

OnLine

MARKETING-GIPFEL

28./29. April 2009 · Dorint Pallas Hotel · Wiesbaden

Digitale Kanäle im Marketingmix – Die wichtigsten Instrumente für Ihren Erfolg

DIE ZENTRALEN THEMENFELDER

- » **Online Marketing Future Compass:** Thesen, Trends, Prognosen 2009
- » **Best Practice:** Die erfolgreichsten nationalen und internationalen Online-Marketingstrategien werbetreibender Unternehmen
- » **Online Werbung 3.0:** Die 3. Generation oder Werberevolution im Netz?
- » **Webtrends Intelligence:** TV meets Web, Bewegtbildmarketing, Audio und Blogs – Die Werbewelt der unbegrenzten Möglichkeiten
- » **Mobile- und Bluetooth-Marketing intelligent eingesetzt:** Die Top Kampagnen in Deutschland und Europa!
- » **Online Marketing Controlling:** Budgets optimal nutzen!
- » **Cross Selling:** „Alte“ Kunden neu binden, how to do it?
- » **Social Media Marketing:** Mikro-Blogging à la Twitter und Laconica – Werbemöglichkeiten für den Handel?
- » **Datenschutz aktuell und die neuen Online Vermarktungsregeln:** Die 10 Gebote im digitalen Marketing
- » **B2B Online-Marketing:** Mit Effizienz zum Erfolg
- » **Branded Entertainment als Markeninstrument in der digitalen Zukunft**
- » **Kreativität statt Krise:** Imagegewinn durch kreative Kommunikation im Media-Mix

+ KONGRESSMESSE: ONLINE BUSINESS FORUM 2009

+ 6 FACHKONFERENZEN RUND UM DAS THEMA ONLINE MARKETING

Mit neuen Strategien mehr Erfolg im Netz – Wie Sie Online Instrumente effizient einsetzen!

- » Fachkonferenz 1: **Social Marketing**
- » Fachkonferenz 2: **Mobile Marketing & Web-TV**
- » Fachkonferenz 3: **Web Controlling**
- » Fachkonferenz 4: **Suchmaschinen-Marketing**
- » Fachkonferenz 5: **E-Mail Marketing**
- » Fachkonferenz 6: **(Behavioral) Targeting**

+ 2 WORKSHOPS: VON EXPERTEN LERNEN!

- » Workshop 1: **Datenschutznovelle 2009 – Werbemöglichkeiten unter verschärften Rahmenbedingungen**
- » Workshop 2: **Web 3.0: Einführung in die neuen Semantic-WebTechnologien**

DIE SPONSOREN



DIE MEDIENPARTNER



Tobias Korting
Manager E-Commerce
Schiesser AG



Dr. Axel Jockwer
Leiter Marketing
HolidayCheck AG/CH



Carine Moitier
COO & Co-Founder
Bivolino/B



Jesko Breuer
Managing Director Mexx
Direct Mexx Europe B.V



Joachim Schneidmadl
United Internet Media AG



Matthias Kröner
Vorstand
Fidor AG



Dr. Martin Enderle
CEO
Scout24 Holding GmbH



Claudia Dubrau
Vorstand
AGOF



Prof. Dr. Klemens Skibicki
Berater & Buchautor



Peter-Timo Schäfer
Head of European
E-Commerce Office Depot



Gerald R.W. Heydenreich
Mitgründer BuyVIP



Stefan Voss
Leiter Online Weltgruppe
Axel Springer AG

WEITERE REFERENTEN, U.A.

Dirk Lauber, Bereichsleiter E-Commerce, BAUR Versand GmbH & Co. KG | **Prof. Gerrit Heinemann**, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein | **Nicolas Speck**, Director Marketing & Co-Founder, Private Sale/Brands4Friends | **Heiko Hebig**, Head of Digital Media, Hubert Burda Media | **Christian Käser**, Manager New Media & Online-Marketing, Airport Nürnberg GmbH | **Guido Syré**, Geschäftsführer, Shopping.com GmbH | **Nico Zorn**, Partner & Gründer, saphiron management & technology consultants | **Mirko Lange**, Kommunikationsberater und Inhaber, talkabout communications (GPRA) | **Nils Hachen**, Leiter Media und Kommunikation, denkwerk GmbH | **Michael Neidhöfer**, Pionier Mobiles Internet & CEO, Netbiscuits GmbH | **Dr. Stefan Sommer**, Geschäftsführer, Sommer & Co. GmbH | **Uwe Michael Sinn**, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH | **Dr. Michael Granitzer**, Division Manager Knowledge Relationship Discovery, Know-Center GmbH | **Timo von Focht**, Country Manager D-A-CH, AT Internet GmbH | **Prof. Martin Hepp**, E-Business and Web Science Research Group, Universität der Bundeswehr/Universität Innsbruck | **Dr. Markus Pfeiffer**, Managing Partner, Vivaldi Partners GmbH

EINE VERANSTALTUNG VON

management forum
Verlagsgruppe Handelsblatt

8.30 – 9.00 **CHECK IN**
Begrüßung mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Teilnehmerunterlagen

9.00 – 9.10 **KONGRESSERÖFFNUNG UND BEGRÜßUNG DURCH DEN VORSITZENDEN UND MANAGEMENT FORUM**

Vorsitz: Prof. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein

UPDATE ONLINE MARKETING 2009 – FAKTEN, TRENDS, PERSPEKTIVEN

9.10 – 9.40 **ONLINE MARKETING AUF DEM PRÜFSTAND UND DIE MEDIEN VON MORGEN – INTERNET 2009: ZAHLEN, DATEN, FAKTEN FÜR EIN ERFOLGREICHES ONLINE-MARKETING IM CROSSMEDIA-MIX**
Claudia Dubrau, Vorstand, Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF)

9.40 – 10.20 **AGENTURLANDSCHAFT 2009 – WOHIN GEHT DIE REISE**
» Was sind heute Erlösmodelle und wie werden die Agenturen sich zukünftig positionieren?
» Wird es weniger Fokus auf Online-Marketing und mehr Fokus auf neue Themen wie Effekt der Konversionsrate bei verstärktem Branding geben?
» Wie sieht das Suchmaschinenmarketing der Zukunft aus?
Bernd Stieber, Vorstand, Zieltraffic AG

10.20 – 11.00 **WEB 3.0 – DER NÄCHSTE EVOLUTIONSSCHRITT IM WWW**
Durch den rasanten Fortschritt des Web 2.0 zeigt sich, wie schnell und dramatisch sich die uns umgebende Informationslandschaft ändern kann. Während derzeit der Fokus auf neuen Marketing und Geschäftsmodellen für das Web 2.0 liegt, reden Forscher und Visionäre schon lange von der nächsten Web Version – dem Web 3.0 oder auch Social-Semantic Web. Doch was ist damit verbunden und welche neuen Möglichkeiten ergeben sich damit?
Dr. Michael Granitzer, Division Manager Knowledge Relationship Discovery, Know-Center GmbH/CH

11.00 – 11.30 KOMMUNIKATIONS- UND KAFFEPAUSE

EFFIZIENTES, KREATIVES ONLINE MARKETING IN DEUTSCHLAND UND WELTWEIT – LERNEN VON BEST-PRACTICE-BEISPIELEN AUS DEM HANDEL

11.30 – 11.50 **QUO VADIS ONLINE MARKETING IN A MULTI-CHANNEL WORLD IN EUROPE?**
Christian Kunz, Board Member European Interactive Advertising Association (EIAA), Director Advertising International, eBay International Advertising GmbH

11.50 – 12.20 **WEB 3.0 IN DER PRAXIS – BEDÜRFNISORIENTIERTE ONLINE PRODUKTBERATUNG BEI BAUR.DE**
» Wie Sie Online Shopper beim Kauf technischer Produkte unterstützen
» Wie Sie Produktberater im Mode und Consumer Electronics-Bereich erfolgreich einsetzen
» Wie Sie durch Online-Produktberatung Ihren Service für Ihren Kunden verbessern
Dirk Lauber, Bereichsleiter E-Commerce, BAUR Versand GmbH & Co. KG
Markus Linder, Geschäftsführender Gesellschafter, Smart Information Systems GmbH

12.20 – 12.50 **INTERNATIONALE ONLINE KOMMUNIKATION IM B2B HANDEL**
» Multi-Channel Strategien im B2B Bereich
» Erfolgsfaktoren, Stolpersteine und Nutzungspotenziale
Peter-Timo Schäfer, Head of European E-Commerce, Office Depot International/NL

12.50 – 13.20 **LOOKING FOR AN INTERNATIONAL SOCIAL MEDIA STRATEGY? KEY FIGURES & CASE FROM BIVOLINO.COM – YOUR CUSTOMIZED SHIRTS ON THE WEB**
Key Facts & Figures illustrated by the Bivolino.com "Mass Customization"
» Where are we today regarding Social Media?
» What are the World & European players?
» Some Bivolino.com Best Cases illustrations
Carine Moitier, COO & Co-Founder, Bivolino/B



13.20 – 14.20 KOMMUNIKATIONS- UND LUNCHPAUSE

SOCIAL MARKETING IM WEB 2.0 – WIE BAUT MAN COMMUNITIES AUF UND WIE ERREICHEN UNTERNEHMEN MONETARISIERUNG IM WEB 2.0?

14.20 – 14.50 **CONVERSATIONAL MARKETING – WIE DAS SOCIAL WEB DAS MARKETING REVOLUTIONIERT**
» Social Media Marketing – Keine Angst vor Kontrollverlust
» Welche Relevanz haben Multiplikatoren im Online-Marketing?
Nico Zorn, Partner & Gründer, saphiron management & technology consultants

14.50 – 15.20 **SOCIAL MARKETING – WIE SHOPPING-COMMUNITIES DIE MARKEN ANDERER UNTERNEHMEN PRÄSENTIEREN UND DIE ENTSPRECHENDEN ERLÖSQUELLEN GENERIEREN**
Mit Club-Formaten Internet-Shopper langfristig als Kunden binden
Gerald R.W. Heydenreich, Mitgründer, BuyVIP

15.20 – 15.50 **HABEN SIE HEUTE SCHON NACHRICHTEN GEMACHT? – WIE SOCIAL MEDIA ANGEBOTE KLASSISCHE MEDIENMARKEN BEEINFLUSSEN**
» Social Media Optimization / Social Media Distribution
» Sind Qualitätsjournalismus und User Generated Content ein Widerspruch?
» Das moderne Newsportal als Werbeträger
Stefan Voss, Leiter Produktmanagement Online Weltgruppe/Berliner Morgenpost, Axel Springer AG

15.50 – 16.20 **TRAVEL 2.0: NUTZWERT IST TRUMPF!**
» Wie Web 2.0 in der Reisebranche intelligent eingesetzt und damit Geld verdient werden kann
» Bewertungen, User Generated Content und Community-Features performant eingesetzt
Dr. Axel Jockwer, Leiter Marketing und Kommunikation, Unternehmenssprecher, HolidayCheck AG/CH

16.20 – 16.50 KOMMUNIKATIONS- UND KAFFEPAUSE

E-BRANDING IM NETZ: WODURCH ZEICHNEN SICH MARKENPERSÖNLICHKEITEN AUS UND DURCH WELCHE INSTRUMENTE KANN EINE MARKE IM NETZ BEKANNT GEMACHT WERDEN?

16.50 – 17.20 **BRANDING & SALES DURCH PERFORMANCE-ORIENTIERTE MARKENKOMMUNIKATION**
» Zwei Fliegen mit einer Klappe: Branding und Sales – Geht das überhaupt?
» Wie finde ich den richtigen Kampagnen- und Marketing-Mix für mein Unternehmen?
» Instrumente: Welche gibt es und wie setze ich diese erfolgreich ein?
Nils Hachen, Leiter Media und Kommunikation, denkwerk GmbH

17.20 – 17.50 **CHANCEN IN EINEM BEWEGTEN MARKT AM BEISPIEL VON SCHIESSER – WIE VERMARKTEN SICH MARKEN-PRODUKTE ERFOLGREICH IM INTERNET?**
» Nutzung digitaler Kanäle zur Erweiterung des Produktportfolios
» Mobile Marketing Integration in den Medien-Mix
» Stärken und Schwächen des KPI-Controllings im E-Business
Tobias Korting, Manager E-Commerce, Schiesser AG

17.50 – 18.20 **NEUE AKZENTE IM ONLINE MARKETING: RELAUNCH MEXX.COM – EIN INNOVATIVES ONLINE VERKAUFSKONZEPT ZWISCHEN MARKE, MARKETING UND RETAIL**
» Was wir vom Retail Marketing Online lernen können
» Conversionerhöhung durch exzellente Kundenorientierung
» Markenemotionen und E-Commerce geschickt verbinden
Jesko Breuer, Managing Director Mexx Direct, Mexx Europe B.V./NL

18.20 – 18.50 **DIGITAL BRANDING – GLOBALE MARKETINGSTRATEGIEN IM NEW MEDIA-UMFELD AM BEISPIEL VON SCOUT24**
Strategische Markenführung: Aufgabenstellung, Markentreiber und Herausforderungen
Dr. Markus Pfeiffer, Managing Partner, Vivaldi Partners GmbH
Dr. Martin Enderle, CEO, Scout24 Holding GmbH

ca. 18.50 **Get-together**
Im Anschluss an einen informativen Kongresstag lädt Management Forum Sie herzlich zu einem Sektempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in geselliger Atmosphäre Ihre Kontakte zu Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen und Erfahrungen auszutauschen.

Wie Handel, Hersteller und Dienstleister Online Marketing Konzepte erfolgreich umsetzen können! Die wichtigsten Online Instrumente für Ihren Erfolg im Media-Mix!

FACHKONFERENZ 1: SOCIAL MARKETING – VERÄNDERN SOZIALE NETZWERKE NACHHALTIG DIE WERBELANDSCHAFT?

Vorsitz: Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting

9.00 – 9.30

SOZIALE NETZWERKE UND DATENSCHUTZ – WIDERSPRUCH IN SICH?

Mitglieder bei Xing, Facebook, MySpace etc. geben wie selbstverständlich private Daten preis. Dagegen steht noch immer das Horrorszenario des gläsernen Bürgers:

- » Sind soziale Netzwerke und der Datenschutz miteinander vereinbar?
- » Wie sieht eine Lösung in der Zukunft aus?

Prof. Dr. Klemens Skibicki, Berater & Buchautor, Brain Injection Unternehmensberatung

9.30 – 10.00

MITGLIEDERVERHALTEN IN COMMUNITIES VERSTEHEN – VORAUSSETZUNG FÜR DEN ERFOLG MIT SOCIAL MEDIA MARKETING

Dr. Michael Granitzer, Bereichsleiter für Knowledge Relationship Discovery, Know-Center GmbH

10.00 – 10.30

BANKING 2.0 – WIE FUNKTIONIERT KUNDENBINDUNG UND GEWINNUNG IM ZEITALTER VON WEB 2.0 IM FINANZDIENSTLEISTERSEKTOR

- » Status Quo: Was Banken heute daraus machen
- » Zukunft: So sieht meine „Traumbank“ aus

Matthias Kröner, Vorstand, Fidor AG

10.30 – 11.00

MIKRO-BLOGGING À LA TWITTER & CO. – SOCIAL MARKETING FÜR DEN HANDEL: STRATEGISCHER EINSATZ VON MICRO-BLOGGING IN DER ONLINE-KOMMUNIKATION

- » Welche Bedeutung haben Twitter, Xing, Facebook und andere Social Media Tools im Kommunikationsmix
- » Wie man mit Microblogging seine Reputation steigern, Kontakte zu Meinungsführern gezielt aufbauen sowie das Unternehmen positionieren kann

Mirko Lange, Kommunikationsberater und Inhaber, talkabout communications (GPRA)

11.00 – 11.30 KOMMUNIKATIONS- UND KAFFEEPAUSE

FACHKONFERENZ 3: WEB CONTROLLING – WIE MACHEN SIE IHREN ONLINE-SHOP RENTABEL?

Vorsitz: Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, .companion und Professor für Wirtschaftskommunikation, FHTW Berlin

11.30 – 12.00

QUALITATIVE ERGÄNZUNG DES MARKETING CONTROLLING AM BEISPIEL DES WEB EXCELLENCE FORUM

- » Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren
- » 5 auf einen Streich: Die WebXF Teststandards
- » Fokus Befragung: Wer nicht nach der Marke fragt, tappt im Nebel
- » Fokus Mystery Mailings: Qualitätsbarometer des Kundenservice

Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, .companion und Professor für Wirtschaftskommunikation, FHTW Berlin

12.00 – 12.30

WEBCONTROLLING IM E-COMMERCE AM BEISPIEL VON TOTAL

- » Wie ein großer Energiekonzern E-Commerce in der Praxis umsetzt
- » ROI-Optimierung von SEM-Kampagnen in der Praxis: Traffic allein reicht nicht – Quantität vs. Qualität
- » Kampagnen- und Responseoptimierung

Timo von Focht, Country Manager D-A-CH, AT Internet GmbH

12.30 – 13.00

PERFORMANCE-MARKETING MIT PRODUKT- UND PREISVERGLEICHSSeiten: NEUKUNDEN, ABVERKÄUFE UND ZUSÄTZLICHE EINKÜNFEN

- » Welche Ergebnisse können Händler und Publisher mit Produkt- und Preisvergleichsseiten erreichen?
- » Was sind Erfolgsfaktoren?
- » Fallbeispiele computeruniverse.net und myToys

Guido Syré, Geschäftsführer, Shopping.com GmbH

11.30 – 13.00

WORKSHOP DATENSCHUTZ: NOVELLIERUNGEN DES BUNDES DATENSCHUTZGESETZES – WERBERECHTLICHE AUSWIRKUNGEN AUF DIE ONLINE-BRANCHE

- » Mögliche Rechtsfallen: Was bezüglich unterschiedlicher Einwilligungsanforderungen zu beachten ist nach Bundesdatenschutzgesetz, Telemediengesetz und Wettbewerbsrecht
- » Wie sehen rechtmäßige Online-Einwilligungen aus?
- » Welche Möglichkeit bestehen weiterhin Newsletter ohne Einwilligung zu versenden?



Thomas Heckmann
Geschäftsführer Vertrieb
Schober Information
Group Deutschland
GmbH



Dr. Philipp Kramer
Rechtsanwalt und
Vorsitzender Hamburger
Datenschutzgesellschaft
e.V.

FACHKONFERENZ 2: MOBILE MARKETING & WEB-TV – DIE NEUESTEN ENTWICKLUNGEN UND TRENDS

Vorsitz: Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH

9.00 – 9.40

IST DIE ZEIT (ENDLICH) REIF FÜR MOBILE INHALTE?

Seit Jahren wird über mobile Inhalte gesprochen, Handy-TV an- und wieder abgekündigt. Inzwischen gibt es allorts Hotspots, UMTS ist verfügbar, und die Empfangsgeräte sind entsprechend verbreitet. Kommen jetzt endlich mobile Inhalte, und wie sehen diese aus?

Heiko Hebig, Head of Digital Media, Hubert Burda Media

9.40 – 10.20

MOBILE COMPUTING 2020 – QUALITÄT, REICHWEITE UND EFFIZIENZ – ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIENSTE IM MOBILEN INTERNET

Michael Neidhöfer, Pionier Mobiles Internet & CEO, Netbiscuits GmbH

10.20 – 11.00

KILLERAPPLIKATION WEB-TV – ERFOLGSFORMELN FÜR DEN VIDEOEINSATZ IM INTERNET

- » Die zielgruppengerechte Ansprache – Das A und O des Erfolgs
- » Sinnvolle Einbindung des Web-TV in die Seite
- » Anwendungsstrategien im Web
- » Best Practices

Dr. Stefan Sommer, Geschäftsführer, Sommer & Co. GmbH

FACHKONFERENZ 4: SUCHMASCHINEN-MARKETING – FINDEN LASSEN UND GEFUNDEN WERDEN

Vorsitz: Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH

11.30 – 12.00

GEZIELTE SENKUNG DER KOSTEN – UMSATZ RELATION IM BEREICH SUCHMASCHINENMARKETING UND PRODUKTDATENMARKETING AM BEISPIEL MUSICSTORE

- » Wie kann die wichtigste Kennzahl eines Online Shops durch den kombinierten Einsatz von Tools und Kampagnenmanagern gesteuert und signifikant verbessert werden?
- » Wie können Zielgrößen der Profitabilität erreicht werden, ohne Umsatzeinbußen hinzunehmen? Am Beispiel des zweitgrößten Instrumentenversenders Musicstore

Lars Rabe, VP Online Marketing, Intershop Communications AG

12.00 – 12.30

ERFOLGREICHES SUCHMASCHINEN MARKETING – WAS SIND DIE ERFOLGSFAKTOREN?

Christian Käser, Manager New Media & Online-Marketing, Airport Nürnberg GmbH

12.30 – 13.00

SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG: MAGIE ODER HANDWERK?

- » Suchmaschinenmarketing – Deutschland = Google-Land?
- » Wie erfolgt Suchmaschinen-Optimierung? Die besten Tricks und Tipps aus der Praxis

NN, NN

11.30 – 13.00

WORKSHOP WEB 3.0: EINFÜHRUNG IN DIE NEUEN SEMANTIC-WEBTECHNOLOGIEN WEB 3.0 – THE WEB OF DATA FOR E-COMMERCE: IHRE PRODUKTDETAILS IN SUCHMASCHINEN UND MEHRWERTDIENSTEN

Je spezieller das Produkt- oder Dienstportfolio eines Anbieters im Web ist, umso schwieriger wird es, von Kunden mit ebenso spezifischen Anforderungen gefunden zu werden. Jetzt stehen neue Technologien, Suchmaschinen und Mehrwertdienste vor der Tür, mit deren Hilfe Sie Details zu Ihren Produkten und Dienstleistungen in Ihre Webseiten in computergeeigneter Form einbetten können. Diese Zusatzdaten werden von neuen Suchmaschinen automatisch berücksichtigt und führen dazu, dass Ihre potenziellen Kunden präzise nach technischen Eigenschaften, Preisangaben und anderen Details suchen können.

In diesem Workshop erhalten Sie von führenden Experten aus Forschung und Wirtschaft eine praxisnahe Einführung in diese neuen – auch unter dem Begriff „Semantic Web“ bekannten – Technologien.



Geschäftsmodelle und Mehrwertdienste:
Markus Linder
Geschäftsführender
Gesellschafter
Smart Information
Systems



Grundlagen und Technik:
Prof. Dr. Martin Hepp
E-Business and Web
Science Research
Group Universität der
Bundeswehr/Universität
Innsbruck

FACHKONFERENZ 5: E-MAIL MARKETING PROFESSIONELL – TRENDS UND TENDENZEN

Vorsitz: Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting

14.00 – 14.30

KRISENGEWINNER E-MAIL

- » Neue Töne aus den USA
- » E-Mail 1.0 ist tot – Es lebe 2.0!
- » Der Neue Trend: E-Mail-to-Social

Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting

14.30 – 15.00

10 REGELN FÜR EIN ERFOLGREICHES ONLINE RETENTION PROGRAMM

- » E-Mail Marketing ist der stärkste und profitabelste Retention Kanal!
- » Die besten Praktiken, um Ihre E-Mail Marketingstrategie zu optimieren und Ihnen einen echten „One-to-One“ Dialog mit Ihren Kunden zu ermöglichen

Hervé Bloch, Regional Manager, Emailvision Central & East Europe

15.00 – 15.40

ROUND TABLE EXPERTENRUNDE:

Ist die E-Mail am Ende? Trends und Entwicklungen im Online-Direktmarketing

- Insbesondere jüngere Zielgruppen kommunizieren in erster Linie über Instant Messaging und Social Networks, während die E-Mail häufig als ein Medium für „alte Leute“ angesehen wird. Erreichen werbetreibende Unternehmen die jüngere Generation überhaupt noch via E-Mail?
- » Problem Spamfilter: Welche Aspekte sollte ich beachten, damit meine Mails nicht nur verschickt, sondern auch zugestellt werden?
 - » Microbloggingdienst Twitter: Wann kommt Twitter im Massenmarkt an und welche Relevanz hat der Dienst im Marketing?
 - » RSS-Format versus E-Mail: Wieso sollte ich meine Zielgruppen per E-Mail ansprechen, wenn es mit RSS doch viel einfacher und sogar günstiger geht?
 - » Weblogs als wichtigstes Instrument im Social Media Marketing: Welche größeren Unternehmen setzen tatsächlich Weblogs erfolgreich im Marketing ein?
 - » Mobiles Internet: Welche Relevanz hat die mobile E-Mail-Nutzung im E-Mail Marketing?

ES DISKUTIEREN:

Nicolas Speeck, Director Marketing & Co-Founder, Private Sale/Brands4Friends

Magnus Schmid, Leiter New Media Products, United Internet Media AG

Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel

MODERATION: Nico Zorn, Partner & Gründer, saphiron management & technology consultants

15.40 – 16.00

AUSBLICK ONLINE MARKETING 2009 – MIT MUT UND NEUEN IDEEN IN DIE DIGITALE ZUKUNFT!

Zusammenfassung des zweitägigen Kongresses

Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer .companion & Professor für Wirtschaftskommunikation an der FHTW Berlin

16.00

ENDE DES ONLINE MARKETING GIPFEL 2009

FACHKONFERENZ 6: (BEHAVIORAL) TARGETING – NEUE TECHNIKEN FÜR DIE GEZIELTE KUNDENANSPRACHE

Vorsitz: Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, .companion und Professor für Wirtschaftskommunikation, FHTW Berlin

14.00 – 14.30

TARGETING: ONLINE'S UNFAIR ADVANTAGE

- » Targeting: Die Zukunft der digitalen Werbung
- » Aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Targeting
- » Der gläserne Konsument? – Targeting und Datenschutz

Joachim Schneidmadl, Leiter Mediamanagement, United Internet Media AG

14.30 – 15.00

„DIGITALE KÖRPERSPRACHE“ – WIE SIE DURCH SYSTEMATISCHE BEOBACHTUNG IHRER KUNDEN IN DER ONLINE-WELT SPANNENDE LEADS FILTERN, BEWERTEN UND SO AUFBAUEN, DASS AUS „KALTEN KONTAKTEN“ „HOT LEADS“ WERDEN?

Uwe Michael Sinn, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH

15.00 – 15.40

E-MAIL - KAMPAGNENOPTIMIERUNG DURCH PROFILING UND AUTOLEARNING

- » Verbesserung der E-Mail Kampagnen durch dynamisches Scoring-Verfahren
- » Wie potenzielle Kunden mit passenden Angeboten oder Inhalten im Newsletter angesprochen werden können und dabei sichergestellt wird, dass der Newsletter nur die Kunden mit der höchsten Affinität erreicht!

Thomas Heickmann, Geschäftsführer Schober Information Group Deutschland GmbH

Thorsten Mühling, Geschäftsführer epoq GmbH



Referenten im Überblick: Dirk Lauber, Bereichsleiter E-Commerce, BAUR Versand GmbH & Co. KG | Tobias Korting, Manager E-Commerce, Schiesser AG | Dr. Axel Jockwer, Leiter Marketing und Kommunikation, Unternehmenssprecher, HolidayCheck AG/CH | Carine Moitier, COO & Co-Founder, Bivolino/B | Jesko Breuer, Managing Director Mexx Direct, Mexx Europe B.V | Peter-Timo Schäfer, Head of European E-Commerce, Office Depot International/NL | Matthias Kröner, Vorstand, Fidor AG | Dr. Martin Enderle, CEO, Scout24 Holding GmbH | Claudia Dubrau, Vorstand, Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) | Prof. Dr. Klemens Skibicki, Berater & Buchautor, Brain Injection Unternehmensberatung | Gerald R.W. Heydenreich, Mitgründer, BuyVIP | Stefan Voss, Leiter Produktmanagement Online Weltgruppe/Berliner Morgenpost, Axel Springer AG | Prof. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein | Nicolas Speeck, Director Marketing & Co-Founder, Private Sale/Brands4Friends | Heiko Hebig, Head of Digital Media, Hubert Burda Media | Christian Käser, Manager New Media & Online-Marketing, Airport Nürnberg GmbH | Guido Syré, Geschäftsführer, Shopping.com GmbH | Nico Zorn, Partner & Gründer, saphiron management & technology consultants | Mirko Lange, Kommunikationsberater und Inhaber, talkabout communications (GPRA) | Nils Hachen, Leiter Media und Kommunikation, denkwerk GmbH | Michael Neidhöfer, Pionier Mobiles Internet & CEO, Netbiscuits GmbH | Dr. Stefan Sommer, Geschäftsführer, Sommer & Co. GmbH | Uwe Michael Sinn, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH | Dr. Michael Granitzer, Division Manager, Knowledge Relationship Discovery, Know-Center GmbH | Timo von Focht, Country Manager D-A-CH, AT Internet GmbH | Magnus Schmidt, Leiter New Media Products, United Internet Media AG | Prof. Martin Hepp, E-Business and Web Science Research Group, Universität der Bundeswehr/Universität Innsbruck | Dr. Markus Pfeiffer, Managing Partner, Vivaldi Partners GmbH | Thomas Heickmann, Geschäftsführer Vertrieb, Schober Information Group Deutschland GmbH | Bernd Stieber, Vorstand, Zieltraffic AG | Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH | Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting | Lars Rabe, VP Online Marketing, Intershop Communications AG | Markus Linder, Geschäftsführender Gesellschafter, Smart Information Systems | Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, .companion und Professor für Wirtschaftskommunikation, FHTW Berlin | Dr. Philipp Kramer, Rechtsanwalt und Vorsitzender, Hamburger Datenschutzgesellschaft e.V | Hervé Bloch, Regional Manager, Emailvision Central & East Europe | Joachim Schneidmadl, Leiter Mediamanagement, United Internet Media AG

19. und 20. Mai 2009 InterContinental Hotel Frankfurt

AKTUELLES DATENSCHUTZ- UND E-COMMERCE-RECHT

Die Fachtagung für compliancegerechtes Datenmanagement

DIE SPONSOREN



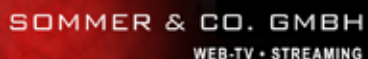
Emailvision zählt zum größten und technologisch führenden Anbieter von „On-Demand“ Software für E-Mail Marketing-Automatisierung. Emailvision ist der verbreitetste E-Mail-Marketing Software-Service in den Branchen E-Commerce und Medien. Campaign Commander™, das Flaggschiff-Produkt von Emailvision, ist die Referenzanwendung für E-Mail Marketing in E-Commerce und Verlagswesen weltweit. Die Software wird als webbasierter Abonnement-Service unter www.scene7.de angeboten.



jaron.DIRECT ist eine der führenden Agenturen für digitales Marketing. Das Agenturportfolio umfasst Suchmaschinen- und Affiliate-Marketing, Online-Advertising und -PR sowie Site Engineering, E-Mail- und Mobile-Marketing. jaron.DIRECT plant und realisiert hocheffiziente Kampagnen zur Verkaufsförderung, Branding, Gewinnung von Interessenten und Kunden sowie deren Bindung. Die Agentur wurde 1996 vom geschäftsführenden Gesellschafter Burkhard Köpfer gegründet und hat ihren Hauptsitz in Frankfurt sowie eine Niederlassung in Berlin. Bereits im Jahr 2000 entwickelte man das Konzept des Performance Marketing. jaron.DIRECT betreut namhafte Kunden wie ING-DiBa, T-Mobile, Allianz, u.a. www.jaron.de



rabbit eMarketing ist DIE Spezial-Agentur für professionelles eMail-Marketing. Das Spektrum reicht von der Durchführung von Stand-alone eMailings über eMail-Marketing-Full Service bis zur komplexen IT-Integration. Schwerpunkt: Einen dauerhaften 1:1-Dialog mit Ihren Kunden aufbauen. www.rabbit-emarketing.de



Sommer & Co. ist die führende Full-Service-Agentur für Web-TV, Werbefilme, DRTV und Streaming. Unsere Leistungen: Konzeption und Produktion von Videos für Ihre Internetseite, Werbefilmen, TV-Spots und Video-Werbebanner im eigenen TV-Studio (Produktvideos, Imagefilme, Werbefilme etc.) sowie Video-Streaming auf unseren leistungsfähigen Streamingservern. Bereits seit über 7 Jahren erfolgreich im Markt tätig, sind wir im Bereich Online-Videos / Web-TV das Unternehmen der ersten Stunde. www.sommer-co.com

DIE MEDIENPARTNER

Mit rund 24.000 Abonnenten ist die absatzwirtschaft Deutschlands auflagenstärkstes und führendes Monatsmagazin für Marketing. Sie informiert fundiert und praxisorientiert in Form von Interviews, Artikeln und Gastbeiträgen. Jeden Monat vermittelt die absatzwirtschaft aktuelle Hintergründe aus Märkten, Unternehmen und Forschung und stellt erfolgreiche Strategien, Konzepte und Lösungen aus der Praxis für die Praxis vor. www.absatzwirtschaft.de



e-commerce magazin berichtet über aktuelle Trends, Strategien und Anwendungen des E-Commerce und E-Business. Dabei gibt e-commerce magazin praktische Hilfestellung bei Einführung, Integration, Betrieb und Weiterentwicklung von IT-Systemen, die die Abwicklung von Geschäftsprozessen unterstützen. Wichtigster Aspekt ist die Kosten- und Profitorientierung vor dem Hintergrund des jeweiligen Marktumfeldes. www.e-commerce-magazin.de



Das neue Portal marketing-BÖRSE ist die wachstumsstärkste deutschsprachige Marketingplattform. Über 900 Spezialanbieter von Affiliate Marketing und Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind vertreten. Das Prinzip: Unternehmen tragen Leistungsschwerpunkte, Produkte und Logos selbst ein. Der Basiseintrag ist kostenlos. www.marketing-boerse.de



The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit digitaler Technologie. Expertise und Know-how von über 200 Spezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden. United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie. www.united-internet-media.de

FACHAUSTELLUNG „ONLINE BUSINESS FORUM 2009“

Das hochkarätige Programm des Kongresses wird durch die begleitende Fachausstellung „Online Business Forum 2009“ abgerundet.

Hier treffen Sie Top-Kunden und Entscheider aus dem Online-Business und E-Commerce! Nutzen Sie die Möglichkeit, in unmittelbarer Anbindung an den Kongress Ihre Lösungsansätze und Dienstleistungen für mehr Erfolg im Netz in wichtigen Bereichen vorzustellen, wie z.B.:

- **Online Marketing, Advertising & eCRM**
- **Storage Networking**
- **Web Services und Service Provider**
- **Wireless Internet**
- **Web Development und Design**
- **Shopsysteme**

Sind Sie interessiert, als Aussteller dabei zu sein? Dann fordern Sie unverbindlich weitere Informationen an:

Tel.: +49 (0) 69/24 24-47 70

Fax: +49 (0) 69/24 24-47 99

E-mail: ausstellung@managementforum.com

Einladung zum „Online Marketing-Gipfel 2009“

Sehr geehrte Damen und Herren,

Online Marketing boomt wie nie zuvor! Die Situation am Finanzmarkt zwingt Unternehmen, ihre Werbung zu überdenken. Doch der Online Werbemarkt in Deutschland zeigt sich unbeeindruckt von der Finanzmarktkrise: Laut einer aktuellen Studie verstärken insgesamt 53 Prozent der Unternehmen ihr Online-Marketing und nur 7,7 Prozent reduzieren ihr Budget. Das Internet mit seiner Vielfalt an Werbeformen schließt auf ideale Weise Performancelücken bekannter Medien – von der Fernsehwerbung bis zur Printanzeige. Online Werbung trägt zum Mehrumsatz auf der Fläche bei und erschließt ausgewählte Zielgruppen, die ohne Netz-Kommunikation unberücksichtigt blieben.

Der interaktive Dialog mit dem Konsumenten bestimmt das Online Marketing der Zukunft. Am stärksten im Kommen sind Social-Networking Communities, Mobile Marketing & Web-TV. Unternehmen, die es schaffen, ihre Konsumenten mit unterhaltsamen und sinnvollen Online-Inhalten auf ihren Internetseiten zu binden, werden in der Lage sein, dauerhafte Kontakte zu knüpfen und diese nachhaltig in Kaufakte zu verwandeln.

Ob Pharma oder Handelshäuser, Autovermieter, Software-, Finanz- oder Versicherungsmarkt, an den neuen Entwicklungen im Online Marketing kommt auf Dauer kein etablierter Anbieter vorbei. Vor diesem Hintergrund veranstaltet Management Forum den Kongress „Online Marketing-Gipfel 2009“ unter dem Motto:

Digitale Kanäle im Marketingmix – Die wichtigsten Instrumente für Ihren Erfolg im Online Marketing

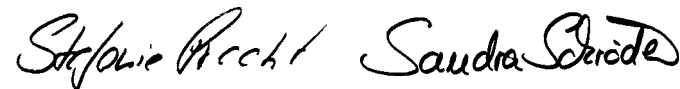
Hören Sie von den Pionieren der dritten Web-Generation, wie Kunden ihre Entscheidungen treffen und aktiv gestalten und lernen Sie von erfolgreichen Praxisbeispielen, wie bereits heute erfolgreiche Online Werbung funktioniert.

Online Marketing hat sich inzwischen zu einer komplexen Spielwiese mit diversen Teildisziplinen entwickelt, die man heute beherrschen muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben und Kostenfallen zu vermeiden. Wer diese Chance ergreift, gewinnt den Kunden!

Parallel zum Kongress werden auf der begleitenden Fachausstellung „Online Business Forum 2009“ innovative Dienstleister ihre Produkte, Technologien und Konzepte dem anwesenden Fachpublikum präsentieren.

Wir freuen uns, Sie am 28. und 29. April 2009 zu diesem spannenden Fachkongress begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen



Stefanie Pracht
Geschäftsführerin

Sandra Schröder
Senior-Projektleiterin

Faxanmeldung: 0 69 / 24 24 - 47 99



hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Kongress

Online Marketing-Gipfel 2009

am 28./29. April 2009 € 1.190,- zzgl. MwSt. p.P.

- Ich nehme teil am Workshop: **Datenschutznovelle 2009 – Werbemöglichkeiten unter verschärften Bedingungen**
- Ich nehme teil am Workshop: **Web 3.0: Einführung in die neuen Semantic-WebTechnologien**
- Wir interessieren uns für Ausstellungs-/Sponsoringmöglichkeiten. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

2. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

- 15%

3. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

Datum Firmenstempel Unterschrift

* Hiermit erkläre ich mich einverstanden, künftig den E-Mail-Newsletter zu erhalten.

KONTAKT

B+P Management Forum GmbH
Eschersheimer Landstrasse 50
60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
Internet: www.managementforum.com

TERMIN UND VERANSTALTUNGSORT

Dienstag, 28. April 2009
Mittwoch, 29. April 2009
Dorint Pallas Hotel Wiesbaden
Auguste-Viktoria-Strasse 15
61385 Wiesbaden
Tel.: +49 (0) 611 / 33 06 -0
Fax: +49 (0) 611 / 33 06 -1000
EZ: € 148,- exkl. Frühstück

ZIELGRUPPEN

Zielgruppen des „Online Marketing-Gipfel 2009“ sind Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte aus (Online)-Handel, Versandhandel, Konsumgüterindustrie, Dienstleistungsunternehmen, Banken und Versicherungen sowie Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter aus Werbeagenturen und von Multimedia-Dienstleistern.

ZIMMERRESERVIERUNG

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den Online Marketing Gipfel 2009 vor.

KONGRESSGEBÜHR / ANMELDEBEDINGUNGEN

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt € 1.190,- zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. MwSt p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 28. März 2009 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 28. März 2009 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

REGISTRIERUNG

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensplaketten, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.