

WEB 2.0 K o n g r e s s

RIA RSS Wikis Podcast
AJAX Mashups Blogs Tags

30.-31. März 2009 · Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski · München

Collaborative Enterprise & Customer 2.0

Leser des
media-TREFF.de-
Newsletters erhalten
300 Euro Rabatt auf
den Teilnehmerpreis.

Kennwort:
Y1145000424

Obamas Wahlkampf 2.0



Harvard University
John Della Volpe



Deutsche Bank AG
Dr. Matthias Bieger



Sony Music Entertainment
(Germany) GmbH
Eric Hofmann

Mobile



McDonalds
Deutschland Inc.
Thomas Hofmann



Daimler AG
Uwe Knaus

Marketing 2.0

Corporate Blogging



adidas Group
Christian Kuhna



Kellerei Walther
GmbH & Co. KG
Kirstin Walther



Deutsche
Lufthansa AG
Tobias Kunz

Collaboration

IPTV



Basic Thinking
Robert Basic



T-Systems Multimedia
Solutions GmbH
Stefan Ehrlich



wer-weiss-was GmbH
Hanno Zulla



Imagecapital
Klaus Eck

Micro Blogging

Community

Semantic Web



Yahoo! Connected Life
Michael Stenberg



APL Technology &
Management Ltd.
Avigdor Luttinger



Atlassian, private
Australian
corporation
Jeffrey Walker

User Generated Content



trommsdorff + drüner,
innovation + marketing
consultants GmbH
Prof. Dr. Marc Drüner



Vodafone D2 GmbH
Burkhard Leimbrock



SevenSenses GmbH
Christian Senft



Diem & Partner
Dr. Carsten Ulbricht

Recht 2.0

Enterprise 2.0



Microsoft Deutschland GmbH
Frank Fischer



Axel Springer Auto Verlag
Raoul Hess



denkwerk GmbH
Marco Zingler

Wikis

RIA

SaaS



YOC AG
Tom Laband



Nielsen Online/Nielsen
Media Research GmbH
Oliver Sender



LinkedIn Corporation
Kevin Eyres



Text 100 Public
Relations GmbH
Lars Basche

Politik 2.0

Finance 2.0



empulse GmbH
Jörg Bienert



Google Germany GmbH
Kai Gutzeit



VALUES //
Dialogmanagement
GmbH
Thomas Dehler

FRÜHBÜCHERVORTEIL
Sparen Sie € 200,-
bei Anmeldung bis
zum 31. Januar 2009

1. Kongresstag | Montag, 30. März 2009

08.30 Ausgabe der Tagungsunterlagen und Social Breakfast mit Live Tagging

09.30 Begrüßung durch den Vorsitzenden Prof. Dr. Marc Drüner und IIR Technology

09.35 **Web 2.0 – immer mobiler, immer offener, immer persönlicher**

- Learning from...: die wichtigsten Startups in den USA und was wir lernen!
- Opening up...: Alles vernetzt sich. Wie werde ich Teil dieser Vernetzung?
- Getting mobile...: Wie das iPhone und Google Android die (mobile) Welt revolutionieren



Prof. Dr. Marc Drüner,
Steinbeis-Hochschule, Geschäftsführender Gesellschafter,
trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH,
Berlin

Marketing 2.0

10.00 **Harnessing the power of collaborative intelligence for business success**

- Collaborative intelligence – what's it all about?
- Collaboration for business success
- Creating, contributing and harnessing the power within professional networks
- Enterprise 2.0: leveraging Web 2.0 technologies in daily business



Kevin Eyres,
Managing Director Europe at LinkedIn,
LinkedIn Corporation, London, UK

Collaboration 2.0

**International
Keynote**

10.45 **Networking Break**

11.15 **How Obama Used Web 2.0 to Change Politics Forever**

- Web 2.0 is as much a mindset than a technology.
- Web 2.0 and Millennials – if not for young voters, Clinton is President.
- Web 2.0 and Fundraising – Obama raised half a billion dollars online.
- Web 2.0 and Organization – Text message and mobile bring costs of mobilization down dramatically compared to traditional ways
- Web 2.0 and Communications – Wil.I.Am as media consultant
- Web 2.0 and the White House – What does this mean for government?



John Della Volpe,
Director of Polling, **Harvard University**,
Cambridge, USA

Politik 2.0

**International
Keynote**

12.00 **Podium: Erfolgreiches Corporate Blogging? So geht's!**



Robert Basic
Inhaber, **Basic Thinking**, Usingen



Kirstin Walther
Inhaberin/Geschäftsführerin
Kelterei Walther GmbH & Co. KG, Arnsdorf



Uwe Knaus
Leiter Corporate Blog, **Daimler AG**, Stuttgart

12.45 **Mitarbeiter in der Karrierefalle Internet – Reputationsmanagement im Web2.0**

- Der erste Eindruck zählt und das Netz vergisst nichts
- Online-Identität: Was steht im Web über mich?
- Medienspielball oder selbständig im Web bleiben
- Verdrängen der nicht löschbaren Informationen durch den Social Media-Einsatz
- Online-Strategie zum Aufbau einer guten Online-Reputation
- Wie Sie Corporate Evangelists für Ihr Unternehmen nutzen können



Klaus Eck, Mitgründer, **Imagecapital**, München

Reputationsmanagement 2.0

13.30 **Business Lunch**

Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen

A Vorsitz: **Prof. Dr. Marc Drüner**

B Vorsitz: **Jörg Bienert**

14.30 **Breakout Workshop**

Erfolgreicher Aufbau und Pflege einer Community

- Wie erreicht man, dass Nutzer treu bleiben?
- Wie integriert man engagierte Nutzer in den Entscheidungsprozess?
- Wie baut man ein Support-Team auf?
- Welche Werkzeuge sind für die Community-Betreuung empfehlenswert?



Hanno Zulla,
Geschäftsführer
und Gründer,
wer-weiss-was GmbH,
Hamburg

Communitiy 2.0

Breakout Workshop

Web 2.0 & Datenschutz

- Datenschutzrechtliche Grundlagen
- Umgang mit persönlichen Daten in Social Networks
- Targeting
- Anwenderstrategien im Web 2.0
- Zulässigkeit von Personensuchmaschinen und Bewertungsportalen



Dr. Carsten Ulbricht,
Rechtsanwalt,
Diem & Partner,
Stuttgart

Recht 2.0

16.00 Networking Break

16.30 Erfahrungen mit Web 2.0 Anwendungen in der internen Kommunikation bei der Deutschen Bank

- Umsetzung von Web 2.0 in Unternehmen – Enterprise 2.0
- Beispiel: dbWiki – ein internes Lexikon im Stil von Wikipedia
- Beispiel: dbClub – ein internes Personenverzeichnis ähnlich Facebook
- Erfahrungen mit dem Einsatz von Web 2.0 im Unternehmen
- Rechtliche/regulatorische Fragen
- Ausblick



Case Study

Dr. Matthias Büger,
Vice President,
Deutsche Bank AG,
Frankfurt a.M.

Finance 2.0

Web 2.0 in a 3.0 Company

- Intro – where we come from
- What's out there
- Vision: what's coming
- What are we doing where
- We want to be



Case Study

Christian Kuhna,
Leiter Interne
Kommunikation,
adidas Group,
Herzogenaurach

Enterprise 2.0

17.00 Killerapplikation Werbespot

- Warum das werbende Bewegtbild nach der analogen nun die digitale Welt revolutioniert
- Das Bewegtbild in der Historie der Werbung
- TV als Leitmedium
- Internet wird Kernmedium (der jungen Generation)
- Video-Ads – kleiner Markt, aber wachsend
- Zusammenwachsen der Medien



Case Study

Thomas Hofmann,
Director Media &
Marketing Innovations,
McDonalds Deutschland Inc., München

Video 2.0

Kollaboration bei Lufthansa

- Vorgehen bei der Produktauswahl einer Lufthansaweiten Kollaborationsplattform
- Pilotierung von vier ausgesuchten Lösungen mit freiwilligen Nutzergruppen aus dem gesamten LH Konzern
- Kriterien für die Produktwahl
- Mitbestimmung, Personalpolitik und Entscheidungsgremien
- Einführung eines konzernweiten Standardproduktes
- Lessons Learned



Case Study

Tobias Kunz,
Plattformmanager
Konzernportal,
Deutsche Lufthansa AG,
Frankfurt a.M.

Collaboration 2.0

17.30 Fragen und Diskussion

17.45 Networking Break

18.00 Podium: Future Trends IPTV und Web-TV



Christian Senft, Leiter Marketing & PR,
SevenSenses GmbH, Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group, Unterföhring



Frank Fischer, Lead Evangelism and Marketing Operations,
Microsoft Deutschland GmbH, Unterschleißheim



Raoul Hess, Leiter digitale Medien Auto und Sport und Mitglied der Geschäftsleitung,
Axel Springer Auto Verlag, Berlin

19.00 Startup – Präsentationen

20.00 Wahl des „Best Startup Web 2.0“



ab 20.15 Get Together – Socializing, Networking and more

2. Kongresstag | Dienstag, 31. März 2009

Wählen Sie zwischen 2 parallelen Vortragsreihen

A Vorsitz: Prof. Dr. Marc Drüner

B Vorsitz: Jörg Bienert

09.00 Kundenbindung durch Web 2.0

- Web 2.0 – Wo stehen wir?
- Aufbau von eigenen Web 2.0 Portalen für Special-Interest Zielgruppen
- Learnings aus der Praxis
- User aktiv einbinden und Kunden gewinnen
- Kundenbindung auf 3rd Party Web 2.0 Portalen



Case Study

Eric Hofmann,
Senior Manager Web
Strategy & CRM,
Sony Music Entertainment (Germany) GmbH, München

Enterprise 2.0

Making Wikis Incredibly Successful – Real Lessons, Real Tips

- How common is wiki technology worldwide and how significant is the use in business?
- What advice can you give someone buying 2.0 technology in this economy?
- Look at some great examples of wikis at Vodafone, Deutsche Bahn, SAP, Adobe and Sun
- What are best practices for someone trying to make this technology successful in his or her company?



Jeffrey Walker,
President, **Atlassian,**
private Australian corporation,
San Francisco, USA

Enterprise 2.0

09.30

Twittern fürs Business

- Definition und Idee von Microblogging
- Einordnung in das Web 2.0
- Nutzung von Twitter bei Text 100 weltweit
 - a) Interne Kommunikation
 - b) Externe Kommunikation
- Anwendungsbereiche für Unternehmen
- Handlungsempfehlungen



Case Study

Lars Basche,
Social Media
Consultant, **Text 100**
Public Relations GmbH,
München

Marketing 2.0

Controlling the centrifugal forces of enterprise social software

- Beyond Web 2.0 – How to overcome the chaos and avoid sunk costs.
- Analyse der Risiken der Nutzung von Social Software im Unternehmen
- Voraussetzungen und Anforderungen
- Koexistenz zentraler und dezentraler Systeme
- Wege aus der Kostenfalle
- Wie man das Chaos überwindet



Case Study

Stefan Ehrlich,
Leiter Content und
Collaboration Solutions,
T-Systems Multimedia
Solutions GmbH,
Dresden

Enterprise 2.0

10.00

Fragen und Diskussion

10.15

Dialog X.O – interaktive Echtzeitvernetzung von Kompetenzclouds; Praxisbericht: neue Wertigkeit des Web2.0 – wie Konsumenten die Kundenservicequalität mitgestalten

- Neue Wertigkeit des Web 2.0
- Social Knowledge
- Crowd Sourced Human Ressource Detection
- Customer Interaction Intelligence
- Community-Management im Enterprise 2.0
- Kompetenz-Cluster + Echtzeit Präsenz-Management = Dialog X.O



Case Study

Thomas Dehler,
Geschäftsführer,
VALUE5 //
Dialogmanagement
GmbH, Berlin

Crowdsourcing 2.0

Web 2.0 – Einblicke in das Nutzungsverhalten im Internet

- Die Nutzer des Web 2.0 - Analyse soziodemographischer Daten
- Vergleich der Nutzung verschiedener Web 2.0 Angebote
- Analyse der Nutzungsintensität
- Vergleich der Nutzung des Web 2.0 in Deutschland mit US-Angeboten und europäischen Ländern
- Werbung im Web 2.0



Oliver Sender,
Manager, **Nielsen**
Online/Nielsen Media
Research GmbH,
Hamburg

Marktforschung 2.0

10.45

Fragen und Diskussion

11.00

Networking Break

11.30

Considerations for Cost Effective Application Portfolios in the Enterprise 2.0 era - using RIA and SaaS

- Application development and operation challenges
- The promise of RIA and SaaS Applications
- On-demand vs. on-premise operation
- The enterprise application portfolio and its evolution
- Cost-effective RIA and SaaS development and deployment
- Saving money and resources with new platforms and paradigms



Avigdor Luttinger, Executive Consultant,
APL Technology & Management Ltd., Winkel, Schweiz

Software as a Service

12.00

Semantic Web – auf dem Weg zum Web 3.0

Sprecher in Anfrage

12.45

Business Lunch

14.00

Was macht Google in der Wolke?

- Wie können Google Enterprise Produkte meinem Unternehmen helfen?
- Kosten sparen mit Google.
- Enterprise Search! Das Suchereignis in Ihrem Unternehmen.
- E-Mail-Sicherheit mit Google
- Echte „Collaboration“ mit Google Apps



Kai Gutzeit, Head of Google Enterprise GmbH,
Google Germany GmbH, Frankfurt a.M.

Enterprise 2.0

14.45

Podium: Mobile 2.0 – wohin geht der Trend?



Burkhard Leimbrock, Director
Vodafone MediaSolutions!,
Vodafone D2 GmbH, Düsseldorf



Tom Laband, Director Mobile
Marketing, **YOC AG,** Berlin



Marco Zingler, Geschäftsführer
Beratung und Technologie,
denkwerk GmbH, Köln



Michael Stenberg, Partner Director
Central & Eastern Europe, **Yahoo!**
Connected Life, München

16.15

Zusammenfassung der Ergebnisse durch die Vorsitzenden

16.30

Ende des Web 2.0 Kongress

Fachbeirat



Prof. Dr. Marc Drüner,
Steinbeis-Hochschule, Geschäftsführender Gesellschafter,
trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH, Berlin



Jörg Bienert,
Geschäftsführer, empulse GmbH, Köln

Mit Praxis- und Expertenberichten von:

adidas Group
Axel Springer Auto Verlag
Daimler AG
Deutsche Bank AG
Deutsche Lufthansa AG
Kelterei Walther GmbH & Co. KG
McDonalds Deutschland Inc.
SevenSenses GmbH, Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group
Sony Music Entertainment (Germany) GmbH
Text 100 Public Relations GmbH
T-Systems Multimedia Solutions GmbH

Atlassian
APL Technology & Management Ltd
Basic Thinking
denkwerk GmbH
Diem & Partner
Google Germany GmbH
Harvard University
Imagecapital
LinkedIn Corporation
Microsoft Deutschland GmbH
Nielsen Media Research GmbH
VALUE5 // Dialogmanagement GmbH
wer-weiss-was GmbH
Yahoo! Connected Life
Vodafone D2 GmbH
YOC AG

Medienpartner



Inhalt & Konzeption

Sie möchten gerne referieren oder haben Fragen zu Inhalt und Konzeption, dann können Sie mich gerne kontaktieren.



Barbara Wiestler
Konferenz-Managerin

Telefon:
+49 (0) 69/244 327-3926
Telefax:
+49 (0) 69/244 327-4926
E-Mail:
barbara.wiestler@informa.com

Organisatorische Fragen

Für Fragen zur Organisation rund um den Kongress wenden Sie sich gerne an mich.



Stefanie Dräs
Konferenz-Koordinatorin

Telefon:
+49 (0) 69/244 327-3949
Telefax:
+49 (0) 69/244 327-4949
E-Mail:
stefanie.draes@informa.com

Marketing & Medienkooperation

Für Informationen zu Medienkooperationen im Rahmen der Veranstaltung stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



Jane Petzold
Senior-Marketing-Managerin

Telefon:
+49 (0) 69/244 327-3909
Telefax:
+49 (0) 69/244 327-4909
E-Mail:
jane.petzold@informa.com

Sponsoring & Ausstellung

Nutzen Sie diese Plattform, um als Aussteller oder Sponsor aufzutreten! Gern unterbreite ich Ihnen ein Angebot.



Steffi Anding
Sales-Managerin

Telefon:
+49 (0) 69/244 327-3742
Telefax:
+49 (0) 69/244 327-4742
E-Mail:
steffi.anding@informa.com

[Kenn-Nummer] Y1154O00424

30.-31. März 2009 · Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski · München

**Leser des media-TREFF.de-Newsletters erhalten 300 Euro Rabatt auf den Teilnehmerpreis.
Kennwort: Y1145O00424**

ANMELDUNG
Bitte kopieren, ausfüllen und faxen!
+49 (0)69/244 327-40 40

Haben wir Sie korrekt angeschrieben? Rufen Sie uns an: Tel. +49 69 244 327-3333 oder faxen Sie uns: Fax +49 69 244 327-4040 oder per E-Mail an: adresse@iir.de

	Bei Anmeldung bis zum 31.01.2009	Bei Anmeldung ab 1.02. bis 28.02.2009	Bei Anmeldung ab 1.03.2009
<input type="checkbox"/> Ja, ich möchte teilnehmen am 30. bis 31. März 2009 [P2600115M012]	€ 1.849,-	€ 1.949,-	€ 2.049,-

Ich kann nicht teilnehmen und bestelle die Tagungsunterlagen auf CD-Rom zum Preis von € 299,- [lieferbar etwa 2 Wochen nach der Veranstaltung] [P2600115M710]

[alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.]
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Kontaktdaten

Name Vorname

Funktion Abteilung/Hauspostcode

Telefon Telefax

E-Mail

Firma

Postfach

PLZ/Ort:

genehmigender Vorgesetzter

Funktion Abteilung/Hauspostcode

Die Informa Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich und Konzernunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

Zusendung per E-Mail: Ja Nein; Zusendung per Fax: Ja Nein

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Rechnungsstelle/Abteilung

Ansprechpartner/Telefon

Postfach

PLZ/Ort

Ort/Datum verbindl. Unterschrift

IIR Technology

Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf
Fax: +49 (0)69/244 327-4040

Für weitere Fragen steht Ihnen gerne
Stefanie Dräs zur Verfügung:
Tel. +49 (0)69/244 327-3949

E-Mail: anmeldung@iir.de
Internet: www.web2.0-kongress.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Teilnahmebedingungen
Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Datenschutzinformation.
IIR Technology ist ein Geschäftsbereich der Informa Deutschland SE. Die Informa Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der Informa Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Änderungen vorbehalten

Zimmerreservierung

Teilnehmern, die ein Zimmer benötigen, steht ein begrenztes Kontingent in folgendem Hotel zur Verfügung:
Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski
Maximilianstraße 17, 80539 München, Deutschland
Telefon: +49 89/2125-0, Telefax: +49 89/2125-2000

Bitte setzen Sie sich frühzeitig mit dem Hotel in Verbindung, da die Zimmer i.d.R. 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn wieder in den freien Verkauf zurückgehen.