

## **Kurz-CV / Stand 01.2017**

**Martin Widenka** ist seit Januar 2017 Head of Social Media Continental Europe bei Thomas Cook. Seit über vier Jahren verantwortet er zudem den Bereich Social Media bei Thomas Cook / Neckermann Reisen in Deutschland. Schon frühzeitig setzte er bei dem Reiseveranstalter auf das Fotonetzwerk Instagram und organisierte etwa Instagram Photowalks. Im April 2014 war er einer der ersten Marketeers, der in Deutschland mit einer YouTuberin kooperierte. Die Videos mit Neckermann Reisen-Integration erreichten über 10 Mio. Views auf dem YouTube-Kanal von BibisBeautyPalace. Zudem wurde Bibi in die klassische TV-Kampagne von Neckermann Reisen integriert. Horizont.net bezeichnet die Kooperation zwischen Bibi und Neckermann als „Vorzeige-Case“, Spiegel Online gar als „stilbildend“.

Vor seinem Quereinstieg in die Touristik arbeitete Martin Widenka als Markenberater und Kreativstrategie bei Endmark, BBDO und Saatchi & Saatchi in Deutschland und Indonesien.

Martin Widenka lebt Social Media. Auf Instagram folgen ihm 75.000 Personen, seine Hashtag-Kreation #basicgermanwords wurde mehr als 13.000 Mal von Instagrammern weltweit genutzt und von Instagram selbst als DER „trending hashtag“ der EMEA-Region ausgezeichnet. In Frankfurt hat er die Instagram-Community aufgebaut und veranstaltet regelmäßige Instameets. Im November 2016 wurde er für die Organisation und Durchführung des #WWIM13FRA mit dem Frankfurter Tourismuspreis ausgezeichnet.