



- Stuttgart** 14.11.2006
- Frankfurt** 21.11.2006
- München** 23.11.2006
- Berlin** 28.11.2006
- Hamburg** 30.11.2006
- Düsseldorf** 07.12.2006

omf

online
marketing
forum

8. Online Marketing Forum

Top Themen:

- **Follow-Up Marketing – dem Nutzer auf der Spur**
Marco Klimkeit, Geschäftsführer, newtention extended networks GmbH
- **Seriöse Suchmaschinenoptimierung als effizientes Marketing-Instrument**
Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH
- **Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Fachgruppe Mobile, BVDW e.V.
- **Online Marketing International: Europäische Länder und USA im Vergleich**
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco
- **Virales Marketing – Die Erfolgsstory von Habbo Hotel**
Torsten Jüngling, Country Manager, Sulake Deutschland
- **Die Trends im Suchmaschinenmarketing: Wohin steuert der Markt?**
Markus Frank, Director Sales, Microsoft Online Services Group Deutschland

Teilnahme nur
€199,-
zzgl. MwSt.

Es referieren und diskutieren u.a.:

Torsten Jüngling,
Country Manager,
Sulake
Deutschland



Marko Dörre,
Rechtsanwalt
Ralf Haberich,
Marketingleiter,
Nedstat GmbH



Dr. Werner Emde,
Geschäftsführender
Gesellschafter,
EXAconsult
GmbH



M. Klimkeit,
Geschäftsführer,
newtention
extended
networks
GmbH

C. Sauer,
Geschäftsführer,
Webtrekk GmbH
M. Frank,
Microsoft Online
Services Group
Deutschland



Oliver Neuerbourg,
Geschäftsführer,
DeTeMedien,
Deutsche
Telekom
Medien



Zwei parallele Konferenzstränge + Workshop-Programm

Konferenzprogramm & Anmeldung unter
www.onlinemarketingforum.de

Gold-Sponsor



Silber-Sponsoren



Veranstalter



Wachstumstrend hält an



Melanie Fank,
Leitung Messen
und Kongresse,
Penton Media
GmbH

Die Online Marketing Branche hat allen Grund zur Freude: Das Wachstum der Investitionen in Online Werbung ist nach wie vor ungebremst. Auch das erste Halbjahr 2006 übertraf wieder einmal die Erwartungen und schloss erneut mit einer Rekordmeldung ab.

Parallel zur Marktentwicklung ist auch das Online Marketing Forum (OMF) – seit vier Jahren eine etablierte Konferenzreihe am Markt – kontinuierlich gewachsen. Im Frühjahr 2006 ist das OMF erstmals mit neuem Konzept gestartet: mit praxisnahen Vorträgen und Case Studies in zwei parallelen Vortragsreihen und zusätzlichem Workshopangebot für Anwender. Mehr als 1000 Teilnehmer haben die Frühjahrstour besucht und die Konferenzen durch Beiträge und Fragen bereichert. Nach dem großen Erfolg im Frühjahr geht das OMF auch im Herbst mit dem erweiterten Angebot an den Start: diesmal mit Workshops in jeder OMF-Stadt!

Wir laden Sie herzlich ein, mit dem Besuch des Online Marketing Forums Ihr Know-how umfassend auf den neuesten Stand zu bringen und freuen uns auf Ihr Kommen!

Ihre

Melanie Fank



Das Online Marketing Forum wird Ihnen
präsentiert mit freundlicher Unterstützung
der INTERNET WORLD Business.

Tagesprogramm: Stuttgart 14.11.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- Begrüßung und Einführung in das Thema
Dirk Ploss, Geschäftsführer, Salery Loyalty & Trade Marketing GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Mark Wächter, Vorsitzender der Fachgruppe Mobile, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International:**
Europäische Länder und USA im Vergleich
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



**Mark
Wächter**

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

Konferenz

Moderation: Dirk Ploss, Geschäftsführer,
Salery Loyalty & Trade Marketing GmbH

Workshops

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

Suchmaschinenmarketing

- Vortrag Suchmaschinenmarketing
n.n., 24/7 Real Media Deutschland GmbH
- **Dos and Don'ts der Suchmaschinenoptimierung**
 - Seriöse Methoden der Suchmaschinenoptimierung
 - Praxisbeispiele
- Diskussion

Workshop Web-Controlling

- Die 10 häufigsten Fehler im Web-Controlling
 - Suchmaschinenmarketing: Was muss ich beachten?
 - Anmeldeprozesse: Liegt meine CR im Benchmark gut oder schlecht?
 - Kampagnenanalyse: Wie vergleiche ich am besten?
 - Klickbetrug: Kann ich Klickbetrug ausschließen?
 - Usability: Wie verbessere ich die Usability?
 - A/B-Tests: Was ist das?
- Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

Online Marketing Trends

- Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH
- **Fokus Cross Media:**
Online und Mobile Marketing kombinieren
- Diskussion

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.00 Uhr: Vierter Tagungsteil

Online Marketing Best Practices

- Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Von Google AdWords über Affiliate- und E-Mail Marketing bis zu Domain- und Wettbewerbsrecht
Marko Dörre, Rechtsanwalt
- Diskussion

Tagesprogramm: Frankfurt 21.11.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- Begrüßung und Einführung in das Thema
Thomas Peters, Geschäftsführer, nonstopConsulting GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Eva Buschkrei, Stv. Vorsitzende der Fachgruppe Mobile, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International:**
Europäische Länder und USA im Vergleich
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



**Eva
Buschkrei**

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

Konferenz 1

Moderation: Thomas Peters, Geschäfts-
führer, nonstopConsulting GmbH

Konferenz 2

Moderation: Dirk Ploss, Geschäftsführer,
Salery Loyalty & Trade Marketing GmbH

Workshops

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

Suchmaschinenmarketing

- Vortrag
Suchmaschinenmarketing
n.n., 24/7 Real Media
Deutschland GmbH
- **Suchmaschinenmarketing Best Practices**
Katja Stranovsky, Unit Leiterin
Finance and Brands,
eprofessional GmbH
Robert Huber, Leiter Online
Marketing, DaimlerChrysler
Bank AG
- Diskussion

Online Marketing Trends

- Erfolg durch die richtige Strategie und Wissensgenerierung
René Körting, Geschäftsführender
Gesellschafter, exelution GmbH
Dr. Werner Emde, Geschäftsfüh-
render Gesellschafter,
EXAConsult GmbH
- **Fokus Cross Media:**
Online und Mobile Marketing
kombinieren
- Diskussion

Workshop Web-Controlling

- Die 10 häufigsten Fehler im Web-Controlling
 - Anmeldeprozesse: Liegt meine CR im Benchmark gut oder schlecht?
 - Kampagnenanalyse: Wie vergleiche ich am besten?
 - Klickbetrug: Kann ich Klickbetrug ausschließen?
 - Usability: Wie verbessere ich die Usability?
 - A/B-Tests: Was ist das?
- Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

E-Mail Marketing

- E-Mail Marketing Trends
- Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Von Google AdWords über Affiliate- und E-Mail Marketing bis zu Domain- und Wettbewerbsrecht
Marko Dörre, Rechtsanwalt
- Diskussion

Web-Controlling

- Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH
- **Web-Controlling:**
Wie man Erfolg messen kann
- Diskussion

Workshop SEO

- Suchmaschinenoptimierung
 - Vor- und Nachteile im Vergleich zu Sponsored Links
 - Worauf kommt es an, damit eine Website gut gefunden wird?
 - SPAM in Suchdiensten: Was ist das eigentlich?
- Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.30 Uhr: Vierter Tagungsteil

Performance Marketing

- Performance Marketing – der neue Trend
- Mit Affiliate Marketing den Absatz fördern
- Diskussion

Online Marketing Best Practices

- Anwenderbericht: Virales Marketing – Die Erfolgstory von Habbo Hotel
Torsten Jüngling,
Country Manager, Sulake Deutschland
- **Behavioural Targeting – Werben nach verhaltensorientierten Kriterien**
- Diskussion

Ist mir Recht!



Rechtsanwalt Marko Dörre referiert in jeder OMF-Stadt zur aktuellen Rechtslage im Online Marketing und weist auf rechtliche Probleme und Gegebenheiten hin. Darüber hinaus steht er in den Pausen für Fragen zur Verfügung. Herr Dörre ist Rechtsanwalt in Hamburg. Der Schwerpunkt seiner anwaltlichen Beratung liegt im Bereich des Medienrechts.

„Ob E-Mail Marketing, Suchmaschinenoptimierung oder die Arbeit mit Affiliates, mehr und mehr stehen rechtliche Problematiken im Vordergrund. Neue Gesetze und neue Urteile prägen das Online Marketing. Wer hier die juristischen Möglichkeiten kennt, ist klar im Vorteil.“

Marko Dörre, Rechtsanwalt

Highlights des OMF Herbst 2006

- **Best Practices, aktuelle Trends und einen Blick in die Zukunft:** in zwei parallelen Konferenzpanels vermitteln Experten der Branche und Marketingleiter aus Anwenderunternehmen sowohl Grundlagen- als auch Expertenwissen
- **Workshop-Programm für Anwender in jeder OMF-Stadt:** parallel zur Konferenz finden 90-minütige Workshops für Anwender statt (Teilnahme für OMF-Teilnehmer nach Vorregistrierung kostenlos)
- **Themenvielfalt:** 90-minütige Themenblocks widmen sich einem Trendthema im Online Marketing, nach den Vorträgen ist Zeit für offen geführte Diskussionen
- **„Ist mir Recht!“:** Tipps zur aktuellen Rechtslage gibt Rechtsanwalt Marko Dörre in seinem Vortrag und steht darüber hinaus in den Pausen für Fragen zur Verfügung
- **Website-Klinik** in jeder OMF Stadt

Website-Klinik

Die **Notaufnahme für Ihre Website:** Nutzen Sie vor Ort den Service der Website-Klinik und lassen Sie Ihre Website auf Suchmaschinentauglichkeit prüfen. Sie erhalten eine kurze Diagnose, warum Ihre Website in Suchmaschinen nicht optimal gefunden wird und welche Medizin hilft! Die Website-Klinik ist ein Service der SUMO GmbH für die Besucher des OMF in Stuttgart, Frankfurt, München, Berlin, Hamburg und Düsseldorf. Eine Terminvereinbarung im Vorfeld ist nicht erforderlich, auf Wunsch aber gerne möglich.

Tagesprogramm: München 23.11.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- **Begrüßung und Einführung in das Thema**
Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Marcel Pirlich, Leiter des Arbeitskreises Mobile Info-/Entertainment, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International: Europäische Länder und USA im Vergleich**
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



Dimitrios Haratsis

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

Konferenz 1	Konferenz 2	Workshops
Moderation: Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH	Moderation: Thomas Peters, Geschäftsführer, nonstopConsulting GmbH	

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

- | Suchmaschinenmarketing | Online Marketing Trends | Workshop Lokale Suche |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Die Trends im Suchmaschinenmarketing: Wohin steuert der Markt?
Markus Frank, Director Sales, Microsoft Online Services Group Deutschland ■ Vortrag Suchmaschinenmarketing n.n., 24/7 Real Media Deutschland GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Erfolg durch die richtige Strategie und Wissensgenerierung
René Körting, Geschäftsführender Gesellschafter, exelution GmbH ■ Dr. Werner Emde, Geschäftsführender Gesellschafter, EXAConsult GmbH ■ Follow-Up Marketing – dem Nutzer auf der Spur
Marco Klimkeit, Geschäftsführer, newtention extended networks GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Endlos-Treffer oder schnelles Finden: Wie funktionieren lokale Suchmaschinen?
• Crawling: Der Informationspool für die lokale Suchmaschine – welche Daten werden wie durchsucht? • Relevanzranking: Wie entsteht eine Trefferliste? • Kategorisierung: Die Zuordnung von Kategorien zu den Webseiten
Benjamin Broshi und Reimar Hantke, DeTeMedien, Deutsche Telekom Medien GmbH |

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

- | E-Mail Marketing | Lokale Suche/Web-Controlling | Workshop SEM/SEO |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Zielgruppengerechtes und innovatives Permission-Marketing
• Analyse, Profilierung, Selektion • Multichannel-Marketing • Praxisbeispiele (u.a. Vitaphone GmbH)
David Mermelstein, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH ■ Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Marko Dörre, Rechtsanwalt ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Lokale Suche: Wie sich das Internet für den Mittelstand öffnet
Oliver Neuerbourg, Geschäftsführer, DeTeMedien, Deutsche Telekom Medien GmbH ■ Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Suchmaschinenmarketing und -optimierung
• Internationales/ Europäisches SEM (Suchmaschinenmarketing) • Internationales/ Europäisches SEO (Suchmaschinenoptimierung)
Tim Ringel, CEO, metapeople GmbH (Vorkenntnisse erforderlich!) |

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.30 Uhr: Vierter Tagungsteil

- | Performance Marketing und SEO | Affiliate Marketing |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Performance Marketing
Katja Stranovsky, Unit Leiterin eprofessional GmbH und Robert Huber, DaimlerChrysler Bank AG ■ Seriöse Suchmaschinenoptimierung als effizientes Marketing-Instrument
Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Affiliate Marketing – Mehr Erfolg durch online Vertriebspartnerschaften
Case Study: O2, eBay
Mark Stille, Geschäftsführer affilinet, Vorstandssprecher und COO AdLINK ■ Case Study Affiliate Marketing ■ Diskussion |

Tagesprogramm: Berlin 28.11.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- **Begrüßung und Einführung in das Thema**
Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Prof. Dr. Ralf Schengber, Leiter des Arbeitskreises Mobile Research, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International: Europäische Länder und USA im Vergleich**
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



Prof. Dr. Ralf Schengber

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

Konferenz	Workshops
Moderation: Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH	

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

- | Suchmaschinenmarketing | Workshop Dialog Marketing |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Mit Suchtechnologien die eigene Marktposition verbessern
• Was heißt aktives Suchmaschinenmarketing jenseits von Google & Co? • Wie nutzen Unternehmen Suchtechnologien zur Forcierung ihrer Geschäftsmodelle
Frank Meltke, Gründer und CEO, contraco Consulting & Software Ltd. ■ Vortrag Suchmaschinenmarketing n.n., 24/7 Real Media Deutschland GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Akquisition durch Dialog über den Online Kanal
• Wie gestalten Sie einen Dialog zur Akquisition über elektronische Kanäle? • Wie lernen Sie aus dem Dialog mit der Zielgruppe? • Auf welche Weise können Sie Ihre Akquisitionskampagne schnell und effektiv optimieren? • Welches sind die Erfolgskriterien für erfolgreiche Lead-Generierung?
Markus Siepmann, Senior Consultant, T-Systems Multimedia Solutions GmbH |

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

- | Online Marketing Trends | Workshop Suchmaschinenmarketing |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH ■ Fokus Cross Media: Online und Mobile Marketing kombinieren ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> • Wie machen Sie den Absatzkanal „Online“ für Ihr Unternehmen nutzbar? • Was benötigt Ihre Website, um bei Google & Co. gefunden zu werden? • Welche weiteren Möglichkeiten bietet Ihnen Online-Marketing (Online-PR, Webcontrolling etc.) • Welche Trends zeichnen sich 2007 ab?
Marius Schulze, Diplom-Wirtschaftsinformatiker, Projektmanager, trafficmaxx |

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.30 Uhr: Vierter Tagungsteil

- **Online Marketing Best Practices**
- Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Von Google AdWords über Affiliate- und E-Mail Marketing bis zu Domain- und Wettbewerbsrecht
Marko Dörre, Rechtsanwalt
- Diskussion

Stimmen zum Online Marketing Forum



Philipp von Stülpnagel,
Geschäftsführer,
SUMO GmbH

Das sagten unsere Teilnehmer über die Frühjahrs-Tour des OMF:

„Sowohl die organisatorische Abwicklung der Veranstaltung, als auch die zweistufige Durchführung der Vorträge und Workshops haben vollends überzeugt. Besonders der direkte Kontakt zwischen der heterogenen Teilnehmerschaft und den hervorragenden Referenten gibt dem Besuch des OMF eine besondere Note. Beim Online Marketing Forum nimmt jeder etwas für sich persönlich und beruflich mit.“
Ronny Noy, DZ-Media Verlag GmbH

„Gerade in unserer schnelllebigen Branche ist es von zentraler Bedeutung, sich regelmäßig über neue Trends und Entwicklungen zu informieren. Das Online Marketing Forum bietet hierfür die ideale Gelegenheit und zählt zu den wichtigsten Events in der Online-Marketing-Branche.“
Nico Zorn, Leiter Online-Marketing, artegic AG

„Es war bereits mein 2. Besuch des OMF. Das neue Konzept birgt eine neue Herausforderung in sich, da fast alle angebotenen Veranstaltungen mein Interesse weckten und nun Prioritäten gesetzt werden mussten. Ich bin mit einem hervorragenden Update meines Wissens und einigen sehr vielversprechenden Kontakten wieder abgefahren. Gern werde ich die nächste Gelegenheit für einen erneuten Besuch wahrnehmen - das Preis / Leistungsverhältnis ist unschlagbar. Ganz wie die Produkte meines Arbeitgebers. So schließt sich der Kreis.“
Kay Thomas Fritsche, Deutsche Kreditbank AG



Mark Stilke,
Geschäftsführer, affilinet,
Vorstandssprecher und COO AdLINK



Christian Stallknecht,
Vertriebsleiter,
Schober eServices GmbH



Dr. Werner Emde,
Geschäftsführender
Gesellschafter,
EXAconsult GmbH



Manuel Dischinger,
Vertriebsleiter,
Schober eServices GmbH



Tobias Ihde,
Prokurist,
Leiter Online Marketing und Web,
traffimaxx

Mehr Stimmen zum OMF unter www.onlinemarketingforum.de

Tagesprogramm: Hamburg 30.11.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- **Begrüßung und Einführung in das Thema**
Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Marcel Pirlich, Leiter des Arbeitskreises Mobile Info-/Entertainment, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International: Europäische Länder und USA im Vergleich**
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



Thomas Peters

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

- | Konferenz 1 | Konferenz 2 | Workshops |
|---|--|-----------|
| Moderation: Dimitrios Haratsis, Country Manager Spain, eprofessional GmbH | Moderation: Thomas Peters, Geschäftsführer, nonstopConsulting GmbH | |

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

- | Suchmaschinenmarketing | Online Marketing Trends | Workshop Web-Controlling |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Vortrag
Suchmaschinenmarketing n.n., 24/7 Real Media Deutschland GmbH ■ Seriöse Suchmaschinenoptimierung als effizientes Marketing-Instrument – und was man besser lassen sollte
Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Follow-Up Marketing – dem Nutzer auf der Spur
Marco Klimkeit, Geschäftsführer, newtention extended networks GmbH ■ Erfolg durch die richtige Strategie und Wissensgenerierung
René Körting, Geschäftsführender Gesellschafter, exelution GmbH ■ Dr. Werner Emde, Geschäftsführender Gesellschafter, EXAconsult GmbH ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Die 10 häufigsten Fehler im Web-Controlling • Suchmaschinenmarketing: Was muss ich beachten? • Anmeldeprozesse: Liegt meine CR im Benchmark gut oder schlecht? • Kampagnenanalyse: Wie vergleiche ich am besten? • Klickbetrug: Kann ich Klickbetrug ausschließen? • Usability: Wie verbessere ich die Usability?
Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH |

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

- | Web-Controlling/ Lokale Suche | Performance Marketing | Workshop Suchmaschinenmarketing |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH ■ Potenziale der Lokalen Suche ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Performance Marketing Best Practices
Katja Stranovsky, Unit Leiterin, eprofessional GmbH ■ Robert Huber, Leiter Online Marketing, DaimlerChrysler Bank AG ■ Affiliate Marketing – Mehr Erfolg durch online Vertriebspartnerschaften
Mark Stilke, Geschäftsführer affilinet ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> • Wie machen Sie den Absatzkanal „Online“ für Ihr Unternehmen nutzbar? • Was benötigt Ihre Website, um bei Google & Co. gefunden zu werden? • Welche Trends zeichnen sich 2007 ab?
Tobias Ihde, Prokurist, Leiter Online Marketing und Web, traffimaxx |

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.30 Uhr: Vierter Tagungsteil

- | Online Marketing Trends | E-Mail Marketing |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Fokus Cross Media: Online und Mobile Marketing kombinieren ■ Anwenderbericht: Virales Marketing – Die Erfolgsgory von Habbo Hotel
Torsten Jüngling, Country Manager, Sulake Deutschland ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Zielgruppengerechtes und innovatives Permission-Marketing • Analyse, Profilierung, Selektion • Multichannel-Marketing • Praxisbeispiele (u.a. Vitaphone GmbH)
Christian Stallknecht, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH ■ Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Marko Dörre, Rechtsanwalt ■ Diskussion |

Tagesprogramm: Düsseldorf 07.12.2006

9.00 Uhr - 10.30 Uhr: Plenum

- **Begrüßung und Einführung in das Thema**
Thomas Peters, Geschäftsführer, nonstopConsulting GmbH
- **Keynote: Mobile Marketing – Trends und Entwicklungen**
Prof. Dr. Ralf Schengber, Leiter des Arbeitskreises Mobile Research, BVDW e.V.
- **Keynote: Online Marketing International: Europäische Länder und USA im Vergleich**
Andrew Sanderson, Gründer, ansaco



Dirk Ploss

10.30 - 11.15 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

- | Konferenz 1 | Konferenz 2 | Workshops |
|--|--|-----------|
| Moderation: Thomas Peters, Geschäftsführer, nonstopConsulting GmbH | Moderation: Dirk Ploss, Geschäftsführer, Salery Loyalty & Trade Marketing GmbH | |

11.15 - 12.45 Uhr: Zweiter Tagungsteil

- | Suchmaschinenmarketing | Web-Controlling/ Affiliate Marketing | Workshop E-Mail Marketing |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Vortrag
Suchmaschinenmarketing n.n., 24/7 Real Media Deutschland GmbH ■ Suchmaschinenmarketing Best Practices
Katja Stranovsky, Unit Leiterin Finance and Brands, eprofessional GmbH ■ Robert Huber, Leiter Online Marketing, DaimlerChrysler Bank AG ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Umsatzsteigerung, Kampagnenoptimierung, Budgetkontrolle – Web Analytics führt Sie zu effizienteren Online Entscheidungen
Ralf Haberich, Marketingleiter, Nedstat GmbH ■ Affiliate Marketing – Mehr Erfolg durch online Vertriebspartnerschaften
Mark Stilke, Geschäftsführer affilinet, Vorstandssprecher und COO AdLINK ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Best Practices und Trends im Dialog
Wie Sie effizientes und innovatives Multi-Channel-Marketing betreiben können
Christian Stallknecht, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH ■ Manuel Dischinger, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH |

12.45 - 14.00 Uhr Mittagessen und Besuch der Ausstellung

14.00 - 15.30 Uhr: Dritter Tagungsteil

- | Online Marketing Trends | E-Mail Marketing | Workshop SEO/SEM |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Follow-Up Marketing – dem Nutzer auf der Spur
Marco Klimkeit, Geschäftsführer, newtention extended networks GmbH ■ Anwenderbericht: Virales Marketing – Die Erfolgsgory von Habbo Hotel
Torsten Jüngling, Country Manager, Sulake Deutschland ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Permission Marketing ■ Die rechtlichen Aspekte des Online Marketing
Von Google AdWords über Affiliate- und E-Mail Marketing bis zu Domain- und Wettbewerbsrecht
Marko Dörre, Rechtsanwalt ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Suchmaschinenmarketing und -optimierung • Internationales/ Europäisches SEM • Internationales/ Europäisches SEO
Tim Ringel, CEO, metapeople GmbH |

15.30 - 16.00 Uhr Kaffeepause und Besuch der Ausstellung

16.00 - 17.30 Uhr: Vierter Tagungsteil

- | Performance Marketing | Online Marketing Trends |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Performance Marketing – bezahlt wird bei Erfolg ■ Diskussion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fokus Cross Media: Online und Mobile Marketing kombinieren ■ Diskussion |

Intensiv-Workshops auf dem Online Marketing Forum

Das interaktive Workshop-Programm parallel zu den Konferenzsträngen bietet Ihnen die Möglichkeit, in kleinem Kreis von bis zu 25 Teilnehmern Ihr Online Marketing Know-how zu vertiefen. In Diskussionen und anhand Ihrer Beispiele erfahren und erarbeiten Sie Antworten auf Ihre Fragen. Die Workshops dauern 90 Minuten und finden parallel zum Vortragsprogramm statt. Die Teilnahme an den Workshops ist für Besucher des

OMFs kostenlos, die Anmeldungen werden in der Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt. Die Workshops werden ausschließlich für Teilnehmer aus Anwenderunternehmen angeboten; Agenturen und Anbieter sind nicht zugelassen. Bitte beachten Sie, dass das Workshop-Programm an jedem Veranstaltungsort unterschiedlich ist. Das Tagesprogramm Ihrer Stadt finden Sie auch online unter www.onlinemarketingforum.de



Dimitrios Haratsis,
Country
Manager Spain,
eprofessional
GmbH



Katja Stranovsky,
Unit Leiterin
Finance and
Brands,
eprofessional
GmbH



Marius Schulze,
Projektmanager,
trafficmaxx
Torsten Jüngling,
Country Manager,
Sulake
Deutschland



Tim Ringel,
CEO,
metapeople
GmbH



Andrew Sanderson,
Gründer, ansaco
Thomas Peters,
Geschäftsführer,
nonstopConsulting
GmbH



Dirk Ploss,
Geschäftsführer,
Salery Loyalty &
Trade Marketing
GmbH



D. Mermelstein,
Vertriebsleiter,
Schober eServices
GmbH
Robert Huber,
Leiter Online
Marketing, Daimler
Chrysler Bank AG



Frank Melte,
Gründer und
CEO, contraco
Consulting &
Software Ltd.

Intensiv-Workshops

Workshop Web-Controlling

Workshop: Die 10 häufigsten Fehler im Web-Controlling

- Suchmaschinenmarketing: Was muss ich beachten?
- Anmeldeprozesse: Liegt meine CR im Benchmark gut oder schlecht?
- Kampagnenanalyse: Wie vergleiche ich am besten?
- Klickbetrug: Kann ich Klickbetrug ausschließen?
- Usability: Wie verbessere ich die Usability?
- A/B-Tests: Was ist das?

Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH

Stuttgart

Frankfurt

Hamburg



Workshop SEO

Workshop: Suchmaschinenoptimierung

- Vor- und Nachteile im Vergleich zu Sponsored Links
- Worauf kommt es an, damit eine Webseite gut gefunden wird?
- SPAM in Suchdiensten: Was ist das eigentlich?

Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH

Frankfurt



Workshop Lokale Suche

Workshop: Endlos-Treffer oder schnelles Finden – Wie funktionieren lokale Suchmaschinen?

- Crawling: Der Informationspool für die lokale Suchmaschine – welche Daten werden wie durchsucht?
- Relevanzranking: Wie entsteht eine Trefferliste – wer ist drin und wer ist an welcher Position?
- Kategorisierung: Die Zuordnung von Kategorien zu den Webseiten

Benjamin Broshi und Reimar Hantke, DeTeMedien, Deutsche Telekom Medien GmbH

München



Workshop SEO/SEM

Workshop: Suchmaschinenmarketing und -optimierung

- Internationales/ Europäisches SEM (Suchmaschinenmarketing)
- Internationales/ Europäisches SEO (Suchmaschinenoptimierung)

Tim Ringel, CEO, metapeople GmbH

Düsseldorf

München



Workshop SEM

Workshop: Suchmaschinenmarketing

- Aktuelle Entwicklungen des internationalen Suchmaschinen-Marktes
- Wie machen Sie den Absatzkanal „Online“ für Ihr Unternehmen nutzbar?
- Was benötigt Ihre Website um bei Google & Co. gefunden zu werden?
- Welche weiteren Möglichkeiten bietet Ihnen Online-Marketing (Online-PR, Webcontrolling etc.)
- Welche Trends zeichnen sich 2007 ab?

Marius Schulze, Diplom-Wirtschaftsinformatiker, Projektmanager, trafficmaxx

Berlin



Workshop SEM

Workshop: Suchmaschinenmarketing

- Aktuelle Entwicklungen des internationalen Suchmaschinen-Marktes
- Wie machen Sie den Absatzkanal „Online“ für Ihr Unternehmen nutzbar?
- Was benötigt Ihre Website um bei Google & Co. gefunden zu werden?
- Welche weiteren Möglichkeiten bietet Ihnen Online-Marketing (Online-PR, Webcontrolling etc.)
- Welche Trends zeichnen sich 2007 ab?

Tobias Ihde, Prokurist, Leiter Online Marketing und Web, trafficmaxx

Hamburg



Workshop E-Mail Marketing

Workshop: Best Practices und Trends im Dialog

- Wie Sie E-Mail Marketing Kampagnen professionell umsetzen (inklusive LIVE-Versand einer von den Teilnehmern aufgesetzten E-Mail-Kampagne)
- Wie Sie Ihre Neukundenrate erhöhen und langfristig Kunden binden
- Wie Sie effizientes und innovatives Multi-Channel-Marketing betreiben können

Christian Stallknecht, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH
Manuel Dischinger, Vertriebsleiter, Schober eServices GmbH

Düsseldorf



Workshop Dialog Marketing

Workshop: Akquisition durch Dialog über den Online Kanal

- Wie gestalten Sie einen Dialog zur Akquisition über elektronische Kanäle?
- Wie lernen Sie aus dem Dialog mit der Zielgruppe?
- Auf welche Weise können Sie Ihre Akquisitions-Kampagne schnell und effektiv optimieren?
- Welches sind die Erfolgskriterien für erfolgreiche Lead-Generierung?

Markus Siepmann, Senior Consultant, T-Systems Multimedia Solutions GmbH

Berlin



Anzeige

Fachausstellung



die multimedia schmiede



Die Website-Klinik auf dem OMF 2006

Ihre Website wird in Suchmaschinen nicht gut gefunden?

Dann kommen Sie zur Website-Klinik! Wir geben Ihnen eine kurze Diagnose, woran der Patient krankt und welche Medizin hilft!
Ein kostenloser Service der SUMO GmbH für die Besucher des OMF.



Anmeldung Online Marketing Forum

Bitte zurücksenden per Fax an (089) 741 17-101

Im Preis enthalten sind:

- Besuch der Vorträge
- gemeinsames Mittagessen und Kaffeepausen mit den Referenten
- Besuch der Fachausstellung
- Zugang zum Download der Vorträge nach der Veranstaltung



So melden Sie sich an

Bitte die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald per Post oder per Fax zurücksenden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an

- Ja, ich bestelle ein Tages-Ticket für das Online Marketing Forum Herbst 2006 zum Preis von € 199,-** zzgl. MwSt. (Frühbucherpreis bis zum 15. September: € 149,-) Mitglieder von BVDW, eco, FIWM, Abonnenten der Fachzeitschriften INTERNET WORLD Business und VALUE sowie iBusiness-Premium-Mitglieder erhalten das Tages-Ticket zum Preis von € 149,- zzgl. MwSt. (Falls Ihnen Ihr Code nicht vorliegt, setzen Sie sich bitte mit Ihrem Verband oder Verlag in Verbindung.)

Bitte kreuzen Sie den Ort und Termin an, an dem Sie am Online Marketing Forum teilnehmen möchten:

- Stuttgart, 14.11.2006 Frankfurt, 21.11.2006 München, 23.11.2006 Berlin, 28.11.2006 Hamburg, 30.11.2006 Düsseldorf, 07.12.2006

Neu im Programm: Intensiv-Workshops für Anwender

Die Workshops dauern 90 Minuten und finden parallel zum Konferenzprogramm statt (max. 25 Teilnehmer). Die Teilnahme ist für Besucher des Online Marketing Forums kostenlos. Die Workshops sind ausschließlich für Teilnehmer aus Anwenderfirmen (Besucher aus Agenturen und Anbieterfirmen sind nicht zum Workshop zugelassen).

Ja, ich möchte mich für folgende Workshops registrieren:

- | | | |
|--|--|---|
| Stuttgart:
<input type="checkbox"/> Workshop Web-Controlling | München:
<input type="checkbox"/> Workshop Lokale Suche
<input type="checkbox"/> Workshop Suchmaschinenmarketing und -optimierung | Hamburg:
<input type="checkbox"/> Workshop Web-Controlling
<input type="checkbox"/> Workshop Suchmaschinenmarketing |
| Frankfurt:
<input type="checkbox"/> Workshop Web-Controlling
<input type="checkbox"/> Workshop Suchmaschinenoptimierung | Berlin:
<input type="checkbox"/> Workshop Dialog Marketing
<input type="checkbox"/> Workshop Suchmaschinenmarketing | Düsseldorf:
<input type="checkbox"/> Workshop E-Mail Marketing
<input type="checkbox"/> Workshop Suchmaschinenmarketing und -optimierung |

Sie erhalten von uns eine Registrierungsbestätigung per Mail. Sollte ein Workshop bereits ausgebucht sein, werden wir Sie rechtzeitig informieren.

Anrede: Herr Frau

Code (falls vorhanden):

Vorname:

Nachname:

Position:

Firma:

Straße, Nr.:

PLZ/Ort:

Land:

Telefon:

Fax:

E-Mail:

Ort, Datum

Unterschrift

Mit meiner Unterschrift bestätige ich, dass ich die AGBs akzeptiere. Wir machen Sie ausdrücklich auf Ihr Widerspruchsrecht gegen die Verwendung Ihrer Daten zu Werbe- und Marketingzwecken (BDSG § 28 Abs.3) aufmerksam. Sie können der Verwendung Ihrer persönlichen Daten zu diesen Zwecken jederzeit widersprechen. Dazu bitte hier ankreuzen: nicht akzeptiert.

Bitte beschreiben Sie Ihre Funktion innerhalb Ihres Unternehmens

- Vorstand / GF Angestellter Andere: _____
 Leitender Angestellter Selbstständig / Unternehmer

In welcher Abteilung sind Sie tätig?

- | | | | |
|---|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Business Development | <input type="checkbox"/> Einkauf / Logistik | <input type="checkbox"/> Finanzen / Controlling | <input type="checkbox"/> Forschung / Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> IT / TK | <input type="checkbox"/> Marketing / Werbung | <input type="checkbox"/> Organisation / Verwaltung | <input type="checkbox"/> Personal / Recht |
| <input type="checkbox"/> Presse / PR | <input type="checkbox"/> Produktion | <input type="checkbox"/> Technik | <input type="checkbox"/> Unternehmensführung |
| <input type="checkbox"/> Vertrieb / Verkauf | Andere: _____ | | |

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich aktiv?

- | | | | |
|--|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agentur | <input type="checkbox"/> Ämter und Behörden | <input type="checkbox"/> Aus- und Weiterbildung | <input type="checkbox"/> Automobil, Fahrzeug- und Zulieferindustrie |
| <input type="checkbox"/> Beratung | <input type="checkbox"/> Bau / Immobilien | <input type="checkbox"/> Chemie/Pharma/Medizin/Gesundheit | <input type="checkbox"/> Elektro / Elektrotechnik |
| <input type="checkbox"/> Energie / Versorgung | <input type="checkbox"/> Finanzdienstleistung | <input type="checkbox"/> Handel / Versandhandel | <input type="checkbox"/> Informationstechnologie |
| <input type="checkbox"/> Maschinen- und Anlagenbau | <input type="checkbox"/> Medien, Verlage | <input type="checkbox"/> Nahrungs- und Genussmittel | <input type="checkbox"/> Telekommunikation |
| <input type="checkbox"/> Textil- und Mode | <input type="checkbox"/> Tourismus / Reise | <input type="checkbox"/> Verkehr / Transport / Logistik | Andere: _____ |

Wieviele Mitarbeiter hat ihr Unternehmen?

- 1-49 Mitarbeiter 50-99 Mitarbeiter 100-499 Mitarbeiter 500-999 Mitarbeiter
 1000+ Mitarbeiter

Wie sind Sie an Werbe-Entscheidungen beteiligt?

- Ich bin Alleinentscheider Ich entscheide mit anderen Ich gebe Empfehlungen
 Ich bin an solchen Entscheidungen nicht beteiligt

In welchem Umkreis ist Ihr Unternehmen aktiv?

- International Nur in Deutschland

Wie hoch sind die Online-Werbeausgaben Ihres Unternehmens/Kunden 2007 geplant?

- bis 50.000 Euro bis 125.000 Euro bis 500.000 Euro größer 500.000 Euro

Penton Media GmbH
Tel.: (089) 74117-0
Fax: (089) 74117-101
Per Post:
Penton Media GmbH
Bayerstr. 26
80335 München

Teilnahmebedingungen / AGBs

1. Anmeldung

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie per E-Mail eine Anmeldebestätigung und in Kürze eine Rechnung.

2. Zahlungsbedingungen

Die in der Rechnung ausgewiesene Teilnehmergebühr ist nach Zugang der zweiten E-Mail sofort zur Zahlung fällig.

3. Leistungsverpflichtung

Wir behalten uns vor, Änderungen im Veranstaltungsprogramm und bei der Besetzung der Referenten vorzunehmen. Muss die Veranstaltung abgesagt werden, erfolgt eine sofortige Benachrichtigung. Bereits bezahlte Teilnahmegebühren werden ohne Abzug rückerstattet. Jegliche weitergehenden Ansprüche sind ausgeschlossen.

4. Stornierung/Umbuchung

Eine kostenlose Stornierung der Anmeldung ist nur bis 30 Tage vor Beginn der Veranstaltung möglich. Bezahlte Teilnahmegebühren werden rückerstattet. Danach muss der gesamte Teilnehmerpreis bezahlt werden. Die Stornierung hat schriftlich an Penton Media GmbH, Bayerstraße 26, D-80335 München oder per Fax an 089-74117-101 zu erfolgen. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist jederzeit kostenfrei möglich.

5. Datenschutzerklärung

Mir ist bekannt, dass meine personenbezogenen Daten nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) erhoben, verarbeitet und genutzt werden können. Alle über diese Anmeldung erhobenen Daten werden daher entsprechend den gesetzlichen Grundlagen behandelt. Meine personenbezogenen Daten werden grundsätzlich nicht an Dritte weitergegeben. Externe Dienstleister, die im Auftrag der Penton GmbH Daten verarbeiten, die Sponsoren und Mitveranstalter sind ebenfalls den gesetzlichen Vorschriften verpflichtet, gelten jedoch nicht als Dritte.

Anmeldung auch im Internet unter
www.onlinemarketingforum.de

Medienpartner



Partner



Veranstalter

