbeanzeige.



Eurovision Song Contest

Social Media Strategie und Kampagne
KUNDE | Eurovision DE / NDR
AGENTUR | Endemol Shine, Köln & BIG SUN, Berlin
2018

Für den deutschen Vorentscheid des ESC wurden mit nicht mal 14 Tagen Vorlaufzeit

- die komplette Kampagne von Strategie, Konzept bis hin zur Umsetzung gebracht
- einheitliche Standards für die Crosspromotion entwickelt
- 3 Content-Formate erstellt, die bei der Community positiv wahrgenommen wurden
- 38 Posts auf Instagram, 14 Posts auf Facebook und 18 Tweets auf Twitter umgesetzt
- 71 Gruppen auf Facebook mit unseren Inhalten bespielt.

Die Kampagne erreichte alle Ziele und wurde begeistert von der Community aufgenommen.

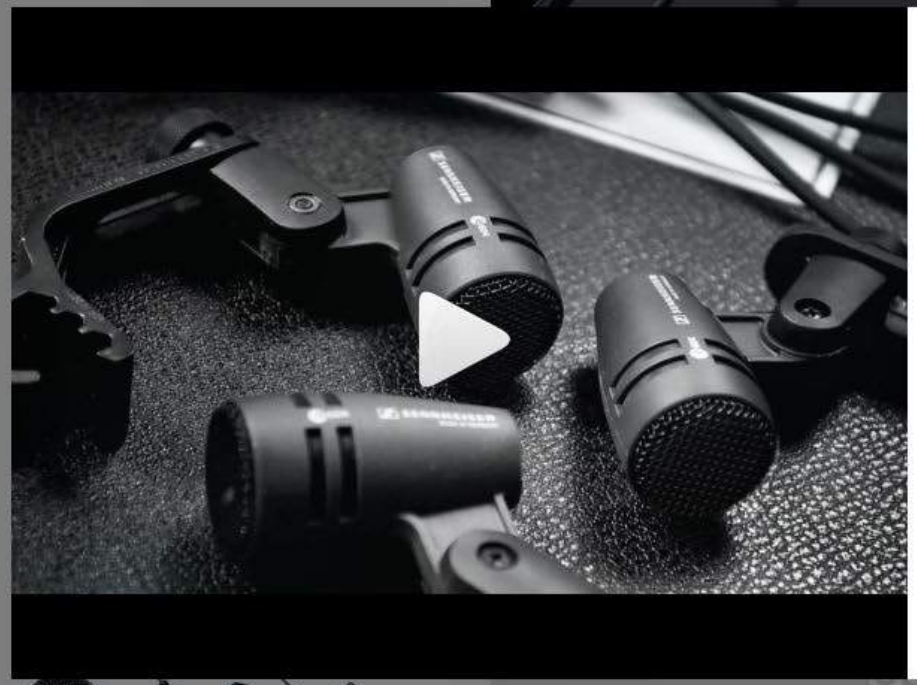
Gewonnener Pitch

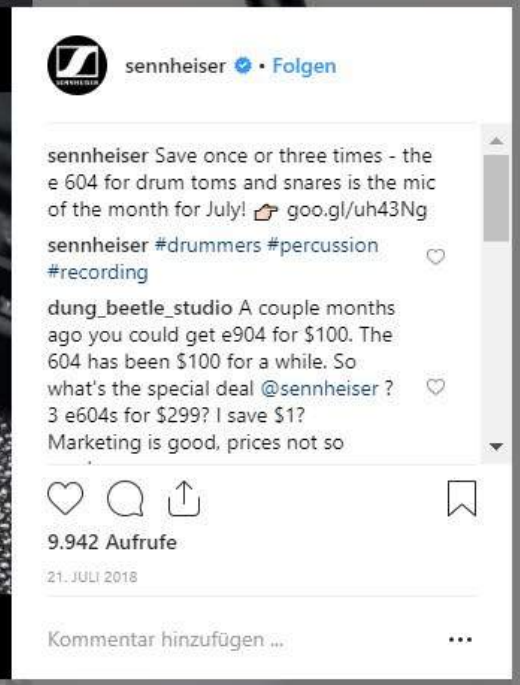
d.maier13.official Beste Werbung 🤩 Ich muss immer schmunzeln wenn ich eure letzten Bilder sehe. Starke Social Media Abteilung. Probz gehn raus 💪💪💪💪🎼🎤

eurovision_de @d.maier13.official das freut uns ☺

20 Years Evolution

Social Media Strategie und Kampagne
KUNDE | Sennheiser
AGENTUR | torius, Berlin & BIG SUN, Berlin
2018





SENNHEISER feiert das 20jährige Bestehen seiner Mikrofon-Reihe „evolution“ mit einer digitalen Kampagne in neun Ländern.

Für die von März bis Dezember 2018 laufende Kampagne konzipierten smmmi die Social Media Strategie und die Kampagnen-Mechanik.

Gewonnener Pitch

WISSENSVERMITTLUNG

Pimp up your posts

Vortrag & Workshop
PhotoWerkBerlin
2017 - heute

Workshop
GOETHE INSTITUT | Gulf-Region
2017

GOETHE-INSTITUT
GULF REGION
المركز الثقافي الألماني

Ein Crashkurs im Sopcial Media Marketing.
Zielgruppe: KMUs.
Fokus: Instagram & Facebook.

Kreativität in der Markenführung

Uni-Seminar
HOCHSCHULE FURTWANGEN | Fakultät für digitale Medien
2012 - 2016

Vortrag
BAUHAUS UNIVERSITÄT WEIMAR | Fakultät Medien
2013

Für Studierende der Studiengänge:

- OnlineMedien
- Medieninformatik
- Medienkonzeption
- Medienmanagement

Kontakt

Boris Eldagsen
Freelancer für Digitales Marketing

+49 151 412 59 888
boris@smmmi.de
www.smmmi.de

Mitglied in der ersten digitalen Genossenschaft für Selbstständige, Freelancer und Unternehmer: www.czywrk.com

Bis Ende 2019 arbeitete Sabine Taeubner noch bei einigen Projekten mit.