

OnLine Handel 2009

20./21. JANUAR 2009 · CONGRESS CENTER ROSENGARTEN · MANNHEIM

Online Retailing 2009 – Welche Branchen, welche Unternehmen, welche Strategien werden die Gewinner sein?

DIE WICHTIGSTEN THEMENFELDER

- » Online Handel 2009 – Die aktuellsten Zahlen, Fakten und neuesten Trends nach dem Weihnachtsgeschäft im Europäischen Vergleich
- » Otto, Amazon, Weltbild, C&A, H&M, etc. – Welche Branchen, welche Unternehmen, welche Strategien werden im neuen Jahr gewinnen?
- » Multi-Channel-Handel 2010 – Welches sind die zentralen Erfolgsfaktoren?
- » Status Quo Datenschutznovelle? Werbemöglichkeiten im E-Commerce auf nationaler und internationaler Ebene
- » Social Commerce – Wer sind die Trendsetter und was man von Ihnen lernen kann!
- » Web 3.0 und das semantische Web – Wie reagieren Händler und Hersteller auf die neuen Entwicklungen?
- » Marke goes online – Wie funktioniert erfolgreiche Markenführung im Internet?
- » Weltwirtschaftskrise aktuell – Welche Auswirkungen haben die aktuellen Entwicklungen auf die E-Commerce Branche?
- » Trends und Zukunftsvisionen für das Online-Shopping von morgen!

+ INTERNATIONALES E-COMMERCE FORUM

Tour d'Horizon durch die internationale Online Handelslandschaft – Erfolgskonzepte aus den USA & Europa!

+ 9 FACHKONFERENZEN RUND UM DAS THEMA ONLINE HANDEL

Multi-Channel Handel und E-Commerce 2009 – Die besten Erfolgsmodelle | **Logistik und Fulfillment im Internet Zeitalter** – Neue Wege für Online-Retailer | **Usability** – Wie machen Sie Ihren Online Shop gebrauchstauglich? | **Kundenbindung & E-CRM** – Wie erreichen Online-Händler ihre Zielgruppen wirklich? | **Digital Business** – Das semantische Web – Einsatzmöglichkeiten, Tipps und Tricks | **Internationaler Online Handel** – Herausforderungen, Chancen und Potenziale | **Online Marketing Professional** – Die neuen Entwicklungen im Performance-Marketing und ihre Instrumente | **E-Payment**: Onlinehändler zwischen Convenience für den Surfer und Betrugsprävention | **Pricing im Netz**: Gewinnoptimale Preisgestaltung leicht gemacht

+ FACHAUSSTELLUNG: ONLINE WORLD 2009

ES REFERIEREN UND DISKUTIEREN



Special Guest:
Prof. Dr. Helmut Thoma
Ex RTL-Chef und Aufsichtsratsvorsitzender Freenet AG



Keynote:
Victoria Bracewell Lewis
Senior Analyst of e-business products Forrester Research/UK



Impulsvortrag:
Andreas Haderlein
Medienexperte
Zukunftsinstitut GmbH



Dr. Klaus Driever
Geschäftsführer New Media
Verlagsgruppe Weltbild



Jens Kreklau
Online Marketing Leiter
Globetrotter



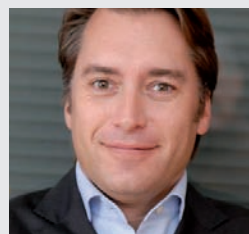
Joachim van Wahden
Head of E-Commerce baumarkt
direkt GmbH / Hagebau



Dr. Oliver Janz
Director Global Retail
HUGO BOSS AG



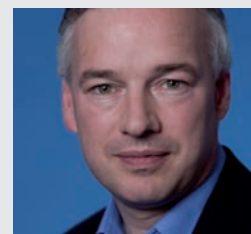
Christian Winter
Geschäftsführer Karstadt.de
Karstadt Warenhaus GmbH



Jörg Arndt
Geschäftsführer
Butlers Handel GmbH



Constantin Bisanz
Gründer und Geschäftsführer
brands4friends



Alastair Bruce
Vertical Leader Retail Google
Germany GmbH



Daniela von Heyl
Head of Online
Hubert Burda Media

WEITERE REFERENTEN, U.A.

Erik Siekmann, Vorstand, Blume2000 | **Dr. Björn Schäfers**, Geschäftsführer, smatch.com, Otto Group | **Frank Scharmansky**, Leiter EP:NetShop, EP:Netshop GmbH | **Kamila Vlasáková**, Marketing Manager, Quelle Tschechien / CZ | **Daniel Offermann**, United Internet Media | **Thorsten Asmussen**, Teamleiter Online, Lufthansa WorldShop GmbH | **Simon Fuchs**, E-Commerce Manager Deutschland, Österreich, Schweiz, VIKING Direkt GmbH | **Harald Ernst**, Geschäftsführer, BuyVIP GmbH | **Dr. Lejbowicz**, Geschäftsführer, Le Guide.Com / F | **Stephan Schambach**, CEO, Demandware / USA | **Carine Moitier**, COO & Co-Founder, Bivolino.group / B | **Peter F. Schmid**, Geschäftsführer, mobile.de | **Patrick Palombo**, E-Commerce /Handellexperte | **Lars Rabe**, Vice President Online Marketing, Intershop Communications AG | **Sarah Nicolin**, Webshop Managerin, Schott Music GmbH & Co. KG | **John Christoph Berndt**, Geschäftsführer, brandamazing:GmbH | **Sven Lehmkühl**, Geschäftsführer, Brille24 GmbH | **Christiane Ritter**, Marketing Manager, Microsoft Deutschland | **Marc Wrobel**, Senior Manager New Business, Vodafone MediaSolutions!, Senior Manager New Business & Partnerships | **uvm.**

Eine Veranstaltung von:

management forum

Verlagsgruppe Handelsblatt

in Zusammenarbeit mit:



eine Marke von

EHI Retail Institute

PREMIUM-SPONSOREN:

demandware intrum justitia

INTERSHOP jaronDIRECT Digital Marketing



GOLD-SPONSOREN:

ADOBE scene7 ogone payment services EVOLUTION DIGITAL REVOLUTION TECHNOLOGY

HERMES WAREHOUSING SOLUTIONS T·Pay· Einfach & vielseitig online bezahlen

arvato digital services BERTELSMANN

MEDIENPARTNER:

absatzwirtschaft ecommerce MAGAZIN marketing BÖRSE www.marketing-boerse.de

ECC E-Commerce-Center Handel

BDOA Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter e.V.

united internet media

Datenschutz-Berater

Vorsitz: Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel

KICK-OFF 2009 FÜR EINE BRANCHE IM AUFBRUCH

9.00 – 9.10 Begrüßung durch Management Forum und Begrüßung durch den Vorsitzenden

ONLINE RETAILING 2009 – PERSPEKTIVEN, ERFOLGSFAKTOREN UND AKTUELLE RAHMENBEDINGUNGEN

9.10 – 9.20 **Perspektiven aus dem Weihnachtsgeschäft 2008 Erste Prognosen und Trends für 2009**

Welche Branchen, welche Produkte werden in 2009 im deutschen Netz gewinnen?
Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel

9.20 – 10.00 **Keynote: Quo Vadis E-Commerce 2009 – What's The Outlook For E-Commerce in Europe?**

» Trends in European E-Commerce and Online Retail
» Consumer Online Shopping Behavior in Europe & Germany
» Forrester's Five Year Consumer E-Commerce Forecast: 2008 – 2013
Victoria Bracewell Lewis, Senior Analyst of e-business products, Forrester Research/UK (Vortrag in englischer Sprache)

10.00 – 10.30 **New-Online-Retailing - Erfolgsfaktoren und Best Practices**

» Kommerzielle Nutzung des Web-2.0 und Revolution der Information
» Grundlagen, Besonderheiten und Betriebstypen des New-Online-Retailing
» Erfolgsbeispiele und 8 S-Erfolgsfaktoren im New-Online-Retailing
Prof. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein

10.30 – 11.00 **Spezial: Datenschutzdiskussion: Status Quo Datenschutznovelle – Werbemöglichkeiten im E-Commerce**

» Wann ist eine Werbung ohne Einwilligung des Verbrauchers zulässig?
» Wie sind Einwilligungen in Werbemaßnahmen wirksam einzuholen?
» Wie ist im Konzern vorzugehen?
» Neukundengewinnung: Was ist bei der Anmietung und Anreicherung von Adressdaten zu beachten?
» Werbemöglichkeiten im internationalen Umfeld – Chancen und Herausforderungen

Es diskutieren:

Chris Newiger, Datenschutzbeauftragte, adidas Group

Dr. Philipp Kramer, Rechtsanwalt und Vorsitzender

Hamburger Datenschutzgesellschaft e.V.

Thomas Heickmann, Geschäftsführer Vertrieb

Schober Information Group Deutschland GmbH

Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.v. (ZAW)

Moderation: Jürgen Zurheide, Journalist, Der Tagesspiegel



11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

ERÖFFNUNG DER KONGRESSMESSE ONLINE WORLD 2009

**INTERNATIONALES E-COMMERCE FORUM
TOUR D'HORIZON DURCH DIE NATIONALE UND INTERNATIONALE ONLINE HANDELSLANDSCHAFT – ERFOLGSKONZEPTE AUS DEN USA & (OST-)EUROPA**

11.30 – 12.00 **Herausforderung Internationalisierung Die größten Gefahren, die besten Lösungen**

» E-Commerce ist der effizienteste Weg der Internationalisierung!
» Best practises und integrierte Ansätze aus Strategie, Software Marketing und Logistik, die den Erfolg einer Internationalisierung ausmachen!
Lars Rabe, Vice President Online Marketing, Intershop Communications AG

12.00 -12.30 **Die internationale Erfolgs-Story des E-Commerce-Business „Mass Customization“ – Wird der Trend zur Individualisierung neu entdeckt?**

» In welchen Ländern wird der E-Commerce Trend Mass Customization von den Kunden erfolgreich angenommen?
» Social Media und Mass Customization für Fashion – Wie geht das? Die Antwort des Pioniers Bivolino aus Belgien
Carine Moitier, COO & Co-Founder, Bivolino / B (Vortrag in englischer Sprache)

12.30 – 13.00 **E-Commerce On-Demand – Die Best Practices einer Erfolgsstrategie im Onlinehandel**

» Active Merchandising als Instrument des Erfolgs
» Permanente Innovation durch automatische saisonale Updates
» Befreiung der Fachabteilungen – die Technik verliert ihre Dominanz
Stephan Schambach, Gründer & Geschäftsführer, Demandware /USA

13.00 – 13.30 **Keynote: Marke online international – Was sind die Herausforderungen eines Premium-Markenherstellers im direkten Kundenkontakt über einen internationalen Online Store?**

Dr. Oliver Janz, Director Global Retail, HUGO BOSS AG

13.30 – 14.30 Mittags- und Kommunikationspause

BESUCH DER KONGRESSMESSE ONLINE WORLD 2009

ZWEI PARALLELE SUPERSESSIONS: MULTI-CHANNEL RETAILING UND SOCIAL COMMERCE – ERFOLGSMODELLE, PRAXISBEISPIELE, LEARNINGS

SUPERSESSION 1: Online Handel B2C – Erfolgreiche Multi-Channel-Konzepte aus der Praxis
Vorsitz: Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel

14.30 – 15.00 **Chancen und Herausforderungen im Multi-Channel-Vertrieb am Beispiel Karstadt.de**
» Welche Sortimente verkaufen sich über welchen Vertriebsweg zu welchem Zeitpunkt am besten?
» Strategien für erfolgreiches Multi-Channel Retailing 2009
Christian Winter, Geschäftsführer Karstadt.de, Karstadt Warenhaus GmbH

15.00 – 15.30 **Kompromisslose Kundenorientierung im Multi-Channel-Retailing am Beispiel Butlers**
» Was darf der Kunde heute von einem Händler erwarten?
» Wie werden echte Mehrumsätze online und offline erzielt?
Jörg Arndt, Geschäftsführer, Butlers Handel GmbH

15.30 – 16.00 **Erfolgsfaktoren im DIY – Multichannelhandel - Das Beispiel hagebau.de**
» Verknüpfung der Vertriebskanäle
» Bedeutung Web 2.0
Joachim van Wahden, Head of E-Commerce baumarkt direkt GmbH / Hagebau Web-TV

SUPERSESSION 2: Social Commerce international und in Deutschland – Was sind die Trends und Entwicklungen?
Vorsitz: Patrick Palombo, E-Commerce /Handelexperte

14.30 – 15.00 **Social Shopping international – What are the Key Figures and Trends?**
Dr. Corinne Lejbowicz., CEO, LeGuide.Com S.A. / F (Vortrag in englischer Sprache)

15.00 - 15.30 **Wie Social Commerce den (Online-) Handel verändert – Das Beispiel der Produktsuche smatch.com**
» Das Internet rückt immer stärker in den Mittelpunkt des Lebens – auch beim Shopping
» Insbesondere bei Mode, Wohnen und Lifestyle spielen emotionale und soziale Komponenten eine wichtige Rolle
Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com, Otto-Group

15.30 – 16.00 **brands4friends.de – Deutschlands größte Online Shopping Community**
Wie man durch virales Wachstum innerhalb eines Jahres zum Marktführer wird
Erfolgsfaktor: Emotion & Interaktion
Constantin Bisanz, Gründer und Geschäftsführer, brands4friends, Private Sale GmbH

16.00 – 16.30 Kommunikations- und Kaffeepause

BESUCH DER KONGRESSMESSE ONLINE WORLD 2009

THE NEXT GENERATION E-COMMERCE – ONLINE HANDEL IM ZEITALTER VON DIGITAL LIFE

16.30 – 17.00 **Impulsvortrag: Der „verspielte“ Online-Handel: Werben und Verkaufen lassen**
Community-getriebene Verkaufskonzepte im E-Commerce punkten vor allem wegen der spielerischen Elemente – warum sie funktionieren und wie Händler profitieren
Andreas Haderlein, Medienexperte und Leiter Zukunftsakademie, Zukunftsinstitut GmbH, Internationale Gesellschaft für Zukunfts- und Trendberatung

17.00 – 17.30 **Keynote: Steigende Kaufbereitschaft durch den Einsatz neuer Technologien für den erfolgreichen Online-Handel: Von Mobile bis Web-TV – Best Practise am Beispiel des internationalen Medien- und VersandWeltbild**
Dr. Klaus Driever, Geschäftsführer New Media, Verlagsgruppe Weltbild GmbH

17.30 – 18.00 **Keynote: Best Case Globetrotter - E-Commerce und IP-TV als Erfolgsfaktoren für echtes Multichannel-Retailing**
Jens Kreklau, Leiter Online Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH

18.00 – 18.30 **Keynote: Die Konvergenz der Medien im digitalen Zeitalter Wo geht die Reise hin?**
Welche Bedeutung haben die zukünftigen Entwicklungen für die E-Commerce Branche?
Prof. Dr. Helmut Thoma, Ex RTL-Chef und Aufsichtsratsvorsitzender Freenet AG

18.30 – 19.00 Sektempfang im Foyer

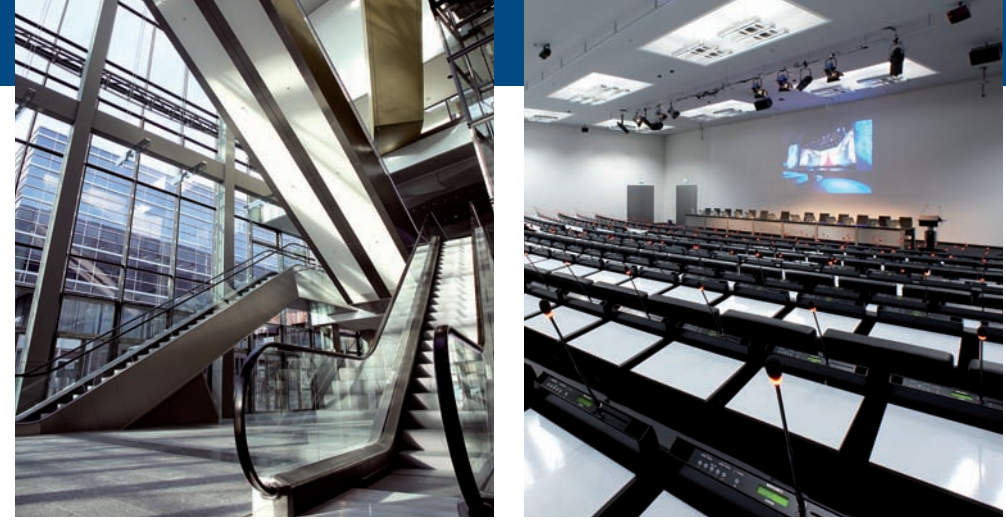
19.00 – 19.45 **Eröffnung Get-Together durch die Talkrunde am Abend:**
Quo vadis Online Retailing? Über welche Wege erreichen wir morgen unsere Kunden?
» Welche Technologien und Kommunikationswege werden 2009 das Rennen machen?
» Was gibt es an Innovationen innerhalb der Medienkonvergenz?
Prof. Dr. Helmut Thoma, Ex RTL-Chef und Aufsichtsratsvorsitzender Freenet AG
Jens Kreklau, Leiter Online Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH
Jan-Dieter Schaap, Director E-Business, Parfümerie Douglas GmbH (angefragt)
Patrick Palombo, E-Commerce Experte
Moderation: Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel



19.45 **Get-Together-Party im Foyer auf der Fachausstellung „Online World 2009“**
Nutzen Sie im Anschluß die Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre mit Live-Musik und internationalem Buffet Ihre Handelskollegen, Partner und Dienstleister zu treffen und Ihr Netzwerk wertvoller Kontakte zu pflegen und auszubauen. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend auf der „Online World 2009“.

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

DIE ZUKUNFT DES INTERNET – DETAILSTRATEGIEN FÜR IHREN ERFOLG IM ONLINE-RETAILING VON MORGEN



9.00 – 9.30 **The Future of E-Commerce**
 Join International Sales Director of Scene7, Jeff Hunt on a cutting-edge presentation that will explore what the E-Commerce experience might look like in the not so distant future. E-Commerce is changing faster than ever before from mobile developments to mind-blowing web applications. Get a first-hand look at what you will need to keep up with your competition **Jeff Hunt**, Join International Sales Director Scene7, Adobe / USA
 (Vortrag in englischer Sprache)

ZWEI PARALLELE SUPERSESSIONS: MARKENFÜHRUNG IM INTERNET UND STRATEGIEN ZUR UMSATZSTEIGERUNG DURCH KOOPERATIONEN, PREISPOLITIK UND ZAHLARTEN

SUPERSESSION 1: MARKE GOES ONLINE: MARKENFÜHRUNG IM INTERNET – HOW TO DO IT?

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

SUPERSESSION 2: UMSATZSTEIGERUNG DURCH KOOPERATIONEN, PREISPOLITIK IM INTERNET UND INTELLIGENTE ZAHLARTEN

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

9.30 – 10.00 **Markenführung im Digitalen Zeitalter**
 » Die wachsende Bedeutung von E-Commerce und Social Commerce für den Handel
 » ROPO: Wie die Online-Recherche Verkäufe im stationären Handel beeinflusst
 » Branding und innovative Online-Kommunikation
Alastair Bruce, Vertical Leader Retail, Google Germany GmbH

9.30 – 10.00 **Online Handel und Medien Marken – Innovative Konzepte zur Umsatzsteigerung im Internet**
 » Medienmarken bieten Vertrauen und Reichweite
 » Voraussetzungen und Bedingungen von Win-Win-Kooperationen
 » Grundsätzliche Ansätze und Beispiele aus der Praxis
Daniela von Heyl, Head of Online & Community-Management work Hubert Burda Media

10.00 – 10.30 **Neue Kommunikationswege in der digitalen Welt am Beispiel NIKE**
 » Die Marke auf dem Desktop
 » Nutzer gestalten die Marke
 » Erlebniswelten schaffen – Verkäufe fördern
Julia Tschiersch, Account Director, Tribal DDB GmbH
Dr. Andreas Kloevekor, Management Supervisor, Tribal DDB GmbH

10.00 – 10.30 **Preispolitik im Internet – Am Beispiel von mobile.de**
 Wie unterscheidet sich die Preisgestaltung im Internet von den traditionellen Märkten
 » Welche Rolle spielen Preisvergleiche und virtuelle Communities und wie wirken sich Empfehlungen und Erfahrungsberichte der Nutzer aus?
 » Wie können Unternehmen verschiedene preispolitische Maßnahmen für ihre Waren oder für ihre Dienstleistung entwickeln?
Peter F. Schmid, Geschäftsführer, mobile.de

10.30 -11.00 **Impulsvortrag: Die Marke im WorldWideWeb - Wie der Point of Genuss auch virtuell begeistert und bindet!**
John Christoph Berndt, Geschäftsführer, brandamazing:GmbH

10.30 – 11.00 **Intelligente Kundengewinnung durch komfortable Zahlarten**
Beat Koch, Director Customer Marketing DACH, Intrum Justitia GmbH

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

9 praxisnahe Fachkonferenzen: Strategien und Lösungsansätze für Ihren zukünftigen Erfolg

FACHKONFERENZ 1: MULTI-CHANNEL HANDEL UND E-COMMERCE 2009 – DIE BESTEN ERFOLGSMODELLE

Vorsitz: Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer .companion

11.30 – 12.00 **Trends im Multi-Channel Handel und Ihre Auswirkung auf die Back-Office Prozesse**
Dieter Urbanke, Vorsitzender der Geschäftsführung
 Hermes Warehousing Solutions

12.00 – 12.30 **„Q-City - Die virtuelle Quelle-Stadt“**
Kamila Vlasáková, Marketing Manager, Quelle Tschechien / CZ
 (Vortrag in englischer Sprache)

12.30 – 13.00 **Multichannel 2.0**
 Veränderung ist die einzige Konstante
Frank Scharmansky, Leiter EP:NetShop, EP:Netshop GmbH

13.00 – 13.30 **Vom Prämien-Versender zum Multi Channel-Anbieter – Versandhandel am Praxisbeispiel der Lufthansa WorldShop GmbH**
Thorsten Asmussen, Lufthansa WorldShop GmbH

FACHKONFERENZ 2: KUNDENBINDUNG & E-CRM WIE ERREICHEN ONLINE HÄNDLER IHRE KUNDEN WIRKLICH?

Vorsitz: Nik von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH

11.30 – 12.00 **Kundenbindung in Communities durch die Bonuswährung webmiles**
 » Vorstellung webmiles Bonusprogramm am Beispiel SCHLECKER Homeshopping
 » Entwicklung zur „Bonus-Community“ 2009
 » Integration der Bonuswährung webmiles in bestehende Community Konzepte
Oliver Reinke, Mitglied der Geschäftsleitung, webmiles GmbH

12.00 – 12.30 **Crossmediale Leadgenerierung und Multichannel Kommunikation** – Wie intelligente Systeme kommunikative Herausforderungen unterstützen
Thomas Heickmann, Geschäftsführer Vertrieb, Schober Information Group Deutschland GmbH

12.30 – 13.00 **Trigger-E-Mail-Kampagnen: Wie Sie mit User-verhaltensgesteuerten E-Mailings Relevanz und optimale Conversions erzielen**
Uwe Michael Sinn, Geschäftsführer, rabbit eMarketing

13.00 – 13.30 **Willkommen im Club: Methoden der Kundenbindung im Zeitalter des E-Commerce**
 Wie können Internet-Shopper langfristig als Kunden gewonnen werden?
Harald Ernst, Geschäftsführer BuyVIP GmbH

FACHKONFERENZ 3: USABILITY & PERFORMANCE – WIE MACHEN SIE IHREN ONLINE-SHOP GEBRAUCHSTAUGLICH UND RENTABEL?

Vorsitz: Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH

11.30 – 12.00 **WebPerformance: Faktoren für den Conversion-Erfolg Ein gemeinsames Fallbeispiel von Blume2000.de und Google Deutschland**
 » Die Effizienzhebel zur Optimierung der Conversion-Rate
 » Mehr als Usability: Fortlaufende Optimierung nach Site-KPIs
Erik Siekmann, Vorstand, Blume 2000 new media AG
Stefan Lein, Industry Head Retail, Google AG

12.00 – 12.30 **Mehr Profitabilität im E-Commerce**
 » Top-Trend CRO: Hintergründe und Zahlen
 » Methodik: Abbrüche reduzieren - Konversion steigern
 » Fallbeispiel: Zweistellige Konversionssteigerung
André Morys, Vorstand und Gründer der Web Arts AG.

12.30 – 13.00 **Steigerung der Kundenzufriedenheit und der Conversion-Rates durch Testing & Targeting Technologien**
 » Einsatz von Testing & Targeting Technologien zur effizienten Maximierung von Conversion-Rates
 » Wertvolle Praxisbeispiele
Michael Beck, Gründer & Geschäftsführer, DIVOLUTION® GmbH

13.00 – 13.30 **Wie aus Traffic Kunden werden**
 Möglichkeiten der Conversion-Optimierung – Case Study der STA Travel GmbH
 » Multivariate Testverfahren
 » Usability-Optimierung
Christian Rahn, Marketing Director, STA Travel GmbH
Burkhard Köpper, General Manager, jaron.DIRECT GmbH

13.30 – 14.30 Mittags- und Kommunikationspause

FACHKONFERENZ 4: LOGISTIK UND FULFILLMENT IM INTERNET ZEITALTER – NEUE WEGE FÜR ONLINE-RETAILER**Vorsitz:** Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH

14.30 – 15.00

„Distribution from the cloud“ – Neue Wege für den Online Handel

- » Anforderungen an ein internationales Fulfillment für physikalische und digitale Produkte
- » Die Rolle von Online Shops für das Cloud Computing – Herausforderungen, Chancen und Risiken am Beispiel des Microsoft Stores

Christiane Ritter, Marketing Manager, Microsoft Deutschland**Michael Konopka**, Leitung E-Commerce B2C, arvato digital services

15.00 – 15.30

Professionelles E-Fulfillment: Full Service für erfolgreiche Brands im E-Commerce

- » Erfolgsfaktoren professioneller Warenmanagementkonzepte
- » Die Bedeutung eines umfassenden Kundenkontaktmanagementkonzeptes für eine langfristige Kundenbindung
- » Best Practice: Realisierung eines Multichannelkonzeptes

Klaus Dotzler, Business Development Manager, Dohmen Solutions GmbH & Co. KG**FACHKONFERENZ 5: INNOVATIONEN UND TECHNOLOGIEN FÜR DEN ONLINE HANDEL VON MORGEN****Vorsitz:** Nik von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH

14.30 – 14.50

Brille24 am Beispiel der virtuellen Brillenanprobe

Hilfsmittel zur Überwindung der Schwellenangst bei Onlinekäufen

Sven Lehmkühl, Geschäftsführer / CCO, Brille24 GmbH

14.50 – 15.10

Innovative Konzepte für die Verkaufsvorbereitung im Netze am Beispiel Ikea

- » Inspiration zum Küchenkauf
- » Was kann man online tun, um Traffic im Store zu generieren
- » Retargeting als Informations-Plattform

Benedikt Holtappels, Geschäftsführer, GRIMM GALLUN HOLTAPPELS Werbeagentur GmbH & Co. KG

15.10 – 15.30

Web 3.0 – Das semantische Web: Einsatzmöglichkeiten, Tipps & Tricks**Markus Linder**, Geschäftsführender Gesellschafter, Smart Information Systems GmbH /A**FACHKONFERENZ 6: INTERNATIONALER ONLINE HANDEL: HERAUSFORDERUNGEN, CHANCEN UND PERSPEKTIVEN****Vorsitz:** Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit

14.30 – 14.50

Schott Music – Ein Musikverlag im internationalen Online-Wettbewerb

- » Der eigene Webshop – Herausforderungen an das Online-Marketing
- » Strategien für neue Produkte und internationale Märkte
- » Innovativ, aber bezahlbar – Chancen und Risiken des globalen Wettbewerbs

Sarah Nicolin, Webshop Managerin, Schott Music GmbH & Co. KG**Oliver Albiez**, Inhaber, tapintoweb®

14.50 – 15.10

SmartShopping goes International - Markterschliessung am Beispiel Großbritannien

- » SmartShopping - das multidimensionale E-Commerce Portal von United Internet Media
- » Strategien zur sukzessiven Erschliessung eines Marktes wie Großbritannien
- » Highlights & Herausforderungen am Beispiel von SmartShopping UK

Daniel Offermann, Leiter Shopping Plattformen United Internet Media AG

15.10 – 15.30

Internationales Fulfillment im E-Commerce**Andreas Kreickmann**, Bereichsleiter Marketing/Vertrieb, PVS Fulfillment-Service GmbH

15.30 – 15.40 kurze Abstimmungspause

FACHKONFERENZ 7: ONLINE MARKETING PROFESSIONELL – DIE NEUESTEN ENTWICKLUNGEN UND TRENDS**Vorsitz:** Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting

15.40 – 16.00

Online-Marketing-Trends 2009

Wahrnehmung der Google Suchergebnisse 2009: Ergebnisse einer Eyetracking-Studie des Arbeitskreises Suchmaschinenmarketing im BVDW und die daraus resultierenden Implikationen für den Online-Handel

Philipp v. Stülpnagel, AK Leiter Suchmaschinenmarketing im BVDW sowie Geschäftsführer SUMO GmbH

16.00 – 16.40

Mobile Marketing & Advertising

Services und Strategien anhand beispielhafter Projekte

Mirko Klopffleisch, the agent factory, CMO, BVDW**Marc Wrobel**, Vodafone MediaSolutions!, Senior Manager New Business & Partnerships**Dieter Carbon**, Vice President, Gigafone, MD EMEA, MMA (Chair)**FACHKONFERENZ 8: E-SECURITY: SICHERHEIT IM E-PAYMENT UND GÜTESIEGEL FÜR ONLINE SHOPS****Vorsitz:** Manfred Kaspar Wolff, Vorstandssprecher BDOA e.V

15.40 – 16.00

Mit Sicherheit gute Online Geschäfte!**Manfred Schömer**, T-Pay, Deutsche Telekom AG

16.00 – 16.20

Betrugsprävention von A bis Z**Miriam Wohlfarth**, Country Manager Germany, Ogone sa/nv/B

16.20 – 16.40

Internet-Gütesiegel in der Praxis

- » Fallbeispiele aus der Praxis des Gütesiegels „Geprüfter Online-Shop“
 - » Stolpersteine und Fallen vermeiden
 - » Optimierungspotenziale nutzen
 - » Von den Besten lernen
- Thorsten Scharmacher**, Leiter Geprüfter Online-Shop + Forschungsbereich E-Commerce EHI Retail Institute

FACHKONFERENZ 9: ERFOLGREICHER B2B HANDEL: NEUE WEGE ZUR WERTSCHÖPFUNG**Vorsitz:** Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH

15.40 – 16.10

Prozesse und Standards als Erfolgsfaktoren im B2B E-Business

- » B2B-Handel effizienter mit EANCOM
- » Standards. Praxis. Mittelstand.
- » ein PROZEUS-Praxisbeispiel mit Mode-Accessoires

Thorsten Kirschner, Senior-Consultant, GS1 Germany GmbH

16.10 – 16.40

Erfolgreicher B2B Online Handel

- » Multi-Channel Strategien im B2B Bereich
- » Erfolgsfaktoren, Stolpersteine und Nutzungspotentiale

Simon Fuchs, E-Commerce Manager, VIKING Direkt GmbH**IMPULSVORTRAG IM PLENUM**

16.40 – 17.10

Wirtschaftskrise aktuell – Welche Auswirkungen haben die aktuellen Entwicklungen auf die E-Commerce Branche? Ist der Online-Händler der Gewinner in der Runde?**Johannes Sausen**, Leiter Branchenresearch Konsumgüter/Handel, IKB Deutsche Industriebank AG

17.10 – 17.30

Ausblick Online Handel 2009 – Eine Branche im Wandel

Zusammenfassung des zweitägigen Kongresses

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

ca. 17.30

Abschluss „Online Handel 2009“

REFERENTEN IM ÜBERBLICK: Oliver Albiez, Inhaber, tapintoweb® | Jörg Arndt, Geschäftsführer, Butlers Handel GmbH | Thorsten Asmussen, Teamleiter Online, Lufthansa WorldShop GmbH | Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer .companion & Professor für Wirtschaftskommunikation FHTW | John Christoph Berndt, Geschäftsführer, brandamazing:GmbH | Michael Beck, Gründer & Geschäftsführer, DIVOLUTION@ GmbH | Alastair Bruce, Vertical Leader Retail, Google Germany GmbH | Dieter Carbon, Gigafone, MD EMEA, MMA (Chair) | Dr. Klaus Driever, Geschäftsführer, New Media bei der Verlagsgruppe Verlagsgruppe Weltbild | Klaus Dotzler, Business Development Manager, Dohmen Solutions GmbH & Co. KG | Harald Ernst, Geschäftsführer, BuyVIP GmbH | Simon Fuchs, E-Commerce Manager, VIKING Direkt GmbH | Nik von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing | Andreas Haderlein, Medienexperte und Leiter Zukunftsakademie, Zukunftsinstitut GmbH | Prof. Gerrit Heinemann, Professor für Management und Handel, Hochschule Niederrhein | Thomas Heckmann, Geschäftsführer Vertrieb, Schober Information Group Deutschland GmbH | Daniela von Heyl, Head of Online & Community-Management, Hubert Burda Media | Benedikt Holtappels, Geschäftsführer, GRIMM GALLUN HOLTAPPELS Werbeagentur GmbH & Co. KG | Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter, ECC Electronic Commerce Center Handel | Jeff Hunt, Join International Sales Director Scene7, Adobe/ USA | Dr. Oliver Janz, Director Global Retail, HUGO BOSS AG | Dr. Philipp Kramer, Rechtsanwalt und Vorsitzender, Hamburger Datenschutzgesellschaft e.V. | Jens Kreklau, Leiter Online Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH | Burkhard Köpper, Geschäftsführer, jaron.DIRECT GmbH | Michael Konopka, Leitung E-Commerce B2C, arvato digital services | Andreas Kreickmann, Bereichsleiter Marketing/Vertrieb, PVS Fulfillment-Service | Thorsten Kirschner, Senior-Consultant, GS1 Germany GmbH | Dr. Andreas Kloevekorn, Management Supervisor, Tribal DDB GmbH | Mirko Klopffleisch, the agent factory, CMO, BVDW | Beat Koch, Director Customer Marketing DACH, Intrum Justitia GmbH | Victoria Bracewell Lewis, Senior Analyst of e-business products, Forrester Research / UK | Sven Lehmkühl, Geschäftsführer / CCO, Brille24 GmbH | Dr. Corinne Lejbowicz., CEO, LeGuide.Com S.A. / F | Markus Linder, Geschäftsführender Gesellschafter, Smart Information Systems GmbH /A | Stefan Lein, Industry Head Retail, Google AG | Carine Moitier, COO & Co-Founder, Bivolino / B | André Morys, Vorstand und Gründer der Web Arts AG | Chris Newiger, Datenschutzbeauftragte, adidas Group | Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer, Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) e.V. | Sarah Nicolin, Webshop Managerin von Schott Music GmbH & Co. KG | Daniel Offermann, Leiter Shopping Plattformen United Internet Media AG | Patrick Palombo, E-Commerce /Handelexperte | Christian Rahn, Marketing Director STA Travel GmbH | Oliver Reinke, Mitglied der Geschäftsleitung, webmiles GmbH | Lars Rabe, Vice President Online Marketing, Intershop Communications AG | Christiane Ritter, Marketing Manager, Microsoft Deutschland | Johannes Sausen, Leiter Branchenresearch Konsumgüter / Handel, IKB Deutsche Industriebank AG | Jan-Dieter Schaap, Director E-Business, Parfümerie Douglas GmbH | Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com, Otto-Group | Stephan Schambach, Gründer & Geschäftsführer, Demandware /USA | Thorsten Scharmacher, Leiter Geprüfter Online-Shop + Forschungsbereich, E-Commerce EHI Retail Institute | Frank Scharmansky, Leiter EP:NetShop, EP:Netshop GmbH | Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, Absolit, Dr. Schwarz Consulting | Peter F. Schmid, Geschäftsführer, mobile.de | Manfred Schömer, T-Pay, Deutsche Telekom AG | Erik Siekmann, Vorstand, Blume 2000 new media AG | Uwe Michael Sinn, Geschäftsführer, rabbit eMarketing | Prof. Dr. Helmut Thoma, Ex RTL-Chef und Aufsichtsratsvorsitzender Freenet AG | Julia Tschiersch, Account Director, Tribal DDB GmbH | Dieter Urbanke, Vorsitzender der Geschäftsführung Hermes Warehousing Solutions | Kamila Vlasáková, Marketing Manager, Quelle Tschechien / CZ | Joachim van Wahden, Head of E-Commerce baumarkt direkt GmbH, Hagebau Web-TV | Christian Winter, Geschäftsführer, Karstadt.de, Karstadt Warenhaus GmbH | Manfred Kaspar Wolff, Vorstandssprecher BDOA e.V. | Marc Wrobel, Vodafone MediaSolutions!, Senior Manager New Business & Partnerships | Miriam Wohlfarth, Country Manager Germany, Ogone sa/nv/B | Jürgen Zurheide, Journalist, Der Tagesspiegel |

DIE PREMIUMSPONSOREN



Demandware ist Anbieter der führenden On-Demand E-Commerce-Plattform. Sie ist hochgradig darauf optimiert, die Qualitäts-, Wachstums und Internationalisierungsanforderungen starker Marken im Online-Geschäft zu erfüllen. Kalkulierbare Kosten durch das Software-as-a-Service Geschäftsmodell, kontinuierliche Innovation durch saisonale Software-Updates und intuitiv zu bedienende Marketing-Tools sind besondere Highlights der Plattform.



Intershop Communications AG ist seit 15 Jahren ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Infinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet, alle zugehörigen Dienstleistungen sowie umfassende Online-Marketing-Services an. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Tchibo, Deutsche Telekom und Quelle. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Asien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.



Die Intrum Justitia-Gruppe ist europaweit der führende Anbieter von Creditmanagement-Dienstleistungen. Mittels unseres innovativen Dienstleistungsportfolios managen wir die B2C-/B2B-Kundenrisiken unserer Mandanten innerhalb eines ganzheitlichen Lösungsansatzes, der modular zum Einsatz kommen kann – angefangen bei Kreditinformationen über das Debitorenmanagement bis hin zum Forderungskauf oder der Zahlungsgarantie. Gruppenweit betreuen rund 3.000 Mitarbeiter circa 90.000 Kunden in 24 europäischen Märkten. www.intrum.de



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 Köpper 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.

ONLINE WORLD 2009

Die Fachausstellung zum Kongress Online Handel 2009!

Das hochkarätige Programm des Kongresses „Online Handel 2009“ wird durch die begleitende Fachausstellung „Online World 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
- E-Commerce und Billing
- Web Services und Service Provider
- Web Development und Design
- eProcurement und eCollaboration
- Content Management
- Intranet, EAI, Peer2Peer
- Storage Networking
- Wireless Internet
- Zahlungssysteme und Payment Security Lösungen
- Fulfillment und Logistik
- Online - Shoppingsysteme

Sind Sie interessiert, als Aussteller dabei zu sein?
Dann fordern Sie weitere Informationen an:
Tel.: 0 61 72 / 96 66-0 • Fax: 0 61 72 / 96 66-45
E-mail: ausstellung@managementforum.com

DIE GOLDSPONSOREN



Adobe Scene7 ist führender Anbieter von On-Demand-Rich-Media-Lösungen. Unternehmen können das Einkaufserlebnis im Internet und somit Ihre Kaufrate steigern, die Produktionskosten für Rich-Media-Inhalte senken und Prozesse effektiver gestalten. Scene7 bietet schlüsselfertige Lösungen für die dynamische Erzeugung von Bildern, personalisierte E-Mails und Drukzeugnisse, blätterbare Online Kataloge, Visuellekonfiguratoren, e-Video und Bild-Management. Erfahren Sie mehr unter www.scene7.de



arvato digital services gehört zu den Marktführern im Bereich integrierter Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von Post-Production über Replikation, Fulfillment, Distribution/Supply Chain Management und Financial Services bis hin zur Electronic Software Distribution. Unterstützt werden all diese Prozesse von innovativen End-to-End-IT-Systemen. Mit unseren Lösungen schaffen wir Mehrwerte und stellen sicher, dass sie für die Herausforderungen des Marktes gut gerüstet sind. 8.000 Mitarbeiter betreuen unsere Kunden auf der ganzen Welt auf höchstem Qualitätsniveau – und das seit 50 Jahren. Unsere globale Präsenz deckt 18 Länder auf allen fünf Kontinenten ab. Wir entwickeln Ihr Online-Shop-System (Frontend & Backend) und kümmern uns um das End-to-End-Fulfillment (B2B, B2C) – egal, ob Sie Ihre Produkte physisch vertreiben oder digital zum Download zur Verfügung stellen wollen. www.arvatodigitalservices.com



DIVOLUTION® ist der deutsche Software-as-a-Service Anbieter für Webanalyse, Profiling, A/B + Multivariate Testing und Targeting. Seit 2005 bietet DIVOLUTION auf Basis eines zum Patent angemeldeten Verfahrens eine Echtzeitanalyse des digitalen Besucherverhaltens. Das ist der Schlüssel zur besseren Kundenansprache und führt zu maximalen Conversion-Rates und erhöhten Umsätzen. Diese innovativen Software-Services „Made in Germany“ liefern E-Commerce Unternehmen den entscheidenden Vorsprung im Online-Business.



Hermes Warehousing Solutions (HWS), Entwickler und Anbieter von Fulfillment-Lösungen für den Online- und Multi-Channel- Handel, hat mit eEasy® eine All-in-Lösung geschaffen, die Ihnen einen schnellen, unkomplizierten und zugleich hocheffektiven Einstieg in den E-Commerce ermöglicht. Inklusive Webshop, Debitorenmanagement sowie sämtlichen logistischen Aufgaben wie Warehousing, Distribution und Retourenmanagement. Fokussieren Sie sich auf Ihr Kerngeschäft, alles andere nehmen wir Ihnen mit eEasy® ab. Fulfillment, Multi-Channel-Logistics, B2B/B2C: www.hermes-ws.com



Ogone bietet umfangreiche Zahlungslösungen für Onlineshops, Call Center, den Reisesektor uvm. Mit zertifizierten Anbindungen zu mehr als 100 Banken ist Ogone Ihre Schnittstelle zu allen gängigen lokalen und internationalen Zahlungsmethoden wie Visa, MasterCard, American Express und giro-pay und ELV in Deutschland, eps in Österreich etc. Mit über 15.000 Kunden in mehr als 25 Ländern ist Ogone ein führender europäischer Payment Service Provider.



Einfach & vielseitig online bezahlen

Für alle, die im Internet etwas zu bieten haben: Mit T-Pay von Deutsche Telekom verschaffen Sie Ihren Kunden eine unkomplizierte und sichere Möglichkeit, online zu bezahlen. Und das über ein Unternehmen, dem die wichtigsten Marken und die meisten Kunden in Deutschland vertrauen. T-Pay bietet bis zu sechs unterschiedliche Zahlvarianten. Ob zum Beispiel über die Telekom-Rechnung, per Online-Überweisung oder Prepaid mit MicroMoney gezahlt werden soll, bei T-Pay findet Ihr Kunde garantiert sein bevorzugtes Zahlungsmittel. Natürlich bieten wir die Klassiker Lastschrift und Kreditkarte ebenfalls an. T-Pay – das zahlt sich aus.



Online Profit Maximized. Warum stoppen Ihre Kunden im Sales-Funnel? Warum sinkt Ihr Customer Lifecycle Value? In allen E-Commerce-Portalen stecken noch enorme Leistungspotenziale. Die Steigerung der Ertrags- und Konversionsleistung ist das Spezialgebiet der Web Arts AG. Kernkompetenz ist die Erhöhung der Kaufmotivation auf Basis qualitativer Analysen (Motivation Labs). Über 30 Mitarbeiter arbeiten in den Bereichen Analyse, Beratung und Konzeption für namhafte Kunden.

DIE MEDIAPARTNER



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.



Der Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter mit Sitz in Köln ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen aus den Bereichen Mehrwertdienste und E-Commerce. Die Mitglieder erforschen, entwickeln und produzieren virtuelle Ausstattungen für Online-Dienste und Versandhandelsplattformen. Ziele des Verbandes sind die Förderung der Berufs- und Weiterbildung im Bereich Online-Dienstleistungen sowie die Entwicklung von Standards für die Integration verschiedener Leistungseinheiten von Online-Mehrwertdiensten zu einem System. Diese Ziele fördert der BDOA durch Arbeitskreise als Fachveranstaltungen, Publikationen und die Entwicklung technischer Plattformen mit offenen Standards



Das am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) angesiedelte E-Commerce-Center Handel wurde 1999 gegründet und beschäftigt sich im Rahmen von Auftragsprojekten mit den vielfältigen Aspekten des E-Commerce von Online-Marketing bis hin zu Multi-Channel-Management. Unter www.ecc-handel.de betreibt es eine umfangreiche Informationsplattform. Das ECC Handel ist Teil des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr.



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



United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit digitaler Technologie. Expertise und Knowhow 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 kundenspezifisch 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.



Datenschutz-Berater ist seit über 25 Jahren ein wichtiger Ratgeber für Datenschutzbeauftragte. Mit den täglich wachsenden Möglichkeiten der elektronischen Medien wird das hochsensible Thema Datenschutz immer wichtiger. Wer sich professionell damit befasst, findet im Datenschutz-Berater aktuelles Fachwissen. Monatlich berichten in diesem Informationsdienst führende Spezialisten über aktuelle Entwicklungen wie z.B. neue Kryptomethoden, neue Systeme für den sicheren Einsatz von E-Business oder aktuelle Datenschutzbestimmungen in Europa. www.datenschutz-berater.de

Einladung zum „Online Handel 2009“

Sehr geehrte Damen und Herren,
das Geschäft im Netz steht auch im kommenden Jahr auf enormen Wachstumskurs! Trotz der aktuellen Krise an den Finanzmärkten stellt der Online Handel wiederholt zum Jahresende Rekorde auf: Mehr als 31 Millionen Deutsche kaufen mittlerweile im Netz ein und bescheren der Branche zweistellige Zuwachsraten. Für 19,3 Milliarden Euro bestellten sie dieses Jahr im Netz Waren und Dienstleistungen, im Vorjahr waren es noch 16,8 Milliarden Euro. Den größten Anteil tragen hierbei die Multi-Channel-Händler mit einem E-Commerce-Umsatz von 5,2 Milliarden (Vorjahr: 4,26 Milliarden). Die Wachstumstreiber, die reinen Internetversender erreichten gegenüber dem Vorjahr mit 3,74 Milliarden ein Plus von 57,3 Prozent!

Wir dürfen Sie heute sehr herzlich einladen zum Jahresauftakt, am **20. und 21. Januar 2009** am Kongress „**Online Handel 2009**“ teilzunehmen. Zum 5. Mal in Folge treffen sich zu Beginn des neuen Jahres Top-Experten der Online- und E-Commerce Szene und Branchenkenner der digitalen Wirtschaft. Das moderne **Congress Center Rosengarten in Mannheim** bietet hierfür die ideale Umgebung. Unter dem Motto:

„ONLINE RETAILING 2009 – WELCHE BRANCHEN, WELCHE UNTERNEHMEN, WELCHE STRATEGIEN WERDEN DIE GEWINNER SEIN?“

werden die Resultate des Weihnachtsgeschäftes 2008 sowie die neuesten Trends und Wachstumsperspektiven dieses dynamischen Vertriebsweges für 2009 diskutiert.

Spezial: Aus aktuellem Anlass erörtern hochkarätige Experten die Frage: „**Wie sicher können sich Online-Händler künftig noch in den durch die geplante Novelle zum Bundesdatenschutz gesteckten rechtlichen Grenzen bewegen? Welche Werbemöglichkeiten bleiben möglich?**“

Profitieren Sie von der einmaligen Mischung aus Top-Referenten, spannenden praxisorientierten Vorträgen und neuen Kontakten! Ob Impulsvortrag, Keynote oder Diskussionsrunde— dieser Kongress besticht durch hochrangige Kompetenz. Überzeugen Sie sich selbst!

Parallel zum Kongress werden auf der begleitenden Fachaussstellung Online World 2009 innovative Dienstleister ihre Produkte, Technologien und Konzepte dem anwesenden Fachpublikum präsentieren.

Auch das Get-Together wird am neuen Veranstaltungsort im **Congress Center Rosengarten** in Mannheim nicht zu kurz kommen. Freuen Sie sich auf eine **stimmungsvolle Ausstellerparty** mit **internationalem Buffet und Musik** und nutzen Sie die Gelegenheit, neue Kontakte zu Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen und zu vertiefen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme. Bis dahin wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches (Online-) Weihnachtsgeschäft 2008!

Mit herzlichen Grüßen

Jochen Luksch
Geschäftsführer
B+P Management Forum GmbH

Sandra Schröder
Projektleiterin

Faxanmeldung: 0 61 72 / 96 66 45



hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Kongress

Online Handel 2009

am **20./21. Januar 2009** € 1.190 p.P. zzgl. MwSt.

- Wir interessieren uns für Ausstellungsmöglichkeiten auf der „Online World 2009“. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen!
- Wir interessieren uns für Sponsoringmöglichkeiten. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen!

1. Name	Vorname	
Position	Firma	
Straße	PLZ/Ort	
Telefon/Fax	E-Mail*	
2. Name	Vorname	
Position	Firma	
Straße	PLZ/Ort	
Telefon/Fax	E-Mail*	
3. Name	Vorname	
Position	Firma	
Straße	PLZ/Ort	
Telefon/Fax	E-Mail*	
Datum	Firmenstempel	Unterschrift

- 15%

EXKLUSIV FÜR KONGRESSTEILNEHMER:

Vor offiziellem Erscheinungstermin
verlosen wir auf der Online World 2009
3 Exemplare der Neuerscheinung:

INFORMATION UND ANMELDUNG

Nähere Informationen erhalten Sie:

per Telefon: 0 61 72 / 96 66 - 0
per Telefax: 0 61 72 / 96 66 - 45
per Post: B+P Management Forum GmbH
Schwedenpfad 24, 61348 Bad Homburg
per e-mail: info@managementforum.com
per Internet: www.managementforum.com

Termin:

Dienstag, 20. Januar 2009
Mittwoch, 21. Januar 2009

Ort:

Congress Center Rosengarten Mannheim
Rosengartenplatz 2 · D-68161 Mannheim
Tel: +49(0)621/4106-125

Zimmerreservierung:

Das angrenzende Tagungshotel hält ein Zimmerkontingent zu ermäßigten Preisen für Konferenzteilnehmer bereit (zeitlich limitiert bis 15.01.09). Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum vor:

Dorint Kongresshotel Mannheim

Friedrichsring 6, 68161 Mannheim
Telefon: +49(0)621 1251-0 · Fax: +49(0)621 1251-100
E-Mail: Info.Mannheim@dorint.com
EZ: € 153,- exkl. Frühstück

Zielgruppen:

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

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf diesem Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt € 1.190,- zzgl. MwSt. pro Person. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält auch Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongressseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 20. Dezember 2008 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 20. Dezember 2008 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 Kongress Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.



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